



Mediadaten

TN-Deutschland

TourismusNewsletterDeutschland

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



Konzept

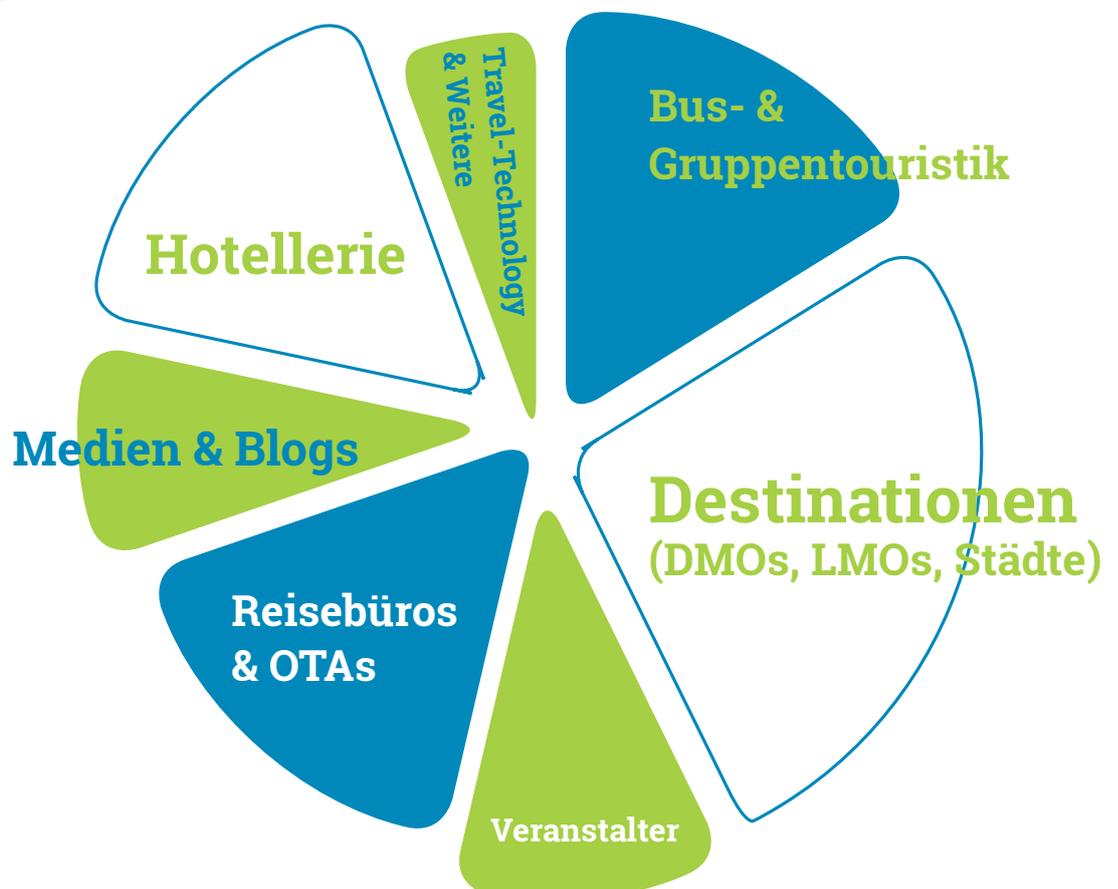
Deutschland ist das beliebteste Reiseland der Bundesbürger. Sieben Rekordjahre in Folge belegen eindrucksvoll die starke Stellung des Reiselandes Deutschland im Markt.

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. 2016 zählten inländische Hotels, Pensionen, Ferienhäuser und Campingplätze laut Statistischem Bundesamt 447,3 Millionen Übernachtungen.

Die Tourismuswirtschaft ist dazu eine der Wachstumsbranchen der deutschen Wirtschaft. Unter Berücksichtigung indirekter und induzierter Effekte ergab sich im Vorjahr eine zurechenbare Bruttowertschöpfung von 213,5 Milliarden Euro. 2,9 Millionen Menschen in Deutschland arbeiten in dieser vielseitigen und dynamischen Querschnittsbranche.

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 18.000 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 und Destinationen, regionaler Verkehrsämter und Städte im Blick. Auch das Wichtigste aus der Bus- und Gruppentouristik, von Flughäfen, Verbänden und hiesigen Airlines sowie die Entwicklung der Deutschland-Angebote der Veranstalter sind im Fokus. Dreimal wöchentlich. Kompakt. Unabhängig.

