

Tourismus

in Mecklenburg-Vorpommern

Tourismusverband
Mecklenburg-Vorpommern



Kommunikations- und Markenkonzept 2022 für die Marke Urlaubsland MV liegt vor

Jürgen Seidel: Grundlage für konzentrierte, moderne und
erfolgreiche Positionierung / Arbeit in Kompetenznetzwerken beginnt

Das neue Kommunikations- und Markenkonzept 2022 für die Marke Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern liegt vor. Es entstand im Auftrag des Landestourismusverbandes und in Zusammenarbeit mit der Tourismusbranche Mecklenburg-Vorpommerns und richtet

sich an alle für Tourismusmarketing und -kommunikation Verantwortlichen im Land. Auf 130 Seiten liefert das Konzept die Grundlagen für ein integriertes und effektives

Tourismusmarketing in den kommenden Jahren. „Auch in Zukunft wollen wir unter erschwerten Wettbewerbsbedingungen alles daran setzen, unsere Marktposition zu

festigen und auszubauen. Das Kommunikations- und Markenkonzept 2022 bildet die Grundlage für eine konzentrierte, moderne und erfolgreiche Positionierung am Markt, die nur gemeinsam und abgestimmt gelingen kann“, erklärte Jürgen Seidel, Präsident des Tourismusverbandes MV. Das Konzept zeigt Bedingungen auf, unter denen sich einzelne touristische Akteure einbringen und erfolgreich weiterentwickeln können, und stellt Möglichkeiten vor, wie das Urlaubsland als Ganzes seine

Vermarktung national und international verbessern kann. Damit kann das Urlaubsland, aber auch jeder einzelne touristische Akteur, die Regelkommunikation und Kampagnen passgenau planen, realisieren und steuern.

Neben der Situationsanalyse wurden die wesentlichen **Zielgruppen nach Interessen** (Familien, Aktive/Sportive, Genießer, Vitale, Erlebnisorientierte) sowie **Quellmärkte** (Ostdeutschland, Berlin & Hamburg, Metropolen in West- und Süddeutschland, Mecklenburg-Vorpommern, Entwicklungsmärkte im Ausland) definiert. Zentraler Bestandteil des Konzeptes ist die Positionierung des Urlaubslandes mit dem **Markenversprechen „Hier ist die Welt in Ordnung“**. Ebenso dazu gehört die Definition der drei **Markenzugpferde Natur, Ostsee und Seenplatte**. Die neu entwickelte **Kommunikationsarchitektur** für die Marke Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern bringt alle zentralen Elemente zusammen und legt den Fokus auf vier



**Kommunikations- und
Markenkonzept 2022**
Repro: TMV

Lesen Sie bitte auf Seite 2 weiter

TMV aktuell

Beteiligung am Familienkalender 2013 möglich

► Seite 2

Hier sprechen die Experten: Pro & Contra

Dehoga MV und Gewerkschaft NGG über die ergebnislosen Tarifverhandlungen für das Gastgewerbe

► Seite 3

TMV aktuell / Ticker

Neuer Praxisleitfaden für Gesundheitstourismus in MV

Freie Quartiere für den Sommer bekannt machen

► Seite 4

TMV aktuell

Kampagne für Urlaubswelt „Genuss und Kultur“

TMV auf dem Weltspieltag in Berlin Verein will MV als Gourmetregion etablieren

Reiseführer für Regentage

► Seite 5

TMV aktuell

Neue Hofladenkarte erschienen Entwicklungen im Ostseeraum: TMV plant thematische Workshops

Mit der Ostsee-App gut informiert

► Seite 6

TMV aktuell

Jubiläum beim Unesco-Weltnaturerbe Wellness-Zertifizierung beantragen

Stiftung für Zukunftsfragen: Deutschlandurlaub besser als sein Ruf

► Seite 7

Vermischtes

Bücher *übers Land*

Marina Verbund – Zertifizierungen

DTV-Online-Stellenbörse nutzen

Schlussendlich (48)

