



Blühende MV-Landschaften vor den Toren Wiens

Nordosten für drei Jahre auf „Die Garten Tulln“ präsent /
Kooperationsvereinbarung mit Niederösterreich geschlossen

Ende Mai wurde der 300 Quadratmeter große MV-Garten auf der Dauerausstellung „Die Garten Tulln“ eröffnet, der in den kommenden drei Jahren mit einem Mini-Meer und typischer Dünenlandschaft für das Urlaubsland werben soll. Zwischen der Niederösterreich Werbung GmbH und dem Tourismusverband MV wurde

unmittelbar vor Eröffnung des Themengartens in Tulln eine Kooperationsvereinbarung geschlossen, die zunächst auf drei Jahre angelegt ist. Sie soll sowohl den Informationsaustausch als auch Werbung fördern, die beiderseitig unterstützend wirkt. Die wechselseitigen Kontakte werden den Zugang zu Medien, Multiplikatoren und Meinungsbildnern erleichtern. Geplant sind neben Workshops und Präsentationen auf der „Garten Tulln“ beispielsweise Aktivitäten zur Verbesserung der Verkehrsverbindungen, Workshops zum Transfer von Marktkenntnissen, Kooperationen mit Reiseveranstaltern und die Zusammenarbeit bei Messen und Veranstaltungen. „Der Garten mit Dünenrosen, Sand, Bühnen, Wasser und Strandkörben wird drei Jahre lang ein schönes Fleckchen Mecklenburg-Vorpommern in Österreich zeigen. Zusammen mit den dort geplanten regelmäßigen



Eröffnung des MV-Gartens in Tulln
Foto: NLK Reinberger

Veranstaltungen soll der angedeutete Ostseestrand möglichst vielen Menschen aus dem Alpenland Lust auf eine Reise in den Nordosten Deutschlands machen“, erklärte Sylvia Bretschneider, Präsidentin des Landtages und des TMV. Ein buntes Veranstaltungsprogramm soll möglichst viele der jährlich rund 250.000 Besucher von „Die Garten Tulln“ auf das Urlaubsland aufmerksam machen: Vom 23. bis 26. Juni erleben Gäste ein Strand- und Piratenfest, am 24. und 25. September ist ein Kürbisfest vorgesehen. Darüber hinaus sollen sich im Herbst die drei Nationalparke aus MV auf „Die Garten Tulln“ präsentieren. Der Aufbau des MV-Gartens in Niederösterreich wurde vom TMV koordiniert und größtenteils auch finanziert. Das Landwirtschaftsministerium begleitet die Umsetzung fachlich, das Landesmarketing steuerte Strandkörbe mit der Aufschrift „MV tut gut“ bei, und der Sand kam über die Tourismuszentrale Rügen direkt von der Insel. Der Garten wurde von sechs Auszubildenden der Fachrichtung Garten- und Landschaftsbau der Fachschule Güstrow-Bockhorst im Rahmen ihrer überbetrieblichen Ausbildung gemeinsam mit sechs Lehrlingen der Fachschule Langenlois aus Niederösterreich gestaltet.

Veranstaltungen soll der angedeutete Ostseestrand möglichst vielen Menschen aus dem Alpenland Lust auf eine Reise in den Nordosten Deutschlands machen“, erklärte Sylvia Bretschneider, Präsidentin des Landtages und des TMV. Ein buntes Veranstaltungsprogramm soll möglichst viele der jährlich rund 250.000 Besucher von „Die Garten Tulln“ auf das Urlaubsland aufmerksam machen: Vom 23. bis 26. Juni erleben Gäste ein Strand-

und Piratenfest, am 24. und 25. September ist ein Kürbisfest vorgesehen. Darüber hinaus sollen sich im Herbst die drei Nationalparke aus MV auf „Die Garten Tulln“ präsentieren. Der Aufbau des MV-Gartens in Niederösterreich wurde vom TMV koordiniert und größtenteils auch finanziert. Das Landwirtschaftsministerium begleitet die Umsetzung fachlich, das Landesmarketing steuerte Strandkörbe mit der Aufschrift „MV tut gut“ bei, und der Sand kam über die Tourismuszentrale Rügen direkt von der Insel. Der Garten wurde von sechs Auszubildenden der Fachrichtung Garten- und Landschaftsbau der Fachschule Güstrow-Bockhorst im Rahmen ihrer überbetrieblichen Ausbildung gemeinsam mit sechs Lehrlingen der Fachschule Langenlois aus Niederösterreich gestaltet.

