

### Basis:

- Workshop im Rahmen des 10. Hauptausschusses ART, 21. Februar 2024
- Diskussion und finale Festlegung zum Beschluss in der Mitgliederversammlung im Rahmen des 11. Hauptausschusses ART, 17. April 2024

### 1. Strategie & Strukturaufbau

- Projektplanung im Rahmen des »Zukunftskonzepts: Tourismus Altmark 2030«
- Projektumsetzung mit Beteiligung des Tourismusnetzwerks, kommunikatives „Mitnehmen“ aller potenziell Beteiligten, Einzelkommunikation und Netzwerkveranstaltungen (reg./ überreg.)
- Mitwirkung an Landestourismusstrategie/ Masterplan i.S. der Belange der Altmark
- Begleitung und Beratung der Mitglieder zur nachhaltige Tourismusedwicklung (Zertifizierungen, Angebotsentwicklung, themengerechte Vermarktung)
- kontinuierliche Marktbeobachtung inkl. Kommunikation von relevanten Statistiken und Trends
- Umsetzung von Maßnahmen zur Steigerung des Tourismusbewusstsein

### 2. Binnenkommunikation & Lobby-Arbeit

- Netzwerkarbeit & Wissensaustausch (Teilnahme an Events, Coachings, Webinaren zum Informations- und Wissenstransfer)
- Organisation und Durchführung von Workshops/ Coachings, Webinaren zum Informations- und Wissenstransfer
- Organisation und Durchführung von regionalen Infotreffen (quartalsweise)/ Tourismus-Foren mit angrenzenden Regionen (Havelland, Prignitz, ggf. Wendland), Tourismus-Tag Altmark (zweijährig)
- Teilnahme am regionalen/ überregionalen Tourismustagen, Beiratssitzung, Gremien (Elberadweg; Vier-Länder-Grenzradweg, AltmarkMacher etc.)
- Teilnahme an überregionalen Veranstaltungen (IMG, LTV etc.)
- Mitwirkung in (über-)regionalen Gremien
- Präsentationen der Tourismus-Themen vor Mitgliedern und in Partner-Netzwerken
- Erstellung von touristischen Stellungnahmen (Fördermittel) als TÖB
- Beratung Leistungsträger und Mitglieder/ Kommunen des ART (Qualitätslabel, Marketingmöglichkeiten ART)
- Vermittlung von Ansiedlungsanfragen an Ansprechpartner (Wirtschaftsförderer) der Region
- Betreuung, Begleitung, Kommunikation mit Vorstand und Mitgliedern des AltmarkMacher e.V.: Begleitung von Arbeitsgruppen
- Projektbezogene Schnittstelle zu LEADER-Vereinen
- Schnittstelle zu Partner-Organisationen: DEHOGA, IHK, IMG, AMG, LTV
- Schnittstelle zu Partner-Netzwerken: Gartenträume, Straße der Romanik, Hansbund, Grünes Band, blaues Band etc.

### 3. Produkt & Innovation

- Entwicklung & Koordinierung (über-)regionaler Marken- und zielgruppenspezifischer Produkte & Erlebnisse z.B. Hanse-, Kirchen-Tour, Wandernester etc. (Veranstaltungen / Impulse zur Produktentwicklung und-innovation)
- Qualifizierung von Tourismusprodukten Altmark zur Vermarktung (Altmark-rundkurs, Wandern, Kulturrouten, geplant: Reiten, Wassertouristische Angebote)
- Bündelung von Angeboten/ Produkten der Region: Koordination und Betreuung
- von Them. Angebotsgruppen (z.B. Wandern, Radfahren, Kulinarik, Kultur, etc.
- Kommunikation und Begleitung von Wettbewerben (z.B. Wirtschaftspreis, Romanik-Preis)
- Regionale & überregionale Koordinierung Havelradweg/ Altmarkrundkurs (Vernetzung, Vermarktung)