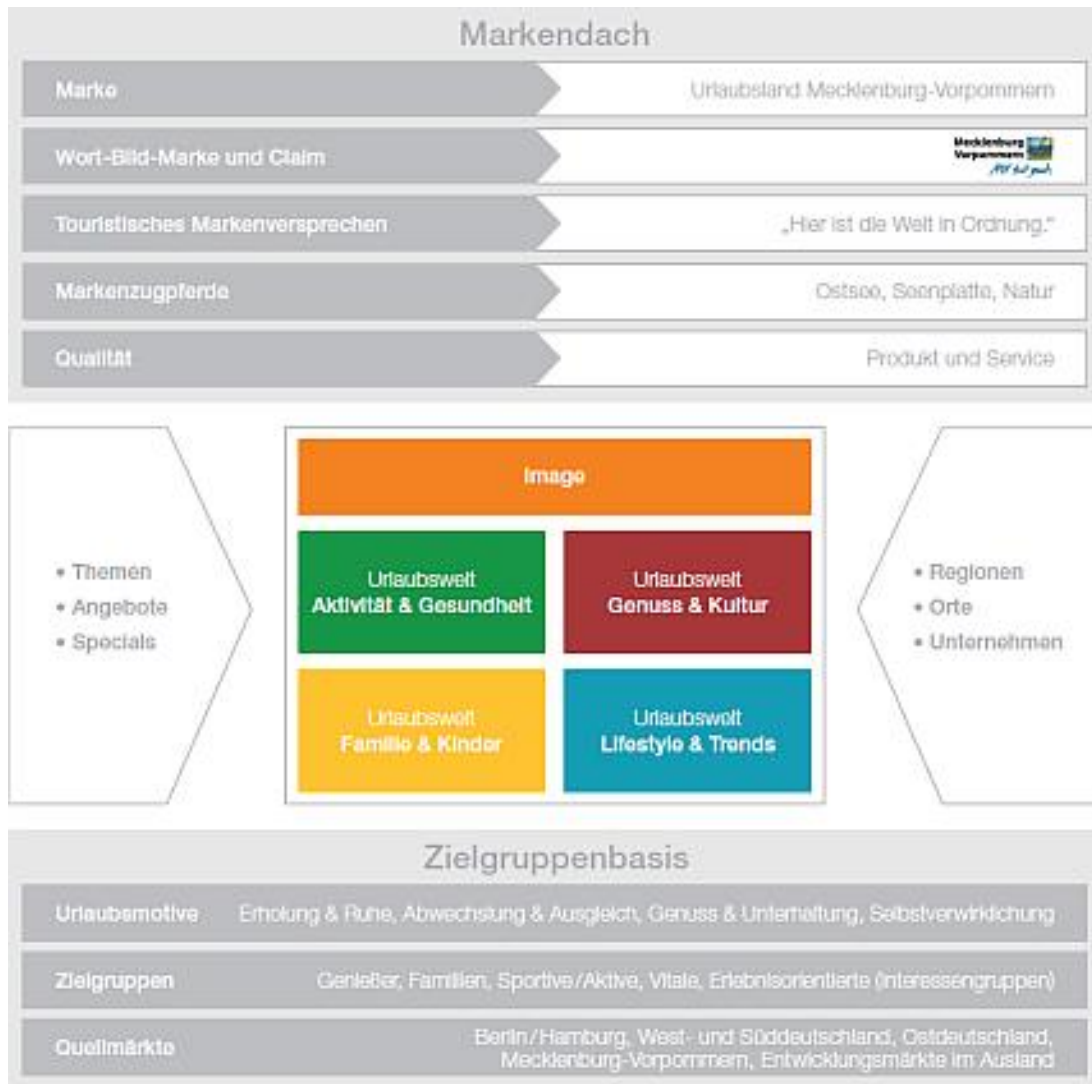
► Seite 8

Zahl des Monats

80.000

Besucher am ZDF-Fußballstrand und auf der Fanpromenade in Heringsdorf sind die Bilanz der Vorrunde der Fußball-Europameisterschaft.