und Piratenfest, am 24. und 25. September ist ein Kürbisfest vorgesehen. Darüber hinaus sollen sich im Herbst die drei Nationalparke aus MV auf „Die Garten Tulln“ präsentieren. Der Aufbau des MV-Gartens in Niederösterreich wurde vom TMV koordiniert und größtenteils auch finanziert. Das Landwirtschaftsministerium begleitet die Umsetzung fachlich, das Landesmarketing steuerte Strandkörbe mit der Aufschrift „MV tut gut“ bei, und der Sand kam über die Tourismuszentrale Rügen direkt von der Insel. Der Garten wurde von sechs Auszubildenden der Fachrichtung Garten- und Landschaftsbau der Fachschule Güstrow-Bockhorst im Rahmen ihrer überbetrieblichen Ausbildung gemeinsam mit sechs Lehrlingen der Fachschule Langenlois aus Niederösterreich gestaltet.

Der Aufbau des MV-Gartens in Niederösterreich wurde vom TMV koordiniert und größtenteils auch finanziert. Das Landwirtschaftsministerium begleitet die Umsetzung fachlich, das Landesmarketing steuerte Strandkörbe mit der Aufschrift „MV tut gut“ bei, und der Sand kam über die Tourismuszentrale Rügen direkt von der Insel. Der Garten wurde von sechs Auszubildenden der Fachrichtung Garten- und Landschaftsbau der Fachschule Güstrow-Bockhorst im Rahmen ihrer überbetrieblichen Ausbildung gemeinsam mit sechs Lehrlingen der Fachschule Langenlois aus Niederösterreich gestaltet.

Inhalt der Ausgabe

TMV aktuell / Ticker

Workshop-Termine zum Markerkonzept des Urlaubslandes
Kitzbühel: Werbung mit gutem Zweck verbunden

► Seite 2

Hier spricht der Experte

Junior-Chefin Carolin Crohn-Fischer, Küchenchef Richard Crohn und Koch-Azubi Sven Evers von der Ahrenshooper Hof GmbH & Co. KG erklären, worauf es bei einer ausgezeichneten Ausbildung ankommt

► Seite 3

TMV aktuell / Tourismusnachrichten

Erste Wellness-App fürs iPad
Die andere Meinung: DEHOGA gegen Matratzen-Maut
i-Marke für Sellin und Koserow

► Seite 4

Tourismusnachrichten

Das N.I.T. wird 20
Wanderausstellung „Faszination Offshore“
825 Jahre Kloster Doberan

► Seite 5

Vermischtes

Bücher *übers Land*
Schlussendlich
Erfahrungsschatz zu Regionen gefragt
DSFT-Seminar zu viralem Marketing

► Seite 6

Zahl des Monats

250

Gäste aus Politik und Tourismuswirtschaft kamen zum gemeinsamen Sommerfest von Österreich-Werbung und dem Urlaubsland MV am 9. Juni 2011 in die Landesvertretung in Berlin.



Workshop-Termine zum Markenkonzert des Urlaubslandes

Kreative und effektive An- und Grundsätze für das touristische Landesmarketing bis zum Jahr 2022 werden bis September im Rahmen von Workshops mit Tourismusakteuren aus allen Regionen und Fachrichtungen beraten, um eine möglichst große Akzeptanz zu erreichen. Grundlage für die neue Marken- und Kommunikationsstrategie ist die Landestourismuskonzeption, die als Leitziel den weiteren Aufbau der Touris-

musmarke und als erste von elf Leitlinien die Erarbeitung eines Kommunikationskonzeptes benennt. Neben Aussagen zur sog. Markenarchitektur, zu grafischen Elementen, Bildern, Kernthemen und -aussagen wird dieses Konzept auch Vorschläge für einzelne Werbemaßnahmen enthalten. Es soll zunächst für die Kommunikation im Inland ausgerichtet werden, zugleich aber auch auf das Ausland übertragbar sein.