Empfängerstruktur



Responsive Design auf allen Endgeräten

Werbeformen

3 ET: Montag, Mittwoch & Freitag

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

Eckfeld: 720 € / Woche

Fullbanner 1: 1050 € / 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 Advertorial als Special 4 Wochen lang angezeigt.

DIGITALE BEILAGE

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

PRODUKTION DIGITALER BEILAGEN

Preis auf Anfrage

ANLIEFERUNG

Spätestens zwei Tage vor dem ersten Aussendungstermin 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 Reiseland Deutschland besonders beliebt
Center Parks Anlage im Allgäu geplant
Mein Fernbus Konkurrenz auch auf der Schiene



Top-News

CARAVAN SALON: BESTER START DER MESSEGESCHICHTE
Seit dem Wochenende läuft in Düsseldorf der CARAVAN SALON. Und die Stimmung auf der weltgrößten Messe der Caravaningbranche könnte nicht besser sein. Mehr als 70.000 Besucher kamen bereits an den ersten drei Tagen – ein neuer Rekord. Auf dem Messegelände präsentieren sich noch bis zum 3. September über 600 Aussteller in 13 Hallen.

AIR BERLIN-INSOLVENZ: WER EIN GEBOT ABGEBEN WILL – EIN ÜBERBLICK
Wie die Nachrichtenagentur Reuters unter Berufung auf Insider berichtet, hat der Kranich-Konzern einen niedrigen dreistelligen Millionenbetrag für 50 Maschinen der Air Berlin geboten – für alle Langstreckenflugzeuge, die Maschinen der Tochter Niki sowie die 38 Flugzeuge, die schon im Wet-Lease für Lufthansa abgeben. Doch auch Condor teilt jetzt mit, dass man für eine aktive Beteiligung an der Zukunft von Air Berlin bereitstehe.

RANKING: INTERNATIONALE GÄSTE KÜREN TOP 100-ZIELE IN DEUTSCHLAND
In einem von der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) über ihre Kanäle organisierten Online-Voting haben von September 2016 bis Juni 2017 knapp 22.000 Besucher aus über 60 Ländern ihre Top 100 der deutschen Reiseziele gewählt. Ergebnis: Das Miniatur-Wunderland Hamburg kann auch dieses Jahr seine Spitzenposition bei internationalen Gästen verteidigen. Auf Rang zwei liegt der Europa-Park Rust, Platz drei geht an Schloss Neuschwanstein.



Städte & Regionen

SCHLESWIG-HOLSTEIN: 5,6 PROZENT GÄSTEWACHSTUM
Der Tourismus in Schleswig-Holstein ist weiter im Aufwind. Im ersten Halbjahr 2017 gab es 5,58 Prozent mehr Gäste und 5,8 Prozent mehr Übernachtungen. Damit ist der Zuwachs laut Statistikamt Nord sogar größer als in Hamburg. Größter Gewinner waren im ersten Halbjahr die Campingplätze. Insgesamt gab es auf 273 Plätzen 9,8 Prozent mehr Übernachtungen, an der Nordsee und im Binnenland betrug der Anstieg sogar 14 Prozent. Besonders auffällig ist der Zuwachs in Heiligenhafen: 14,3 Prozent mehr Gäste, 12,4 Prozent mehr Übernachtungen werden im ersten Halbjahr ausgewiesen.

EAT THE WORD-STADTFÜHRUNGEN: JETZT AUCH IN ROSTOCK
Ein veganes Restaurant, eine Traditionsfleischerei, eine besondere Eiswerkstatt – diese und weitere Appetithäppchen sollen Lust machen, Rostocks Altstadt auf die kulinarische Art zu erkunden. Unter dem Titel „Eat the world“ werden seit Kurzem Touren angeboten, auf denen sieben inhabergeführte Läden ausgetastet werden, in denen Gäste jeweils die Spezialität des Hauses verkosten, eat-the-world heret seit 2008 kulinarisch-kulturelle Stadtführungen an und hat inzwischen Touren in 35 deutschen Städten im Programm.