**Die neue Kommunikationsarchitektur für das Urlaubsland MV auf einen Blick
Repro: TMV**

Urlaubswelten: Aktivität & Gesundheit, Familie und Kinder, Genuss & Kultur sowie Lifestyle & Trends. Noch einmal Jürgen Seidel: „Nach der gemeinsamen Erarbeitung des Konzeptes kommt es auf die gemeinsame und konsequente Umsetzung an.“ Die Abstimmung und Arbeitsteilung soll unter anderem über **vier Kompetenznetzwerke** – eines

für jede Urlaubswelt – geschehen. Ein Leitfaden für die Akteure in den Kompetenznetzwerken ist im Internet unter www.tmv.de ebenso herunterzuladen wie das Kommunikations- und Markenkonzept 2022. Ergänzt und konkretisiert wird es durch die aktuelle Ausgabe des Corporate-Design-Handbuchs, dessen Basisdaten ab Ende Juni ebenfalls unter www.tmv.de

zu finden sind, und das Marketing Manual des Tourismusverbandes MV. Derzeit wird in der Folge des Kommunikations- und Markenkonzeptes überdies an der Ausschreibung für die Neukonzeptionierung des Online-Auftritts für das Urlaubsland sowie an einem Positionspapier für das Auslandsmarketing bis 2018 gearbeitet. **Weitere Informationen und Downloads: www.tmv.de**

Beteiligung am Familienkalender 2013 möglich

Auch für das Jahr 2013 wird es den Meck-Pomm Familienkalender, einen praktischen Wandkalender mit Spalten für die Termine der einzelnen Familienmitglieder, geben. Erscheinen wird der Kalender voraussichtlich Ende September mit einer Auflage von 10.000 Exemplaren. Vorgesehen ist sein Einsatz als Giveaway bei Promotionsveranstaltungen und Gewinnspielen. Eingebunden in diese Marketingak-

tion werden wieder Beherbergungsbetriebe, Tourismusorte und Erlebnispartner aus dem Land, die sich besonders der Zielgruppe Familie verschrieben haben. Auf den einzelnen Monatsseiten werden Urlaubsaktivitäten mit den passenden Partnern vorgestellt. Auch im nächsten Jahr wird die Palette der Themen sehr vielseitig sein. Von Ferien auf dem Drahtesel über den Urlaub auf dem Wasser bis zum Urlaub auf dem Bauernhof.

Ergänzt wird der Kalender durch ein monatliches Gewinnspiel auf spielstrand.de mit Verlosung einer Reise nach MV. Für die Ausgabe 2013 des Familienkalenders werden noch interessierte familienfreundliche Partner gesucht, die sich mit einem Bildeintrag im Kalender und am Online-Gewinnspiel beteiligen möchten. **Weitere Informationen: [Mirka Vaarnas, m.vaarnas@auf-nach-mv.de](mailto:Mirka.Vaarnas@auf-nach-mv.de), [Svea Krüger, s.krueger@auf-nach-mv.de](mailto:Svea.Krueger@auf-nach-mv.de)**

Tariferhöhungen im Gastgewerbe durch Gewerkschaft NGG abgelehnt

Uwe Barsewitz, Geschäftsführer des Dehoga MV, über die ergebnislosen Tarifverhandlungen mit der Gewerkschaft NGG

TMV: Die Tarifverhandlungen zwischen dem Hotel- und Gaststättenverband (Dehoga) MV und der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG) sind ergebnislos verhandelt. Sie haben ihre Mitgliedsunternehmen jetzt aufgefordert, die Entgelte selbstständig zu erhöhen. Glauben Sie, dass diese das umsetzen werden?