Übersicht zu den Workshops

9.5.: 1. Abstimmung Landesmarketing
1. und 9.6.: Zielgespräche mit FischerAppelt, furore
16.6.: Vorstellung gegenüber TMV-Vorstand
17.6.: Workshop TMV-Abteilungsleiter
21.6.: 2. Abstimmung Landesmarketing

23.6.: Workshop Touristische Regionalverbände und Städte
23.6.: Abstimmung Zwischenergebnisse im Vergabebeirat

24.6.: Workshop Touristische Fachverbände
27.6.: Workshop Touristische Unternehmen
28.6.: Abstimmung mit strategischen Partnern
11.7.: Information für Agenturen, die im Tourismusbereich in MV tätig sind
2.9.: Abstimmung und Freigabe des Konzeptes

23.11.: Tourismustag MV: Präsentation des Marken- und Kommunikationskonzeptes

Werbung mit gutem Zweck verbunden Tourismusverband und Golfverband MV zeigen bei Promi-Turnier in Kitzbühel Flagge

Golfverband und Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern waren Ende Mai Sponsoren beim

Angeboten auch für österreichische Gäste sehr interessant sein“, erklärte Golfverbandspräsident Rüdiger Born das Engagement. Ausrichter des Prominenten-Turniers ist das Golfmagazin, das wie eine Reihe weiterer Zeitschriften zu Urlaubsaktivitäten wie Angeln, Segeln oder Tauchen im Jahr Top Special Verlag aus Hamburg erscheint. Mit dem Medienhaus und der Royal Fishing Kinderhilfe, welcher die



Jens Weißflog und andere Prominente golfen zugunsten der Royal Fishing Kinderhilfe
Foto: Golfmagazin

Golf Magazin Charity Cup 2011 in Kitzbühel, dessen Erlöse der Royal Fishing Kinderhilfe zugute kommen. „Genau wie für die Schweizer kann das Golfen in Mecklenburg-Vorpommern in Kombination mit weiteren touristischen

Erlöse aus dem Wettbewerb zu Gute kommen, haben der Golf- und der Tourismusverband MV in den vergangenen Jahren bereits mehrfach erfolgreich touristisch zusammen-

+++ Tourismus Ticker +++

+++ 125 Jahre Mollie – aus Anlass des Jubiläums ist am 9. Juni eine **Briefmarke der Schmalspurbahn**, die Bad Doberan mit dem Ostseebad Kühlungsborn verbindet, erschienen.

+++ Zwischen Greifswald und Jarmen ist rund um Groß Kiesow ein 20 Kilometer langer **Pilgerweg** entstanden, der von der Kirchengemeinde Groß Kiesow touristisch betreut wird.

+++ Henning Matthiesen ist neuer Geschäftsführender Direktor des Grand Hotel Heiligendamm. Der 38-jährige trat am 1. Juni die Nachfolge von Holger König an, der aus seinem Amt ausscheidet und sich neuen Aufgaben zuwenden will. **+++ Namensänderung:** Der Regionale Fremdenverkehrsverband Vorpommern e.V. heißt nun „**Tourismusverband Vorpommern e.V.**“. Die Mitglieder des Verbandes halten den neuen Namen für zeitgemäßer und prägnanter. **+++ Erste Strandkorbpraline aus Marzipan:** In der Classic Conditorei Röntgen in Steffenshagen bei Rostock ist das süße Souvenir kreiert worden, das Teil der Präsentation der ersten „Export-Tour“ MV, einer vom Wirtschaftsministerium des Landes initiierten Veranstaltung, war. **+++ Zwischen Schweriner Innen- und Außensee** ist eine **neue Marina** entstanden, die neben festen Liegeplätzen auch Gastliegeplätze anbietet.

+++ Neue Attraktion auf der Peene: Ein **schwimmender Wohnwagen** mit einem Katamaran-Unterbau und einem Wohnwagen-Aufbau kann zwischen Demmin und Malchin führerscheinfrei gemietet werden. Der Peene-Camper hat vier feste Schlafplätze und bequeme Einstiegs-

möglichkeiten. (www.bootsurlaub.de) **+++ Das Van der Valk Resort Linstow** ist das **100. Unternehmen in MV**, das mit dem **Siegel „Service-Qualität Deutschland“** zertifiziert worden ist. Die Auszeichnung wurde im Rahmen der Jubiläumsfeierlichkeiten zum 10-jährigen Bestehen des Urlaubs- und Erlebnisparks vorgenommen. **+++ Bereits der 14. ICE trägt den Namen einer Kommune aus Mecklenburg-Vorpommern:** Bundeskanzlerin Angela Merkel taufte am 17. Juni einen Zug auf den Namen „**Ostseebad Binz**“. **+++**

Ausgezeichnet: Berufswunsch zur Berufung gemacht

Junior-Chefin Carolin Crohn-Fischer, Küchenchef Richard Crohn und Koch-Azubi Sven Evers von der Ahrenshooper Hof GmbH & Co. KG erklären, worauf es bei einer ausgezeichneten Ausbildung ankommt

TMV: Frau Crohn-Fischer und Herr Crohn, Sie sind in diesem Jahr mit dem Titel „TopAusbilder 2011“ ausgezeichnet worden. Und Sie Herr Evers haben den REWE-Deutschlandpokal für Koch-Azubis bekommen. Worauf kommt es bei einer guten Ausbildung an?

