



Mediadaten

TN-Deutschland

TourismusNewsletterDeutschland

Das Reiseland Nummer eins im Blick
Dreimal wöchentlich. Kompakt. Unabhängig.



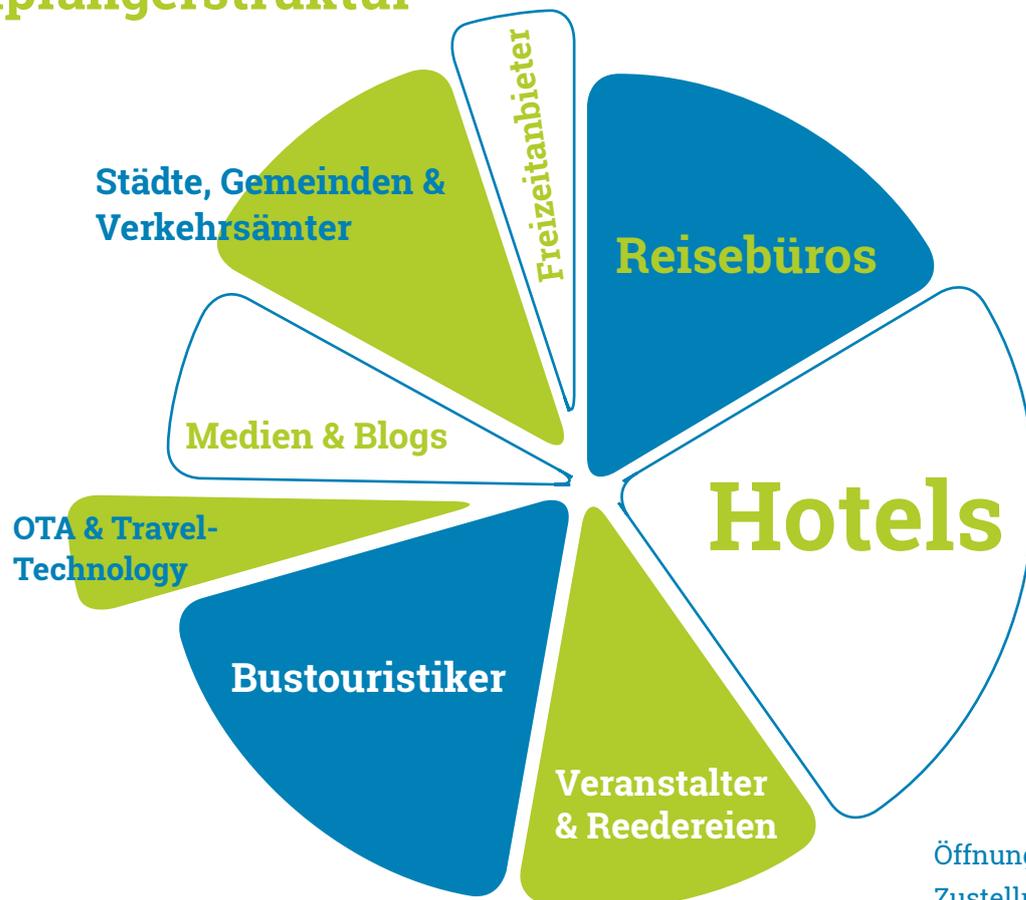
Konzept

Deutschland ist das beliebteste Reiseland der Bundesbürger. Nach Zahlen des DRV und der FUR Reiseanalyse entfällt gut ein Drittel aller Urlaubsbuchungen auf Ziele und Angebote im Inland. Zählt man das stetig wachsende Segment der Kurzreisen hinzu, erwirtschaftet der Deutschlandtourismus schon heute mehr als 50 Prozent des touristischen Gesamtumsatzes. 2015 zählten inländische Hotels, Pensionen, Ferienhäuser und Campingplätze laut Statistischem Bundesamt 436,4 Millionen Übernachtungen – und 2016 waren es noch mehr.

Kein anderes digitales Medium begleitet die Entwicklung des heimischen Reisemarktes und seiner Akteure so wie der TN-Deutschland. Seit 2016 informiert der B2B-Newsletter knapp 20.000 Touristiker, Entscheider und Influencer kompakt über die relevanten Ereignisse, Trends und Entscheidungen des Deutschlandtourismus.