Uwe Barsewitz: Wir wollen zwar so schnell als möglich einen Tarifaabschluss im Interesse unserer über 20.000 Beschäftigten hinbekommen, aber nicht um den Preis von Unternehmensexistenzen. Die Grenze der wirtschaftlichen Zumutbarkeit ist erreicht. Weil unsere Mitarbeiter unter der starren Haltung der Gewerkschaft nicht weiter leiden sollen, empfehlen wir unseren Mitgliedsunternehmen, die Entgelte selbstständig und eigenverantwortlich zu erhöhen. Unsere Betriebe brauchen Planungssicherheit für ihre Personalkosten. Deshalb, und weil sie sich der Situation auf dem Arbeitsmarkt sehr wohl bewusst sind, werden sie der Empfehlung unseres Präsidenten, Guido Zöllick, sicher folgen.

TMV: Die Gewerkschaft NGG fordert ein Einstiegsstundenlohn von 7,50 Euro und 8,50 Euro für die Tarifgruppe der Berufseinsteiger. Wie weit liegen diese Forderungen von den ihren entfernt?

Barsewitz: Zunächst muss klargestellt werden, dass wir kein anderes Ziel als die Gewerkschaften haben. Unsere Mitarbeiter sollen am Erfolg des Unternehmens partizipieren. Insofern streben wir natürlich auch wettbewerbsfähige Mindestlöhne an. Der Unterschied liegt nur im Zeitpunkt, innerhalb dessen wir die 7,50 Euro oder 8,50 Euro erreichen können. Wir sind für wirtschaftliche verantwortbare Schritte, die NGG will das aus politischem Kalkül kurzfristig erreichen. Es wäre betriebswirtschaftlich gefährlich und volkswirtschaftlicher Unsinn, die Lohnkosten so schnell zu erhöhen, dass

ein nicht geringer Teil der Betriebe auf der Strecke bleibt. Denn bei weitem nicht alle Unternehmen partizipieren vom Tourismus. Es kann doch nicht ernsthaft im Interesse der Gewerkschaften oder der Politik sein, wenn die Betriebe dicht machen und sich ihre Mitarbeiter bei der Arbeitsagentur melden. Nach unserer Berechnung unterscheiden uns nur Stellen hinter dem Komma. In der letzten Verhandlungsrunde lehnten die Gewerkschaftsvertreter unser nochmals erhöhtes Angebot ab, die Entgelte bis Ende 2012 für alle Mitarbeiter um 5 Prozent und in den folgenden zwei Jahren jeweils um weitere 5 Prozent zu erhöhen. Dieser Schritt wäre einmalig in Deutschland.

TMV: Über die Vereinbarung zur Ausbildungsvergütung sind sich der DEHOG MV und die NGG einig. Warum kommt es kurz vor dem Ausbildungsjahr zu keinem Abschluss mit der Gewerkschaft?

Barsewitz: Das müssten Sie die NGG fragen. Wir wollten die Ausbildungsvergütungen im ersten Ausbildungsjahr auf 450 Euro, im zweiten Lehrjahr auf 500 Euro und im dritten Lehrjahr auf 550 Euro erhöhen. Ab Januar 2013 wären die Ausbildungsvergütungen entsprechend der anderen Tariferhöhungen nochmals angehoben worden. Da wir ein einheitliches Entgelttarifwerk wollen, müssen die Ausbildungsentgelte im Zusammenhang mit den anderen Entgelten verhandelt werden. Ein Flickenteppich unterschiedlicher Tarifverträge nützt niemanden.

TMV: Glauben Sie noch an eine Einigung mit der Gewerkschaft?

Barsewitz: Wir schlagen die Tür zu weiteren Verhandlungen mit der NGG nicht zu. Nur müssen beide Seiten aufeinander zugehen. Bisher sind wir nach vorn gegangen und die NGG immer einen Schritt zurück. Bei dieser Taktik kann man sich schwerlich annähern.