Carolin Crohn-Fischer und Richard Crohn: Unser Ausbildungskonzept, die gute Zusammenarbeit mit der Berufsschule und die Begleitung der Absolventen in den Beruf waren Anlass, uns für die Auszeichnung zu bewerben. Wir haben selbst unser Handwerk von der „Pike auf“ gelernt und wissen recht gut, wie wichtig Motivation, Anerkennung und Förderung bei der Ausbildung sind. Wir geben den Spaß am Gastgebersein und Kochen weiter und zeigen unseren Auszubildenden, dass aus einem Berufswunsch eine Berufung werden kann.

Sven Evers: Ich hatte es schon im vergangenen Jahr ins Finale geschafft. Das hat mich angespornt, die Herausforderung in diesem Jahr wieder anzunehmen. Beim Training in Vorbereitung auf den Wettbewerb wurde ich von meinen Ausbildern unterstützt. Ich kann mir keinem besseren Ausbildungsbetrieb vorstellen. Den Auszubildenden wird eine hohe Wertschätzung entgegengebracht. Das motiviert, trotz Schichtdienst und hoher Arbeitsbelastung, vor allem in der Saison, mit Kreativität und Spaß an die Arbeit zu gehen.

TMV: Wie stellt sich ihr Betrieb auf den Fachkräftemangel der kommenden Jahre ein?

Crohn-Fischer und Crohn: Natürlich bekommen wir Bewerbungen aus unterschiedlichen Motivationen heraus. Für den einen ist der Beruf eines Kochs die erste Wahl, andere bewerben sich ohne klare Vorstellungen. Für uns ist es wichtig, jedem die gleiche Chance zu geben. Die jungen Menschen selbstbewusst zu machen, sie zu fördern und zu fordern, ihnen das

erforderliche Handwerkszeug zu vermitteln, sie für den Beruf zu begeistern und den Absolventen beim Start ins Berufsleben zu helfen. Das ist neben unserer Arbeit im Betrieb unser Tagesgeschäft als Ausbilder. Ein Betrieb im Gastgewerbe ist auf gutes Personal angewiesen. Mit der Wertschätzung unseren Auszubildenden gegenüber glauben wir, dass wir auch für die Zukunft gut gerüstet sind.



Mitte: Carolin Crohn-Fischer, Richard Crohn und Sven Evers
Foto: Romantik-Hotels

TMV: Herr Evers, welche Bedingungen müssen für Sie erfüllt sein, damit Sie Ihre berufliche Zukunft in MV sehen?

Evers: Wichtig ist, Berufsbilder wie bspw. Koch in den Köpfen der Menschen zu modernisieren sowie die Ausbildungs- und Fachkräftevergütung in Ost und West anzugleichen. Jungen Menschen ist auch ein gutes Freizeitangebot wichtig. Die Mischung muss stimmen, und wenn die Gesamtrechnung aus Beruf, Familie und Privatem aufgeht, lebt es sich in MV sehr gut.

TMV: Welche Unterstützung geben Sie Ihren Auszubildenden?

Crohn-Fischer und Crohn: Nicht alle jungen Facharbeiter finden eine Perspektive in unserem Unternehmen. Ihnen helfen wir beim Einstieg in das Berufsleben, indem wir u. a. die Möglichkeiten der Romantik-Hotels nutzen, um junge Gastronomen bei der Vermittlung europaweit zu unterstützen. Bei „bodenständigen“ Köchen bemühen wir uns, sie in gute regionale Betriebe zu vermitteln. Unterstützt

werden wir auch vom Verein der Köche Fischland-Darß e. V., mit dem eine enge und konstruktive Zusammenarbeit besteht.

TMV: Wie viele Azubis haben Sie, wie viele werden Sie übernehmen?

Crohn-Fischer und Crohn: Aktuell haben wir 20 Auszubildende. Wir übernehmen in diesem Jahr zwei Restaurant-Fachleute sowie einen Konditor. Vier Köche bleiben bis Ende Oktober in unserem Unternehmen.