Der TN-Deutschland hat als News-Dienst die Aktivitäten und Herausforderungen heimischer Tourismusorganisationen, regionaler Verkehrsämter und Städte im Blick. Auch das Wichtigste aus Hotellerie und Bustouristik, von Flughäfen und hiesigen Airlines sowie die Entwicklung der Deutschland-Angebote der großen Veranstalter sind im Fokus. Dreimal wöchentlich. Kompakt. Unabhängig.

Empfängerstruktur



Werbeformen

3 ET: Montag, Mittwoch & Freitag

Top-Banner: 1250 € / Woche
(Zusätzliche Platzierung auf der Website)

Eckfeld: 720 € / Woche

Fullbanner 1: 870 € / Woche

Fullbanner 2: 730 € / Woche

Bottom Banner: 660 € / Woche

TEXTTEILANZEIGE

250 € je Schaltung. Platzierung mittig im Newsletter. Max. 500 Zeichen + Link direkt zum Angebot
Textteilanzeige & Advertorial auf unserer Website: 650 €.

Leistung: 1x Textteil im Newsletter mit Link zum vollständigen Advertorial auf der Website. Dort wird das Adverorial als Special 4 Wochen lang angezeigt.

DIGITALE BEILAGE

600 € / Woche für bereits eigenproduzierte Broschüren (z.B. Flipp-PDF)

PRODUKTION DIGITALER BEILAGEN

Preis auf Anfrage

STELLENANZEIGE

150 € Textteil / Woche inkl. Logo
110 € nur Textteil ohne Logo
Je max. 300 Zeichen + Link direkt zum Angebot



MITARBEITER (W/M) RESERVIERUNG (Frontoffice), Hamburg Tel. Kundenberatung, aktiver Verkauf, Buchungsbewicklung, Unterstützung des Backoffice Teams, Ausbildung, Verkaufsstärke, DaVinci, START Amadeus, Kommunikationsstärke, fundierte Zielgebietskennntnisse, Englisch, [Mehi Info](#)

PRODUKTMANAGEMENT bzw. PM-Assistenz Südostasien, Lateinamerika, Ozeanien (m/w), Berlin, Lernreihe Erlebnisreisen, [Mehi Info](#)

RABATTSTAFFEL

ab 2.000 €: 5%

ab 5.000 €: 10%

ab 10.000 €: 15%

ANLIEFERUNG

Spätestens zwei Tage vor dem ersten Aussendungs-termin an media@tn-deutschland.com

Topbanner, Fullbanner und Bottombanner als JPG, PNG oder animiertes GIF.

Maße: 570 x 110 Pixel.

Eckfeld: 260 x 78 Pixel.



TN-Deutschland

Das Reiseland Nummer eins im Blick
Dreimal wöchentlich. Kompakt. Unabhängig.

Top-News Reisesziel Deutschland besonders beliebt
Center Parks Anlage im Allgäu geplant
Mein Fernbus Konkurrenz auch auf der Schiene



Top-News

REISEZIEL DEUTSCHLAND BESONDERS BELIEBT

Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) ist hochzufrieden: Nach dem jüngsten European Travel Monitor steigt die Zahl der Urlaubsreisen aus Europa nach Deutschland kontinuierlich an. Bei den Deutschen rangiert das eigene Land schon lange an erster Stelle - weit vor Spanien, Italien oder der Türkei. Bei den Europäern ist es mittlerweile die zweitbeliebteste Destination, wobei besonders die deutschen Städte die Zugriffe sind. Mit rund 400 Millionen Übernachtungen rechnet das Gastgewerbe in diesem Jahr, 2011 waren es noch 394 Millionen.

LUFTHANSA: GEWERKSCHAFT SAGT STRIKES AB

Erläuterung für Lufthansa-Passagiere: Nach einem Spitzengespräch zwischen der Lufthansa-Führung und der Gewerkschaft Ufo wurden die für den 26., 27. und 30. November angekündigten Strikes der Flugbegleiter abgesagt. Mindestens bis zum „Jobbigel“ am 2. Dezember, zu dem Lufthansa die drei Gewerkschaften Ufo, Verdi und Vereinigung Cockpit eingeladen hat, sollen keine Arbeitskampfe stattfinden. Man habe sich mit Ufo auf Eckpunkte zur Lösung des Tarifkonflikts verständigt, teilt die Fluggesellschaft mit. Die Gewerkschaft betont allerdings, es müssten „nun noch Vereinbarungen getroffen werden, die verbindliche Regelungen enthalten“, um weitere Strikes nach dem 2. Dezember auszuschließen. Ziel ist es, eine Schlichtung zu vereinbaren.