Die andere Meinung

„Dehoga riskiert die Zukunft des Gastgewerbes in MV“
Scheitern der Tarifverhandlungen aus Sicht der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG)

Tausende freie Stellen im Gastgewerbe, fehlende Bereitschaft Jugendlicher die Ausbildung im Gastronomie-gewerbe anzufangen und das im Tourismusland Mecklenburg-Vorpommern. Für Tarifverhandlungen scheinbar ein guter Nährboden. Nicht so beim Arbeitgeberverband Dehoga MV, bei den Tarifverhandlungen im Mai 2012 in Rostock.

Mit Mitteln von gestern, Löhnen unterhalb der Armutsgrenze und einer angebotenen Lohnerhöhung die im Jahre 2014 die Marke nicht übersteigen soll. Man setzt also auch in Zukunft darauf, bei der Bezahlung als Schlusslicht der Republik über die Runden zu kommen, so Mario Klepp, Geschäftsführer Gewerkschaft NGG Region Mecklenburg-Vorpommern. Dies ist für die Beschäftigten in unserem Land ein weiterer Schlag ins Gesicht.

Oberhalb dieser Einstiegsbezahlung von 7,15 Euro sieht der Dehoga MV keinerlei Spielraum und riskiert damit sogar das komplette Scheitern der Verhandlung. Selbst für gelernte Kräfte sieht das Angebot der Arbeitgeberseite im Jahre 2014 nur 7,78 Euro vor. Dies liegt beispielsweise schon heute mehrere hundert Euro unter dem Niveau von Thüringen als einem der Schlusslichter in der Branche.

Um die Sache rund zu machen akzeptiert der Dehoga MV nicht einmal vor dem Start des neuen Ausbildungsjahres eine Vereinbarung zur Auszubildendenvergütung, obwohl diese fertig und akzeptiert in der Schublade liegt.

Neue Terminvorschläge zu weiteren Verhandlungen liegen der Gewerkschaft NGG nicht vor. Auch einen Schlichter aus der Landespolitik akzeptiert der Dehoga MV nicht. Damit ist Abwanderung von Fachkräften einer ganzen Branche wohl von Arbeitgeberseite einkalkuliert.

Neuer Praxisleitfaden für Gesundheitstourismus in MV

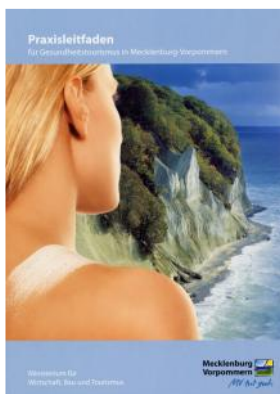
Kompendium liefert Know-how zu den Themen Wellness, Prävention und Rehabilitation

Der Praxisleitfaden für den Gesundheitstourismus in MV ist mit vielen Hintergrundinformationen und praktischen Tipps zu den Themen Wellness, Prävention und Rehabilitation erschienen. Er richtet sich an gesundheitstouristische Einrichtungen, Kur- und Erholungsorte und Dienstleister aus der Gesundheitswirtschaft.

An dem vom Ministerium für Wirtschaft, Bau und Tourismus Mecklenburg-Vorpommern herausgegebenen Leitfaden haben unter Leitung des TMV, das Baltic College Schwerin, die BioCon Valley GmbH und der Bäderverband MV mitgewirkt.

Der Ratgeber soll auf dem Weg helfen, MV zu einer führenden Gesundheitsregion zu entwickeln. Dabei können sich die Anbieter eines Gesundheitsurlaubes auf eine wachsende Nachfrage einstellen. Wie aus einer Analyse des Instituts für Freizeitwirtschaft hervorgeht, steigt die Zahl gesundheitsorientierter Reisen bis zum Jahre 2020 auf 5,56 Millionen und die der Interessenten an einem solchen Urlaub auf 13,1 Millionen.