Andere unterstützen wir bei der Suche nach einem Arbeitsplatz. Einige Gesellen gehen auf Wanderschaft oder vervollständigen ihren Ausbildungsweg mit einem Fachschulbesuch oder einer Zweitausbildung im Hotel- und Gaststättenbereich.

TMV: Was kann in Theorie und Praxis der Ausbildung noch verbessert werden?

Evers: Berufsschule und Praxisbetriebe sollten eng zusammenarbeiten, wie das mein Ausbildungsbetrieb bereits macht. Das

fördert die Ausbildung und kann zu besseren Leistungen beitragen. Auch die Modalitäten der Praxisprüfung sollten auf den Prüfstand. Als Koch-Azubis erhalten wir den Warenkorb erst am Prüfungstag. Zwischen dem Nachdenken über die Menüzusammenstellung, dem Ausführen und der Prüfung bleibt dann wenig Zeit.

TMV: Welche Gerichte bereiten Sie am liebsten zu?

Evers: Ich stelle sehr gerne kalte Vorspeisen, wie Terrinen, Geräucheretes und Schaumbrote her sowie Desserts, wie Mousse, Parfait, Sorbet oder Hippengebäck.

Hotel aus MV doppelt prämiert

Die Ahrenshooper Hof GmbH & Co. KG hat 2011 gleich zwei Prämierungen erhalten. Die Auszeichnung „Top-Ausbilder“ gab es vom Verband der Köche Deutschlands. Den REWE-Deutschland-Pokal, der in der Branche als Karriere-Sprungbrett gilt, holte ein Koch-Azubi des Hauses. Informationen zu den Auszeichnungen: www.vkd.com; www.rewe-foodservice.de

MV mit erster Wellness-App fürs iPad

In der ersten Version präsentieren sich 15 Hotels

Neue Wege im Bereich Marketing und Vertrieb des Tourismusverbandes MV: Zur adäquaten Zielgruppenansprache wurde für MV nun die erste Wellness-Applikation für das iPad entwickelt. Mit ihr können Nutzer das Wellnessland Mecklenburg-Vorpommern in emotionalen Bildern und mit umfangreichen Informationen erleben. Eine ausführliche Darstellung qualifizierter Wellness-Hotels und Orte mit attraktiven Bildern und umfangreichen Informationen schafft den nötigen Überblick. Aus der Applikation heraus kann gebucht werden. Ein hochwertiges Layout optimiert für das iPad, zahlreiche Bildergalerien, Videos, Servicetools wie Routenplanung und Wetter sorgen für einen umfassenden Überblick.

In der ersten Version der App präsentieren sich 15 Wellness-Hotels und zwei Orte aus MV. Voraussichtlich ab Juli 2011 wird die App



Repro: TMV

auch für das iPhone verfügbar sein.

Aktualisierungen der App sind jederzeit möglich. Deshalb haben weitere Interessenten die Möglichkeit, sich und ihr Angebot in der App darzustellen.

Weitere Informationen zur App und den Beteiligungsmöglichkeiten unter www.tmv.de/wellasso.

i-Marke für Sellin und Koserow

Insgesamt 27 Touristinformationen im Land tragen DTV-Siegel

Sellin auf Rügen und Koserow auf Usedom sind am 10. Juni mit der "i"-Marke, dem deutschlandweit einheitlichen Qualitätssiegel für

und Mitarbeiter vor Ort, für Angebote und Leistungen. Nur zufriedene Gäste kommen gern wieder. Sowohl in Sellin als auch in Koserow lag die Aufenthaltsdauer der Gäste im vergangenen Jahr mit jeweils 5,4 Tagen über dem Durchschnitt von Mecklenburg-Vorpommern (4,2 Tage).

Seit 2006 wird das Qualitätssiegel vergeben. In MV sind derzeit 27 Touristinformationen mit der "i"-Marke des Deutschen Tourismusverbandes e. V. (DTV) ausgezeichnet

worden. „Hier gibt es noch Reserven, denn nur etwa jede vierte Touristinformation bei uns im Land besitzt das Qualitätssiegel“, sagte Jürgen Seidel, Minister für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern.