PLANE FÜR NEUEN REISEVERBAND

Rund drei Jahre nach dem gescheiterten Versuch, einen neuen Reisebüro-Verband zu gründen, erfolgt nun ein zweiter Anlauf. Die Initiatoren sind nicht unbekannt: Neben Tino Iserlohe vom Travity Reisecenter in Dortmund gehört auch Marija Linnhoff vom gleichnamigen Reisebüro in Iserlohn dazu. Linnhoff war erst vor zwei Wochen mit ihrer Kandidatur für den Präsidentschaftsposten beim Mittelstandsverband ASR gescheitert. Dem ASR in den sie bis zu den Vorstandswahlen Mitte November ihre Hoffnung gesetzt hatten, trauen sie nach eigener Einschätzung „nicht zu, dass er sich für die Interessen von Reisebüros einsetzt“. Zudem hegt Linnhoff den Verdacht, dass der Verband Mitgliedsbeiträge veruntreut hat. Sie hat daher diese Woche Strafanzeige gegen den ASR erstattet.



Veranstalter & Verkehr

ERNEUTER RÜCKSCHLAG FÜR KASSEL-CALDEN

Nur vier Wochen nach dem Start der Flugverbindung nach Teneriffa hat die Airline Germania bekanntgegeben, dass die Strecke wieder eingestellt wird. Nach Angaben der Fluggesellschaft fällt die wöchentlich bediente Strecke nach dem 7. Januar wieder 2016 weg. Grund sei eine zu schwache Auslastung. Somit bleiben für den Winter nur noch zwei wöchentliche Verbindungen übrig: eine nach Gran Canaria und eine nach Hurghada in Ägypten.

TUI LOB FÜR CALLCENTER

TUI Deutschland verfügt als Touristikbranche derzeit über das beste Callcenter im Land. Das jedenfalls meint das Beratungsunternehmen Lufthansa Consulting nach einer branchenweiten Studie zur Kundenbetreuung über Contact Center. TUI belegte demnach nach eigenen Angaben mit 731 von 1.000 möglichen Punkten den ersten Platz. Untersucht wurde sowohl der Service für Reisebüros als auch für Endverbraucher. TUI landete dabei als eines von zwei Unternehmen in der Kategorie „High Performer“. Die Studie selbst nennt jedoch keine konkreten Namen. Im Schnitt erreichten die untersuchten Unternehmen 587 Punkte in vier Wochen nach dem Start der Flugverbindung nach Teneriffa hat die Airline Germania bekanntgegeben, dass die Strecke

MEIN FERNBUS: KONKURRENZ AUCH AUF DER SCHIENE

Als ob die Fernbus-Konkurrenz nicht schon schmerzliche genug ist, will der Marktführer die Deutsche Bahn jetzt auch beim Kerngeschäft angreifen: Im nächsten Jahr will Mein Fernbus Flexbus eigene Bahnverbindungen starten - zunächst in Österreich und Tschechien. In der neuen Ausgabe des Wirtschaftsmagazins „Capital“ kündigt Mein-Fernbus-Chef Torben Greve an: „Wir haben uns die Domain ‚flirttrain‘ und ‚meinfernzug‘ gesichert. 2016 starten wir erst mal in Österreich und Tschechien.“ Dabei kooperieren sein Unternehmen mit privaten Fernzugbetreibern. „Jedermann wird es auch grüne Züge in Deutschland geben“, so Greve weiter, ohne sich auf einen konkreten Zeitpunkt festzulegen.

Städte & Regionen

CENTER PARKS KOMMT INS ALLGÄU

Die französische Center Parks-Gruppe baut einen Ferienpark zwischen Albstadt im Oberallgäu und Leutkirch in Baden-Württemberg. Die Anlage entsteht auf dem Gelände des ehemaligen Munitionsdepots 'Muna'. Das gesamte Grundstück hat eine Fläche von 184 Hektar. Wo jetzt noch Büsche wachsen, sollen 750 Ferienhäuser und ein überdachter Bade- und Wellness-Bereich mit 20.000 Quadratmetern - "Market Dome" genannt - entstehen. Finanziert wird das 285-Million-Projekt durch die französische Immobiliengruppe 'Eurostic'. Von Land Baden-Württemberg kommen sieben Millionen Euro. Die ersten Besucher sollen Ende 2018 in der Anlage vergnügen.