### 4. Qualität & Kundenservices

- Bearbeitung individuelle Gäste-/ Mitglieder-/Leistungsträger-Anfragen
- Fortbildungen/ Teilnahme an Qualitätsschulungen (ADFC, DWV, DSFT, DTV)
- Betriebserhebungen oder-Vermittlung/ Beratung Kundenservice-Qualitätslabel: z.B. Wanderfreundlicher Gastgeber, DTV Sterne, Reisen-für-Alle (Barrierefreiheit), Bett+Bike- Zertifikate
- Initiierung von Initiativen für Qualifizierung, Klassifizierung/ Zertifizierung
- Qualitätsmanagement: Qualifizierung der Leistungsträger durch Schulungsangebote und Beratung hinsichtlich Qualität, Digitalisierung, Nachhaltigkeit
- Festlegen/ Überprüfen der Qualitätsstandards für touristische Angebote/Anbieter
- Beschwerdemanagement: Vermittlung an Zuständige Stelle/ Behörde
- Touristische Statistik: Ablage und Auswertung, Zuarbeiten für die Erstellung von
- Statistischen Auswertungen (Wirtschaftsfaktor Tourismus), Unterstützung der Vermarktung von Gästebefragungen)
- Betreuen und Vermarkten der eLearning-Plattform Tourismus
- Betreuen und Vermarkten der Innovations-Plattform Tourismus

### 5. Vermarktung & Vertrieb

#### 5.1 Redaktion/ Text-Erstellung/ Bildrecherche

- Typo 3 Datenpflege (Mitwirkung Abbildung, Abfragen Inhalte, Prüfen der Struktur und der Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte)
- Aufbereitung touristischer Inhalte zur Abbildung auf ART Social Media Kanälen
- Digitale Vernetzung im Social Media Bereich
- Pflege und Erweiterung Bilddatenbank, Anfragen und Einkaufen von Bildmaterial zur Bewerbung
- Themenspezifisches Erstellen von Zuarbeiten für Presseversände des ART
- quartalsweise Zuarbeiten an die IMG für Presseversände, B2B-Newsletter, Kampagnen-Publikationen z.B. »echt-schön«, »Unsere Besten«
- Reisemagazin, Sales Guide, weitere Publikationen
- Begleitung überregionale Marketingkampagnen mit altmarkspezifischen Themen (Kampagnen »echt schön«, »Starker Tourismus «Anzeigen-Werbung und Suchmaschinen-Optimierung

- Statistische Auswertungen
- Verlinkungen und Präsentationen auf Partner-Websites
- Schnittstellenbetreuung zu Datenbank wie Outdooractive, SAINT-Server
- Betreuung der Datenauspielung auf externen Websites: Beratung zu Widgets, Datentransfers bzw. Vermittlung von Technikern

## 5.2 Online

- Digitaler Rundbrief Altmark/ ART: Informationen zu Projekten, Entwicklung, Wettbewerbs- und Förderaufrufen, u.a. auch Weitergabe von Informationen der Landesebene
- Geplant: Aufbau eines Gäste-Newsletters, der quartalsweise Tipps zum Bereisen sowie zur Freizeitgestaltung der Altmark bietet
- Text/ Content-Erstellung – Abfrage/ Recherche von Inhalten (Text + Bild), Einholen von Freigaben für Texte
- Einstellen von Broschüren und weiteren Gäste-Informationen, auch Tagesaktuelle Informationen zu Fähren etc.
- App Altmark-Aktiv: Betreuung, Redaktionelle Begleitung
- Technische Betreuung unter Mitwirkung von Agenturen der Website/ App/ Typo 3 bzw. Outdooractive-Systemen
- Pflege/ technische Betreuung der Website [www.altmark-rundkurs.de](http://www.altmark-rundkurs.de)
- Begleitung, Betreuung der Altmark-Seiten der Website [www.havelradweg.de](http://www.havelradweg.de)
- Weiterentwicklung unter Mitwirkung von Agenturen der Website/ App
- Social Media Kanäle der Altmark: Bild & Text/ Content-Erstellung auf Instagram, Facebook, You Tube

## 5.3 Print

- Planung und Betreuung der Erstellung von Printprodukten Broschüren, Flyer etc. (Ausschreibungen, Vergaben, inhaltliche, konzeptionelle, gestalterische Planung,
- Planung Druck, Koordinierung des Drucks & Auslieferung, Koordinierung weiterer Leistungen Dritter z.B. Übersetzungen, Bilderankauf etc.)
- Gestaltung von Anzeigen, Buchen und Platzieren von Anzeigen
- Aussand Printmaterial zur Auslage (z.B. Tourist- Informationen der ART-Mitglieder, Kooperationspartner etc.)
- Postalischer Versand von Broschüren an Gäste (Gästeanfragen über Website-Bestellung

## 5.4 Pressearbeit/ Pressereisen

- Bearbeiten von Presseanfragen / Einholen von Informationen für Presseanfragen
- Einholen von Bild-/ Filmmaterial für Presseanfragen
- Interviews
- Erstellen von Pressemeldungen monatlich sowie zu Projekten
- Organisation von Pressereisen
- Aussand von Fotomaterial für Presseanfragen