Der Praxisleitfaden listet unter anderem erforderliche Standards, Fördermöglichkeiten, Rechts- und Haftungsfragen und eine Beschreibung von Zielgruppen auf und hilft bei der Marktbearbeitung und im Qualitätsmanagement. Die Autoren bescheinigen MV ideale



Repro: TMV

Voraussetzungen für einen gesundheitsbezogenen Tourismus. „Dazu gehören die reichen Vorkommen von natürlichen Heilmitteln wie Sole, Kreide und Moor, ein gesundheitsförderndes Reizklima, intakte Landschaften, eine gute Wasserqualität, eine hohe Sonnenscheindauer, moderne Ho-

tels, Kliniken und Rehabilitationseinrichtungen und eine führende Position in der europäischen Bädertradition“, sagte Jürgen Seidel, Präsident des Tourismusverbandes MV. Nicht zuletzt garantiere ein qualifiziertes Personal den gewünschten Erfolg.

Weitere Informationen:

Carolin Bartel, c.bartel@aufnach-mv.de

Download des Praxisleitfadens: tmv.de/praxisleitfaden

Freie Quartiere für den Sommer bekannt machen

Der Verband Mecklenburgischer Ostseebäder e. V. präsentiert ab Juni auf seiner neuen Internetseite noch freie Unterkünfte für die Sommermonate an der Ostseeküste Mecklenburg. Damit sollen auch Spontanreisende ihr passendes Urlaubsquartier finden. Gastgeber, die in den Sommermonaten Juli bis September noch freie Quartiere anzubieten haben, können diese ab Juni 2012 in einer neuen Rubrik auf der Internetseite www.ostseeferien.de präsentieren. Durch die ständig aktualisierte Übersicht erfährt der Spontan-

reisende, welche Gastgeber für seinen Reisezeitraum in Frage kommen und kann diese direkt kontaktieren. Die neue Rubrik bietet damit einen praktischen Mehrwert für Internetnutzer und Gastgeber. Für Mitglieder des Verbandes ist der Listeneintrag in der Rubrik „Freie Quartiere im Sommer“ kostenfrei. Nichtmitglieder zahlen eine einmalige Aufwandspauschale von 25 Euro netto.

Weitere Informationen: Melanie Jeschke, Tel.: 038203 776113, presse@ostseeferien.de

+++ Tourismus Ticker +++

+++ Vorpommern ist jetzt online unter **deutschlands-sonnendeck.de** erreichbar. Das neue Portal richtet sich vorrangig an potenzielle Fachkräfte, Auszubildende und Studenten, die hier wichtige Informationen zum Leben, Wohnen und Arbeiten in Vorpommern erhalten. Stellen- und Ausbildungs- als auch Wohnungsangebote, und viele weitere Regionalinformationen werden angeboten. **+++** Premium-Ausbildung für Golfer:

Deutschlands erste Premium-Golf-schule liegt im **Land Fleesensee**. Der Golf & Country Club Fleesensee wurde durch die DQS GmbH und PGA of Germany zertifiziert. Dabei wurden u. a. Driving Range und Trainingsbereich, Kurzspielmöglichkeiten und Kursangebote berücksichtigt.

+++ Die Insel-**Usedom-Facebook-seite begrüßte** den **10.000. Fan**: Aus 20 verschiedenen Ländern stammen diese, mehr als 90 Prozent jedoch aus Deutschland. Als kleines „Dankeschön“ für die zahlreichen Eintragungen auf der Fanpage verschenkte die Usedom Tourismus GmbH zwei Usedom-Strandstühle sowie zwei Tickets für die ZDF-Zuschauerarena. **+++** Die **IHK Neubrandenburg** hat erstmals **„TOP-Ausbildungsbetriebe“ gekürt**. Ausgezeichnet wurde u. a. der **Campingplatzbetreiber „Haveltourist“** aus Userin / Groß Quassow. Die Firma bildet seit über zehn Jahren Hotelkaufleute sowie Kaufleute für Freizeit und Tourismus aus und betreibt neun Campingplätze in der Mecklenburgischen Seenplatte. **+++** Die **Marina Boltenhagen** geht bei der Gästebetreuung neue Wege: Statt eines **Ha-**

fenmeisters ist ein **Touristikkaufmann** Ansprechpartner für Besucher. Die Weiße Wiek mit Marina, Werft und TUI Hotels will ihren Kunden so einen optimalen Service bieten. **+++** Die **ZDF-Fußballbühne in Heringsdorf auf Usedom** bringt der Insel eine **steigende Nachfrage von Touristen**. Bei der Usedom Tourismus GmbH wurde am ersten Sendetag des ZDF eine Verdreifachung der Klicks auf www.usedom.de festgestellt. Laut Polizeiangaben haben die ersten 18 Spiele 16.000 Zuschauer live am Strand verfolgt, also im Schnitt von ca. 900 Fußballfans je Spieltag.