Die Mitarbeiterinnen der Tourist-Info Koserow
Foto: A. Gutsche

Touristinformationen, zertifiziert worden. Koserow hat das Gütesiegel zum ersten Mal bekommen, Sellin wurde nach dem Ablauf von drei Jahren erneut zertifiziert. Die Auszeichnung gibt es für den guten Service der Mitarbeiterinnen

Die andere Meinung

Der DEHOGA kämpft weiter gegen eine Matratzen-Maut

Am 3. Juni veröffentlichte das Obergericht Rheinland-Pfalz in Koblenz Urteile zur so genannten Bettensteuer.



Guido Zöllick
Foto Dehoga MV

Das Gericht hatte überraschenderweise die in Bingen und Trier erhobene „Kultur- und Tourismusförderabgabe“ für rechtmäßig erklärt. Damit widersprachen die Koblenzer Richter dem Ergebnis mehrerer voneinander unabhängiger Rechtsgutachten, wonach die Erhebung so genannter kommunaler Bettensteuern verfassungswidrig sei. Die betreffenden DEHOGA Landesverbände werden eine höchstrichterliche Klärung herbeiführen und Revision beim Bundesverwaltungsgericht in Leipzig einlegen. Der DEHOGA bleibt dabei: Die Bettensteuer ist unverhältnismäßig, ungerecht, bürokratisch und verfassungswidrig. Uns ist klar, dass Kultur und die Entwicklung der touristischen Infrastruktur Geld kostet. Gerade deshalb unterstützen viele Hoteliers seit langem freiwillig Veranstaltungen, Aktionen und Angebote vor Ort. Wenn sich Kommunen nun mit der Bettensteuer befassen, müssen sie bedenken, dass dann die bisher freiwilligen Leistungen der Hotellerie wegfallen könnten. In Mecklenburg-Vorpommern scheinen die Kommunen das verstanden zu haben. Hinzu kommt, dass nicht nur die Hotellerie an den touristischen und kulturellen Angeboten partizipiert. Insofern müssten dann auch alle mit ins Finanzierungsboot steigen. Auch die Bürger der jeweiligen Kommune selbst.

Guido Zöllick
Präsident des DEHOGA Mecklenburg-Vorpommern.

Wanderausstellung „Faszination Offshore“ in vier Häfen zu sehen

Das N.I.T. wird 20 Veranstaltungsreihe im Herbst

Ab Ende Juni ist ein Museumsschiff mit der Wanderausstellung „Faszination Offshore“ in vier Häfen Mecklenburg-Vorpommerns zu sehen. Unter dem Motto „Wind vom Meer für saubere Energie“ bietet die von der Stiftung Offshore-Windenergie initiierte und organisierte Schau Gelegenheit, einen Einblick in die Energiegewinnung auf hoher See zu bekommen.



Besucher finden an Bord Exponate zum Ausprobieren und Erleben, audio-visuelle Vorführungen und Modelle von Offshore-Anlagen so-

wie Informationen zu den Themenbereichen „Netzanbindung“, „Ökologie“ und „Fundamentstrukturen“. Darüber hinaus können sich Interessierte über die Berufsbilder im Offshore-Windenergie-Bereich informieren. Die Wanderausstellung war bereits 2010 in MV zu sehen. 2011 wird das Schiff in vier Häfen in MV festmachen: 30. Juni bis 3. Juli in Wismar, 12. bis 13. Juli in Boltenhagen, 15. bis 19. Juli in Rostock Warnemünde, 21. bis 25. Juli in Stralsund. Weitere Informationen: www.offshore-stiftung.de

Das Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (N.I.T.) blickt auf 20 Jahre Instituts-geschichte zurück und hat für das Jubiläumsjahr eine Veranstaltungsreihe entwickelt, in der aktuelle Entwicklungen und Themen angesprochen und diskutiert werden. Dazu lädt das Institut am 27. Juni, 19. September und 28. November Interessierte aus dem Tourismus und dessen Umfeld zu kurzen Veranstaltungen über Themen der Tourismusforschung bzw. des Tourismusmarketings in seine Räume in Kiel ein. Alle Beiträge sollen einen starken aktuellen Bezug, eine große Praxisnähe und zudem einen wissenschaftlich fundierten Hintergrund haben.