UPSTALBOOM: WATERKANT-HOTEL IN MECK-POMM

Rund 23 Millionen Euro investiert die Upstalboom Hotel und Freizeit GmbH & Co KG in ein neues Hotel in Mecklenburg-Vorpommern. Das Upstalboom Waterkant Suites entsteht direkt hinter dem Deich in Bögerende im Landkreis Rostock. Das Haus bietet 150 Betten, ein Restaurant sowie einen Wellness- und Spa-Bereich und will zur Sommersaison starten.

Interview der Woche



...mit Jens Hrwald, Geschäftsführer der Bayern Tourismus Marketing GmbH

Herr Hrwald, wie sehen Sie die Entwicklung des Reiselands Bayern? Wir haben gemeinsam mit Herr Dr. Spangig eine konsequente und erfolgreiche Dachmarkenstrategie für das Tourismusland Bayern aufgesetzt. Und wir können anhand der Übernachtungszahlen und dem gestiegenen Interesse der Konsumenten am Urlaubsland Bayern sehen, dass dieser eingeschlagene Weg absolut richtig ist.
Ist es nicht eher auch ausreißend, dass gerade in Bayern die Politik immer mitmischen? Das mag sein. Aber vom Grundriss her ist es völlig in Ordnung, dass die Politik mitredet. Immerhin stellt sie die Gelder für die Tourismusförderung und die meisten Projekte zur Verfügung. Da ist es sogar eine Aufgabe zu überprüfen, dass wir einen vernünftigen Job machen. Wie sieht das Produkt Bayern 2016 aus? Wir haben in der Vergangenheit überwiegend in Produktens gedacht. Doch nun geht es darum, wieder Geschichten zu erzählen, beispielsweise über die Menschen oder die besonderen Orte im Land, die für die Einzigartigkeit Bayerns stehen. Ein Produkt mit einem Preis muss es am Ende auch geben. Aber unsere vorrangige Aufgabe sehen wir jetzt darin, die Inspiration in Gang zu setzen. Die Buchung kommt dann fast automatisch. [Hier weiterlesen](#)

Vertrieb & Marketing

CONTENT-MARKETING: WIE EINE KAMPAGNE GARANTIERT IN DIE HOSE GEHT

Niemand will es, aber es passiert andauernd: eine Kampagne verpufft. Besonders im Bereich Content-Marketing kann man viel falsch machen, weiß Klaus Taubrich, Geschäftsführer der Hamburger Content-Marketing-Agentur Fürst von Martini. Fund Fälle hat er exemplarisch aufbereitet, um zu zeigen, was man unbedingt vermeiden sollte, wenn einem sein Geld etwas wert ist. [Hier weiterlesen](#)



TN-Deutschland Sonderthemen

Einmal im Monat widmet sich der TN-Deutschland in einem monothematischen Newsletter einem für den Deutschlandtourismus wichtigen Sonderthema.

Januar 2017	Special Bus- und Gruppentouristik
Februar 2017	Special Kur- und Wellness
März 2017	ITB-Special
April 2017	Luther-Special: 500 Jahre Reformation
Mai 2017	Städtereisen & Stadtmarketing
Juni 2017	Nord- und Ostsee-Special
Juli 2017	Wanderspecial zum Deutschen Wandertag
August 2017	Special Landurlaub
September 2017	Hotel-Special
Oktober 2017	Flug- und Airport-Special
November 2017	Special Deutscher Tourismustag
Dezember 2017	Winter-Special

WERBEFORMEN SONDERTHEMEN

Top-Banner:	400 €
Eckfeld:	250 €
Fullbanner 1:	300 €
Fullbanner 2:	250 €
Bottom Banner:	220 €



Der TourismusNewsletterDeutschland erreicht gut 20.000 Touristiker, Influencer und Entscheider der Branche. Warum der Dienst gelesen wird?

Ich lese den TN-Deutschland, ...



... weil er punktgenau relevante Destinations-Informationen liefert, kompakt und schnell über die Branche informiert und mit interessanten Interviewpartnern ein breites Themenspektrum abdeckt.

OLIVER DÖRSCHUCK
Touristikchef TUI Deutschland



... weil es für mich als Geschäftsführer einer Landesmarketingorganisation wichtig ist, stets über Entwicklungen im Tourismus informiert zu sein. Der TN-Deutschland informiert zuverlässig und kompakt über alle relevanten Ereignisse und Entscheidungen im Deutschlandtourismus und ist für mich somit eine nützliche und wichtige Informationsquelle.

JENS HUWALD Geschäftsführer Bayern Tourismus Marketing GmbH

... weil er mir die Frage „what's on“ im Deutschlandtourismus zuverlässig und schnell beantwortet.