### 5.5 Markenführung/ Konzept & Strategie

- Touristische Werbekampagnen: Planung, Finanzmittel-Akquise, Ausschreibungen, Durchführung, Evaluation Vermarktung touristischer Produkte (überregionale Plattformen) unter dem touristischen Claim »Stolze Städte. Weites Land.«

### 5.6 Veranstaltungen

- Standplanung oder Werbemittel-Beigabe und Werbeunterstützung für regionale, bestehende (nicht vom ART organisierte) Veranstaltungen oder Messen z.B. ITB, Heimatfest
- Betreuung/ Standplanung/ oder Werbematerial-Auslage bei touristischen Messen/ Veranstaltungen überregional z.B. ITB, CMT etc.

### 6. Digitalisierung & Datenmanagement

- Digitalisierung von Inhalten/ Texten – Ausbau der umfassenden digitalen Erfassung der touristischen Angebote der Altmark
- Umsetzung im Outdooractive-System inkl. Erlernen des Systems, Pflege, kontinuierliche Aktualisierung
- Akquise von Redakteuren, die bei der Befüllung des Systems unterstützen inkl. Erläuterungen/ Aufklärungsarbeit zum Open Data Prinzip der Datenerfassung
- Befähigung und Betreuung der Redakteure des Redaktionssystems
- Weiterentwicklung der Online Daten/ Website-Inhalte
- Aufbau eines digitalen Veranstaltungskalenders, Aufbau und Betreuung des Redakteursnetzwerkes, Schulung zur Datenerstellung
- Betreuen von Datenschnittstellen in Zusammenarbeit mit Land Sachsen-Anhalt/IMG (SAINT-Server)
- DAMAS-System: Befüllen mit Inhalten am Havelradweg
- Verteilerpflege Tourismus/Mitglieder

### 7. Wegemanagement & Beschilderung

- Impulsgeber touristische Infrastruktur-Management (Mitwirkung an Entwicklung/ Optimierung überregionales oder thematisches Wegemanagement/ Begleit-Infrastruktur (Erlebnisräume, Wegenetz Rad-, Wander-, Reit-, Wasserwege etc.)
- Impulsgeber für altmarkweite Informations- und Leitsystemen
- Begleitung und Unterstützung der Ämter, Städte und Gemeinden bei touristischen Infrastrukturvorhaben für Beherbergungs- und Freizeitbetriebe; Beratung/ Potenzialeinschätzung, Stellungnahmen, statistische Einschätzung)

### 8. Finanzen, Fördermittel, Allg. Verwaltung

- Jährliche Haushaltsplan-Erstellung, -Überwachung/ Controlling, Liquiditäts-Überwachung, Konten-/ Kostenstellen-Prüfung
- Jahresabschluss, Vorbereitung, Begleitung, Vorstellung vor Mitgliedern
- Administrative Aufgaben: Rechnungsprüfung
- Fördermittelakquise/ Beantragung/ Fördermittelabrechnung/ Mittelabruf
- Personal-Beschaffung, Betreuung, Fortbildung
- Buchhaltung/ statistische Meldungen/ Steuererklärungen
- Technik
- Allgemeine Verwaltungsaufgaben/ Verbandsarbeit

### 8. Projektarbeit (Regionalmanagement)

- Projekt Wirtschaftspreis
- Projekt Altmark-Kiste
- Projekt Regionalsiegel »echt Altmark«
- Koop.projekt »Kreativorte im Grünen«, in Kombination mit Projekt »Luxus der Leere«
- ggf. weiteres Projekt/ Regionalmarketing-Kampagne (Abstimmung mit Mitgliedern)
- notwendige Stellungnahmen im Bereich Regionalmanagement

### 9. Messen & Veranstaltungen (Regionalmanagement)

- Altmark-Stand bei der »Grünen Woche«
- Bewerbung von altmarkweiten (Kultur-)Veranstaltungen (Vermarktungsunterstützung) z.B. Musikfest Altmark, Altmärkische Musikfestspiele, Theater der Altmark, Firmenlauf, Elbdeichmarathon etc., keine Organisatorische Unterstützung, keine Vor-Ort-Präsenz
- Vernetzung mit Akteuren der Region/ Teilnahme an Veranstaltungen der Mitglieder des ART