Informationen und Anmeldung zu den Seminaren: www.nit-kiel.de

825 Jahre Kloster Doberan

Festwochenende zum Jubiläum vom 24. bis 26. Juni 2011

Das Kloster Doberan, dessen Klosterkirche zu den bedeutendsten Beispielen der Backsteinarchitektur an der Ostsee zählt, wird in diesem Jahr 825 Jahre alt und wartet anlässlich des Jubiläums mit einem facettenreichen Programm auf. Höhepunkt der Jubiläumsveranstaltungen ist das Festwochenende vom 24. bis zum 26. Juni. Die Kölner Kantorei eröffnet mit einem Festkonzert im Doberaner Münster den Veranstaltungsreigen. Am Samstag und Sonntag können Interessierte von 11.00 Uhr bis



Doberaner Münster
Foto: Thomas Grundner

20.00 Uhr über den „Großen historischen Klostermarkt“ schlendern und dort einem Märchenerzähler lauschen oder bei der „Instrumentenkunde“ mit Sebastian Sack mehr über die Funktionsweise von altertümlichen Instrumenten erfahren. Zudem bietet sich hier die Ge-

legenheit, dem Schauprügen einer Gedenkmedaille beizuwohnen und ein Erinnerungsstück an das 825. Klosterjubiläum mit nach Hause zu nehmen. Zahlreiche Klöster aus MV werden sich der Öffentlichkeit präsentieren.

Eine Theateraufführung mit Szenen aus der bewegten Geschichte der Stadt und des Klosters, an der über 200 Einwohner Bad Doberans mitwirken sowie der Festgottesdienst im Doberaner Münster am Sonntag, 26. Juni, um 9.30 Uhr werden

weitere Höhepunkte sein. Bereits am 19. Juni 2011 wurde das aufwändig renovierte Kornhaus des Klosters wiedereröffnet. Nach einjährigen Sanierungsarbeiten bietet das frühgotische Gebäude nun Platz für ein Café und eine Ausstellung im Eingangsbe-

reich, in der Besucher sich über die Geschichte des Hauses informieren können. Mit einem Saal für Veranstaltungen und mehreren Vereinsräumen soll das Kornhaus künftig wieder seinem Ruf als kulturelles Zentrum der Stadt Bad Doberan gerecht werden.

www.bad-doberan.de

Hintergrund:

Als Grabstätte der Mecklenburgischen Fürsten entwickelte sich das Doberaner Kloster im Mittelalter zu einem geistlichen und politischen Zentrum des Landes. Seine Klosterkirche, das Doberaner Münster, bezeichnet das Landesamt für Denkmalpflege als „das bedeutendste mittelalterliche Bauwerk in Mecklenburg-Vorpommern“. Besonders aufgrund seiner trotz Kriegen und Bilderstürmen hervorragend erhaltenen Innenausstattung gilt die Zisterzienserklosterkirche als europaweit einzigartiges kunsthistorisches Bauwerk. Im Innenraum der im Stile der Backsteingotik erbauten Klosterkirche zieht der älteste Flügelaltar der Kunstgeschichte nicht nur Gläubige und Kunstkenner in seinen Bann.

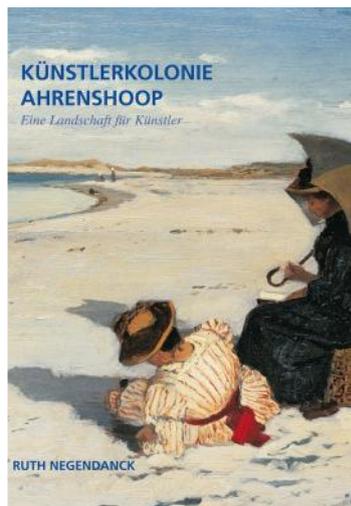
Bücher übers Land

Dr. Ruth Negendanck:

Künstlerkolonie Ahrenshoop – Eine Landschaft für Künstler

In die ergänzte Neuauflage des Buches flossen neue kunstwissenschaftliche und historische Kenntnisse ein. Auch um Künstlerbiografien wurde das Buch ergänzt. Der Leser erhält damit einen umfangreichen Überblick von der Entwicklung der europäischen Künstlerkolonien Anfang des 19. Jahrhunderts bis zu der Geschichte Ahrenshoops als Künstlerort mit zahlreichen Informationen zu Künstlern, die in dem Ort gelebt oder zeitweise gearbeitet haben.