+++

+++

Kampagne für Urlaubswelt „Genuss und Kultur“

Der Tourismusverband MV hat zum Start der Schlossfestspiele Schwerin eine Werbekampagne für die Urlaubswelt „Genuss und Kultur“ umgesetzt.

Mit Großplakaten in Hamburg und Plakatwerbung in Schwerin, Rostock, Wismar und Lübeck, Online-Werbung im Raum Hamburg, einem PR-Paket sowie 500.000 Beilegern in Hamburger Abendblatt, Schweriner Volkszeitung, Ostsee-Zeitung, Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlag sowie Märkischer Allgemeinen sollen potenzielle Besucher der Schlossfestspiele auf diesen kulturellen Höhepunkt aufmerksam gemacht werden. Auf einer Promotion-Tour werden Besucher zudem u. a. in Rostock, Stralsund, Kühlungsborn, Waren/Müritz und Rerik direkt mittels eines Gewinnspiels angesprochen.

Erstmals wird in diesem Jahr ein großes Roncalli-Zelt zur Bühne für die Schlossfestspiele in Schwerin, das etablierte Klassik-Festival, das gleichzeitig jährlicher Höhepunkt im Kultursommer der Landeshaupt-



Montage: WERK3

fololia.com (face and hands of mime with dark make-up / Igor Korionov; Funny screaming mime in white hat / Igor Korionov; underwater / THE SIMPLIFY), Schloss Schwerin / timmallrich.de

stadt ist. Vom 15. Juni bis 22. Juli 2012 sind 30 Vorstellungen des „Bajazzo“ auf dem Alten Garten zwischen Schweriner Schloss, Staatlichem Museum und Mecklenburgischem Staatstheater zu erleben.

Ansprechpartner:
Tobias Weitendorf,
t.weitendorf@auf-nach-mv.de

Tourismusverband MV auf dem Weltspieltag in Berlin

Bereits zum dritten Mal in Folge präsentierte sich der TMV Anfang Juni beim Weltspieltag auf dem Alexanderplatz in Berlin. Drei Tage konnten Familien im MV-Zelt ein buntes Programm mit Gewinnspielaktion und vielen Aktivitäten erleben. Mit dabei waren die Erlebnispartner Ozeaneum und der Rostocker Zoo vom Netzwerk „Wie tickt Natur“. Für viel Begeisterung bei den Kindern sorgte der Erlebnis-Parcour, bei



Weltspieltag 2012
Foto: TMV

dem es verschiedene Aufgaben zu erfüllen gab. Am Ende hielten die Kinder ihren eigenen Spielstrand-Entdeckerpass in den Händen, der zwei Jahre lang zum kostenfreien Eintritt in die führenden Erlebniswelten Mecklenburg-Vor-

pommerns – Ozeaneum Stralsund, Müritzeum Waren (Müritz), Zoo Rostock und Nationalpark-Zentrum Königsstuhl Sassnitz – berechtigt. Als Hotelpartner mit vor Ort war das Kurhotel Heringsdorf, das im Rahmen der Gewinnspielaktion einen attraktiven Familienurlaub mit fünf Übernachtungen für zwei Erwachsene und drei Kinder bereitstellte. Leuchtende Kinderaugen bescherten vor al-

lem auch die Walking-Acts der Urlaubsbotschafter Maria und Viktor. MV präsentierte sich während des Weltspieltages als Familienurlaubsland und konnte zahlreiche potenzielle Urlaubsgäste vor allem aus dem Raum Berlin überzeugen.