DR. HEIKE DÖLL-KÖNIG
Geschäftsführerin Tourismus NRW



... weil Urlaub in Deutschland immer wichtiger für uns wird, und wir deshalb täglich informiert sein müssen.

ANDREAS LAMBECK
Geschäftsführer sonnenklar.TV



... weil Themen aufgegriffen werden, die ich in anderen News-Lines nicht lese.

TOBIAS BÜTTNER Geschäftsführer Geoplan Touristik GmbH

... weil ich hier kompakt und zeiteffizient aktuelle und gut recherchierte Beiträge aus der touristischen Wertschöpfungskette erhalte.

DIETER GAUF Hauptgeschäftsführer RDA – Internationaler Bustouristik Verband e. V.



... weil trotz Facebook und Co. der direkte Gedankenaustausch wichtig ist.

BERND FISCHER
Geschäftsführer Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.



... weil er aus der Deutschland-Perspektive interessante Themen journalistisch aufgreift und analysiert - wie auf diese Weise kein anderes Medium.“

MARINA NOBLE Noble Kommunikation



... weil ich interessiert an aktuellen Meldungen bin.

STEFAN ZINDLER
Geschäftsführer Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH



... weil Deutschlandtourismus boomt, und TN Deutschland ist das Medium mit allen relevanten Informationen, um am Ball zu bleiben. 3x pro Woche direkt in die Inbox mit Interviews und News aus der Branche.

OLIVER NÜTZEL Geschäftsführer Regiondo

Kontakt

Anzeigen

Daniel Stender

Tel: 0172-378 96 06

media@tn-deutschland.com



Mahlow Media e.K.

Inhaber: Stephan Mahlow

Am Heideberg 15

56333 Winnigen

Tel. 02606 9636-0

Fax 02606 9636-36

info@mahlow-media.de

www.mahlow-media.de



Verlag

CL Verlag

Christian Leetz

Erkesweg 31

47906 Kempen

Tel. 02152-899 28 65



Chefredaktion

Christian Leetz

Mobil: 0151-46 67 08 06

cl@tn-deutschland.com



CVD

Mona Contzen

mc@tn-deutschland.com



Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

Die AGB sowie die Preisliste gelten für Bannerwerbung und andere Werbeformen, platziert im TourismusNewsletterDeutschland, einem Produkt des CL Verlags.

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden AGB ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen/Banner und anderer Online-Werbeformen im TourismusNewsletterDeutschland sowie auf der Website tn-deutschland.com

2. Der CL Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge abzulehnen, sollte deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstoßen.

3. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den CL Verlag rechtsverbindlich.

4. Anzeigen sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen.

5. Anzeigen oder Werbeformen, die auf Grund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden seitens des CL Verlags mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht.

6. Der Auftraggeber ist verpflichtet, ordnungsgemäße und insbesondere dem Format und technischen Vorgaben entsprechende Werbemittel anzuliefern. Die Anlieferung hat bis spätestens zwei Werktage vor Erscheinen des Werbemittels zu erfolgen.

7. Der CL Verlag gewährleistet eine dem üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Darstellung des angelieferten Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen.

8. Korrekturabzüge werden nur bei Stellenanzeigen geliefert.

9. Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der CL Verlag nicht zu vertreten hat, etwa

wegen Streik, Störungen im Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. Provider, Software-Dienstleister) oder Netzbetreibern, so wird der Auftrag nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit bleibt der Vergütungsanspruch des CL Verlags bestehen.

10. Kündigungen von Werbeaufträgen müssen fristgerecht schriftlich oder per Mail an

media@tn-deutschland.com erfolgen.

11. Stornierungen seitens des Kunden innerhalb von 5 Werktagen vor Schaltungsbeginn werden pauschal mit einer Bearbeitungsgebühr von 25 % des Bruttobuchungsvolumens des jeweiligen Auftrages berechnet. Der Stopp einer Kampagne bei bereits angelaufenen Banner- bzw. Werbeschaltungen ist möglich, der Auftraggeber zahlt in diesem Fall jedoch den vollen Betrag des Bruttobuchungsvolumens.

12. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung innerhalb von 10 Tagen nach Veröffentlichung versendet. Der Rechnungsbetrag ist innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungseingang fällig. Kampagnen werden nach Erscheinen des ersten Banners voll berechnet.

13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie Einziehungskosten berechnet.

Der CL Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen.

14. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des CL Verlags in Kempen.