Verlag Atelier im Bauernhaus, 280 Seiten, mehr als 300 Farbbildungen, 35 Euro



Repro: Verlag im Bauernhaus

Schlussendlich (38)

Die Seenplatte – gemächlich, bedächtig, vor sich hin ruhend und damit noch die grenzenlose Steigerung der schon an sich rückständigen Mecklenburg und Vorpommern? Sollte es sie je gegeben haben, sind diese Zeiten ein für alle Mal passé. Auf Seen, Flüssen und Kanälen ist längst ein Wettrennen um die am wenigsten erwartete Innovation im Gange: „Bunbo“, „Lütt Hütt“, „Freecamper“, „Mountain-Waterbikes“ oder „Combi-Tri“ heißen die Ergebnisse der Grübeleien über das spektakulärste Wasserfahrzeug. Hinter den mehr oder weniger erhellenden Namen verbergen sich lenkbare Bungalows, Tretboote mit Schlafkajüte, treibende Wohnwagen, schwimmende Fahrräder und barrierefreie Einmannsegelboote. Und natürlich gibt es auch Flöße mit Zelt und Grill, Kanus mit Glasboden zur Fischbeobachtung sowie allerlei Gefährte mit Solar- oder Elektroantrieb. Sowie die Mecklenburger Schwimmschuh, mit denen auch wenig gottesfürchtige Nutzer ständig mit Jesus verglichen werden. Die Fantasie scheint grenzenlos, und mit Kreativität, die unsachgemäßem Alkoholgebrauch

entspringt, soll das Ganze auch nichts zu tun haben. Eher schon damit, dass der touristische Erfolg im Landesinneren manchmal wohl doch ein wenig geschäftstüchtiger erkämpft und eben auch erdacht werden muss als an der Ostsee. Während man vor der Küste seine Lieben immer noch unbeirrt mit dem Folkeboot durch die Gegend schippert, kann man sich im Feuchtbiotop der Wasserkreativen nicht sicher sein, was einem auf dem nächsten See begegnet. Wassergängige Motorräder? Sessel mit Heckantrieb? Bionik-Wassersläufer? Schleusentaugliche Iglozelte? Tauchfähige Regentonnen? Theoretisch und mit Blick auf das bereits Entstandene scheinen den Kombinationsmöglichkeiten keine Grenzen gesetzt zu sein. Allerdings könnte der nächste Preis auch für die Manövrierfähigkeit neuer Gefährte ausgelobt werden. Denn bis zur Hochsee- oder auch nur Ostseetauglichkeit werden nur die wenigsten Vehikel entwickelt werden können. Und schon Petrus wusste ein Lied davon zu singen, dass nicht jeder, der es versucht, auch über Wasser gehen kann.

Erfahrungsschatz zu Regionen gefragt

Bundeswettbewerb

„Was ich an meiner Region besonders mag“

Die von der Deutschen Post ins Leben gerufene Initiative „Vital in Deutschland“ möchte erfahren, was Menschen an ihrem Ort besonders mögen und ruft zu einem bundesweiten Wettbewerb auf. Dabei nutzt sie das Portal Erfahrungsschatz.net als Plattform, um Erfahrungsberichte zu sammeln und auszuwerten.

Gefragt sind Tipps zu schönen Wanderrouten, lauschigen Plätzen oder schönen Cafés, Museen und kulinarischen Spezialitäten, die eine Region auszeichnen und ihr Lebensqualität verleihen. „Vital in Deutschland“ gibt Lokalpatrioten die Möglichkeit, die Schönheit oder Besonderheit ihrer Regionen für eine interessierte Leserschaft hervorzuheben. Nähere Informationen unter: www.erfahrungsschatz.net.

„Vital in Deutschland“ (vid) ist eine gemeinnützig ausgerichtete Initiative der Deutschen Post, die vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend sowie zahlreichen Kommunen und namhaften Organisationen unterstützt wird.

DSFT-Seminar zu viralem Marketing

Das Deutsche Seminar für Tourismus (DSFT) bietet auch im Juli Seminare für die Tourismusbranche an. Um virale Kampagnen im Social Web geht es am 7. Juli 2011 in Berlin. Das Social Web birgt ein erhebliches Potential für virales Marketing. Wie es genutzt und umgesetzt werden kann vermittelt das Seminar auf Basis bisheriger Erfahrungen und eigener Aktionen der Teilnehmer. Ein Social-Media-Experte begleitet und berät bei der Zieldefinition und Maßnahmenplanung. Übersicht zu den Seminaren: www.dsft-berlin.de

Impressum

Herausgeber:

Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.
Platz der Freundschaft 1 18059 Rostock
Tel.: 0381 40 30 612
presse@auf-nach-mv.de
V.i.S.d.P. Tobias Weitendorf