TOURISMUS NRW SUCHT GESUNDHEITSTOURISTISCHE PROJEKTIDEEN
Im Rahmen des EFRE-Förderprojektes „Gesundheitstourismus 4.0“ suchen Tourismus NRW und seine Projektpartner Gesundheitsagentur NRW, Sauerland-Tourismus und Teutoburger Wald Tourismus kleine und mittelständische Unternehmen aus NRW, die im Bereich der Primär- und Sekundärprävention tätig sind und Urlaubsangebote entwickeln möchten. Ausgewählte Unternehmen erhalten eine Innovationsberatung zur Professionalisierung des Angebotes und Hilfe bei der Angebotsentwicklung, bei Marketing, Vertrieb und Qualitätssicherung.

Interview der Woche



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

Flug & Verkehr

VC-KRITIK: PILOTEN HABEN ZU WENIG INFORMATIONEN ZU KRISENGEBIETEN
Piloten erhalten nach Meinung der Vereinigung Cockpit (VC) immer noch keine ausreichenden und unabhängigen Informationen über die Kriegs- und Krisengebiete auf ihren Flügen. Flugkapitäne konnten somit nicht entscheiden, ob der Flug sicher durchgeführt werden kann oder ob besser eine Alternativroute gewählt werden müsste, sagt Markus Wahl, Sprecher der Pilotenvereinigung. Dabei gebe es weltweit eine hohe Zahl von Krisengebieten, gleichzeitig steigt die Anzahl der Flugbewegungen stetig, kritisiert die VC.

TOURISMUSBAHNHOF DES JAHRES GEKÜRT
Der Bahnhof Bayerisch Eisenstein im Nationalpark Bayerischer Wald hat den Titel „Bahnhof des Jahres 2017“ in der Kategorie Tourismusbahnhof gewonnen. Der Bahnhof, durch dessen Gelände die Staatsgrenze zwischen Deutschland und Tschechien verläuft, sei schon historisch „eine Sehenswürdigkeit für sich“, sagt Iris Hegemann vom Deutschen Tourismusverband (DTV). Der modernisierte Wanderbahnhof verfügt mit dem Museum NaturparkWalden zudem über fünf Ausstellungen, unter anderem zur Geschichte des Waldbahnhofs und über den Großen Arber.

FLIXBUS: 20 PROZENT MEHR PASSAGIERE IM SOMMER – NEUER REKORD 2017 ERWARTET
FlixBus meldet neue Rekordzahlen. Im Vergleich zum Vorjahr nutzten diesen Sommer knapp 20 Prozent mehr Fahrgäste im deutschsprachigen Raum das Angebot der grünen Fernbusse. Europaweit stiegen die Passagierzahlen sogar um 30 Prozent. Dabei europaweit an der Spitze der beliebtesten Reisebestimmungen: Berlin. Doch auch neue touristische Destinationen wie Neuschwanstein, die Freizeitparks Europa-Park und Legoland, sowie Rügen und Usedom erfreuten sich stark wachsender Nachfrage.

Vertrieb

TOURISMUSBAHNHOF DES JAHRES GEKÜRT
Der Bahnhof Bayerisch Eisenstein im Nationalpark Bayerischer Wald hat den Titel „Bahnhof des Jahres 2017“ in der Kategorie Tourismusbahnhof gewonnen. Der Bahnhof, durch dessen Gelände die Staatsgrenze zwischen Deutschland und Tschechien verläuft, sei schon historisch „eine Sehenswürdigkeit für sich“, sagt Iris Hegemann vom Deutschen Tourismusverband (DTV). Der modernisierte Wanderbahnhof verfügt mit dem Museum NaturparkWalden zudem über fünf Ausstellungen, unter anderem zur Geschichte des Waldbahnhofs und über den Großen Arber.

FLIXBUS: 20 PROZENT MEHR PASSAGIERE IM SOMMER – NEUER REKORD 2017 ERWARTET
FlixBus meldet neue Rekordzahlen. Im Vergleich zum Vorjahr nutzten diesen Sommer knapp 20 Prozent mehr Fahrgäste im deutschsprachigen Raum das Angebot der grünen Fernbusse. Europaweit stiegen die Passagierzahlen sogar um 30 Prozent. Dabei europaweit an der Spitze der beliebtesten Reisebestimmungen: Berlin. Doch auch neue touristische Destinationen wie Neuschwanstein, die Freizeitparks Europa-Park und Legoland, sowie Rügen und Usedom erfreuten sich stark wachsender Nachfrage.



