

TITEL DER MASSNAHME & ZENTRALE INFORMATIONEN	BEZUG ZUR TOURISMUSSTRATEGIE BRANDENBURG Diese Zukunftsfelder und Themenschwerpunkte setzen wir damit um:	UMSETZUNG Wer ist wofür verantwortlich?
NACHHALTIGKEIT So trägt die Maßnahme zur ökologischen Nachhaltigkeit bei: So trägt die Maßnahme zur sozialen Nachhaltigkeit bei: So trägt die Maßnahme zur wirtschaftlichen Nachhaltigkeit bei:	MARKENWERTE BRANDENBURGS Diese Markenwerte setzen wir damit um: Natürlich & gelassen = Brandenburgs Natur, die Bodenständigkeit und Authentizität der Brandenburgerinnen und Brandenburger selbst Findig & pragmatisch = die schöpferische Kraft, die sich im Land entfalten kann, unkonventionelle, clevere Herangehensweisen, eine „Macher-Mentalität“	Kosten / Aufwände Budget, Personal, ... Zeitplan & wichtige Schritte
PARTNER Diese Partner sind wichtig (lokal, regional, überregional) und so können wir sie zur Mitarbeit gewinnen:	ZIELGRUPPE Diese Zielgruppe wollen wir erreichen und so können wir sie begeistern: ☐ Die Vielseitigen (BeST 1 – Intensivurlauber, nachhaltig) ☐ Die Naturliebenden (BeST 3 – Eintaucher, nachhaltig) ☐ Die Entspannten (BeST 4 – Eintaucher, nicht nachhaltig) ☐ Andere Zielgruppe (z.B. Gastronomie, Politik, ...)	Erfolgsmessung Woran machen wir fest, ob die Maßnahme Erfolg hat?