### 10. Redaktion/ Text/ Web/ Social Media (Regionalmarketing)

- Rundbrief Altmark/ ART: Informationen zu Projekten, Entwicklung, Wettbewerbs- und Förderaufrufen, u.a. auch Weitergabe von Informationen der Landesebene
- Website [www.altmark.de](http://www.altmark.de): Text/ Content-Erstellung im Bereich Region, Unternehmen, Netzwerke etc.
- Social Media Kanäle der Altmark: Bild & Text/ Content-Erstellung auf Instagram, Facebook, LinkedIn, YouTube
- Veranstaltungsdatenbank: Betreuung und Beratung der Redakteure
- Outdooractive: Datenpflege von Handel, Gewerbe (bei Eignung)

### 11. Print (Regionalmarketing)

- Broschüren, Flyer etc. für o.g. Projekte bzw. Werbemittel für Messen/ VA und Regionalmarketing allgemein: Ausschreibung, Konzept, Inhalte (Erstellen oder Zuarbeit Text/ Bild), Betreuung Gestaltung, Druck, weitere Leistungen Dritter)
- Anzeigen für o.g. Projekte bzw. für Messen/ VA und Regionalmarketing allgemein: Erstellen oder Zuarbeit Text und Bild, Gestaltung, Übermittlung an Verlag/ Absprachen Veröffentlichung, Belege abfordern

### 12. Online (Regionalmarketing)

- Website/ Apps/ Online/ SocialMedia für o.g. Projekte bzw. für Messen/ VA und Regionalmarketing allgemein: Technische Betreuung, Betreuung von Fehlerbehebungen, Blick auf Datenschutz, Beauftragung und Betreuung von Updates, Initiieren von Weiterentwicklungen, digitale Formate
- Anzeigen-Werbung, Suchmaschinen-Optimierung
- Statistische Auswertungen
- Verlinkungen/ Präsentationen auf Partner-Websites
- Schnittstellenbetreuung zu Datenbank wie Outdooractive, SAINT-Server



**Altmark**

- Betreuung der Datenausspielung auf externen Websites: Beratung zu Widgets, Datentransfers bzw. Vermittlung von Technikern

### **13. Pressearbeit/ Pressereisen (Regionalmarketing)**

- Bearbeiten von Presseanfragen
- Interviews
- Organisation von Pressereisen
- Zusammenstellen und Aussand von Fotomaterial für Presseanfragen
- Erstellen einer Bilddatenbank für Presse-Veröffentlichungen
- Kontinuierliche Erstellung und Abfrage von Bildmaterial inkl. Nutzungsrechte für Weitergabe an Dritte

### **14. Markenführung/ Konzept & Strategie (Regionalmarketing)**

- Managen der Dachmarken-Umsetzung (Corporate Design der Altmark): Prüfung und Verteilung des Altmark Logos innerhalb der Region, Betreuung und Bearbeitung von Marken-Nutzern, Nutzungsanfragen, Nutzungsfreigaben
- Werbemittel-Erstellung/ Bestellung, koordinativ für Altmark
- Aufbau eines Merchandise-Shops für Produkte im Design der Altmark-Markenfamilie
- Begleiten von strategischen Marken-Prozessen und gestalterischen Initiativen an Schnittstelle zur Landesebene
- Betreuen und Umsetzen bzw. Beteiligung an Workshops zur Weiterentwicklung des Altmarkweiten Corporate Designs – u.a. im Rahmen des Stadtmarketings bzw. in Zusammenarbeit mit den Landkreisen

### **15. Netzwerke (Regionalmanagement)**

- Beteiligung und Mitwirkung an Arbeitsgruppen: Beirat der Hochschule Magdeburg-Stendal, IHK Regionalausschuss, Vergaberat Biosphärenreservat Mittelelbe, Kooperation Biosphärenreservat Drömling etc.)
- Begleitung von Projekten des Landesmarketings der IMG
- Begleitung von Projekten des Landesmarketings der AMG (u.a. Portal »Marktplatz ST«)
- Begleitung der Arbeitsgruppen des AltmarkMacher e.V. sowie Vorstandsbegleitung
- Im Falle von Regionalmarketing-Projekten: Schnittstelle zu LEADER-Vereinen

### **16. Fördermittel-Akquise/-Abrechnung**

- Akquise und Umsetzung von Fördermitteln bzw. Zuschüssen von Partnern inkl. Ausschreibungen, Vergaben, Beauftragung und Betreuung von Agenturen als Finanzierungsquelle für o.g. Projekte des ART