Diesen Newsletter abbestellen | Impressum | Kontakt | www.tn-deutschland.com

Stellenmarkt

Im Deutschlandtourismus entstehen laufend neue Berufsbilder. Der Stellenmarkt von TN-Deutschland ist ein effektiver Kanal, um Experten aus den Bereichen Produkt & Destination, Vertrieb & Marketing, Kommunikation & Social Media sowie Mobilitäts- und Wegemanagement auf offene Stellen aufmerksam zu machen.

<p>Stellenanzeige</p> <p>Erreichen Sie mit TN-Deutschland.com genau ihre Zielgruppe aus Touristik, Veranstalter und Hotellerie. Ohne Reichweitenverlust und mit 30 Tagen Laufzeit.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 30 Tage Laufzeit ✓ 3 Tage Top-Jobs <hr/> <p>Details anzeigen Preis: 109,00 €</p> <p>Stellenanzeige schalten</p>	<p>Stellenanzeige Pro <i>EMPFEHLUNG</i></p> <p>Leistung der Stellenanzeige zzgl. Veröffentlichung im Newsletter mit 20.000 Abonnenten.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 30 Tage Laufzeit ✓ 10 Tage Top-Jobs ✓ Firmenbranding-Editor ✓ Inkl. Logo ✓ 2 Wochen im Newsletter <hr/> <p>Details anzeigen Preis: 279,00 €</p> <p>Stellenanzeige schalten</p>	<p>Stellenanzeige Plus</p> <p>Leistungen wie Stellenanzeige Pro mit maximaler Laufzeit und 4 Wochen Newsletter Präsenz.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 30 Tage Laufzeit ✓ 20 Tage Top-Jobs ✓ Firmenbranding-Editor ✓ Inkl. Logo ✓ 4 Wochen im Newsletter <hr/> <p>Details anzeigen Preis: 399,00 €</p> <p>Stellenanzeige schalten</p>
--	--	---



[HIER DEMO ANSEHEN](#)

MediaSolutions

Unsere digitale B2C-Lösung löst für Marketingabteilungen eine grundsätzliche Frage: „Wie viel Reichweite gibt es am Ende wirklich? In Kooperation mit Funke Medien NRW garantieren wir bis zu 20.000 Seitenaufrufe auf Ihr digitales Advertorial 4.0 – und dazu rund zwei Millionen Einblendungen des Werbemittels. Unsere „Magvertori- als“ präsentieren Zielgebiete zeitgemäß im Magazin-Stil mit 360-Grad-Bildern usw.

Katalogportal

Deutschlands größtes Katalogportal für inländische Reiseangebote ist das perfekte Schaufenster für Regionen, Destinationen und Veranstalter. Die SEO-optimierte Seite ist dazu bei Google-Suchen nach Begriffen wie „Deutschland Reisekataloge“ stets einer der Top-Treffer. Kosten je Katalog für ein ganzes Jahr: 100 € Einfacher Upload auf www.tn-deutschland.com/reisekataloge



Der TourismusNewsletterDeutschland erreicht gut 18.000 Touristiker, Influencer und Entscheider der Branche. Warum der Dienst gelesen wird?

Ich lese den TN-Deutschland, ...



... weil ich mich mit diesem Newsletter schnell und aktuell über alle wichtigen Akteure im Deutschlandtourismus informieren kann.

CLAUDIA GILLES
Hauptgeschäftsführerin DTV
Deutscher Tourismusverband e.V.



... 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 das Format im Meer der Informationsmöglichkeiten konsequent Ankerpunkte setzt. Darum lese ich den Newsletter gern und häufig.

TOBIAS WOITENDORF
Stellv. Geschäftsführer
Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.



... weil ich hier drei Mal pro Woche relevante News und wissenswerte Hintergrundinfos aus dem Deutschlandtourismus und der digitalen Tourismuswirtschaft übersichtlich aufbereitet erhalte.

BENJAMIN BUHL Geschäftsführer netzvitamine GmbH



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

ANDREAS LAMBECK
Geschäftsführer sonnenklar.TV

... 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 er neben aktuellen Informationen aus den Destinationen auch spannende Interviews und allgemeine Entwicklungen aus Marketing und Vertrieb darstellt.

CAROLIN WULKE
Geschäftsführerin
Die Nordsee GmbH



... 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 Winningen

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.