Verein will MV als Gourmetregion etablieren

Das kulinarische Potenzial Mecklenburg-Vorpommerns stärker zum Tragen zu bringen und eine ausgezeichnete Gastronomiekultur zu fördern, diese Aufgabe hat sich jetzt die neue Initiative „So schmeckt Mecklenburg-Vorpommern“ auf die Fahnen geschrieben. Die Firma Güstrower Schlossquell ist erster Förderer und will gemeinsam mit kreativen Köchen und Gastronomen das Bundesland vor allem über die Landesgrenzen hinaus als Gourmetregi-



Übergabe des ersten Güstriesiegels an den Gastronomen Toni Münsterreicher, Foto: PR v. Hoyningen-Huene

on etablieren und so Genießer aus ganz Deutschland ansprechen. Die offizielle Vorstellung von „So schmeckt Mecklenburg-Vorpommern“ war Ende Mai in der „Strandhalle Binz“. Gemeinsame Aktivitäten sollen das Bundesland auf Augenhöhe mit etablierten Genussregionen Deutschlands bringen. Geplant sind regelmäßige gemeinschaftliche Aktivitäten wie Showkoch-Aktionen zu jahreszeitlichen Themen, gemeinsame touristische Gourmetangebote, das Publizieren von Rezepten, Auftritte bei öffentlichen Anlässen in ganz Deutschland sowie Kooperationen mit Initiativen anderer Regionen, um MV zu einer anerkannten Genussregion zu machen.

Reiseführer für Regentage

„Damit Sie nicht im Regen stehen“, so der Titel des Schlechtwetterreiseführers für Rügen, Stralsund und Umgebung, der pünktlich zur Sommersaison 2012 im Hinstorff Verlag erschienen ist. In ihm werden 97 Ausflugsziele vorgestellt, die neben einem schützenden Dach über dem Kopf noch Weiteres zu bieten haben. Museen, Brauereiführungen, der Besuch von Handwerkerläden und Werkstätten sind nur einige der Tipps, die das Buch vorstellt.

Neue Hofladenkarte lädt zum Landausflug ein

Mit der neuen, inzwischen 3. Auflage der Hofladenkarte MV kann der Ausflug zum Einkauf bei den Erzeugern ländlicher Produkte und deren Genuss geplant werden. Geboten werden regionale Produkte und schmackhafte Landküche in malerischer Umgebung. Von rustikal bis romantisch – Imker, Bäcker und Landwirte laden zum Probieren und Genießen ein. Erstmals wird in der neuen Auflage auch auf Orte hingewiesen, an denen interessierte Handwerkswaren erhalten, darunter Töpfergut, Seifen oder Kleidung.

Von den insgesamt 85 Anbietern präsentieren sich 34 zum ersten Mal in der Karte. So gibt es zum Beispiel Kaffee und Nüsse von Ostseekaffee, der Rügener Kaffeerösterei, Bioprodukte bei „Bauer Korl's“ oder Spargel und Kartoffeln von Bauer Lange. Besondere Wildprodukte und Liköre sind im Hofladen Dräger erhältlich.

Und für die Liebhaber von süßen Sachen bieten Karls Erlebnis-Dorf Erdbeeren und Marmelade oder der Gutshof Woldzegarten Torten und Kuchen. Mit einer Auflage von 60.000 Exemplaren wird



Cover Hofladenkarte: Landurlaub MV

die Hofladenkarte auf regionalen und überregionalen Messen, Veranstaltungen, über Gästeanfragen aus dem Internet sowie Touristinformationen und Ausflugszielen in MV vertrieben.

Bestellungen: Verein Landurlaub, landurlaub@m-vp.de, www.landurlaub.m-vp.de

Entwicklungen im Ostseeraum: TMV plant thematische Workshops

Am 11. und 12. September 2012 bietet der Tourismusverband MV touristischen Institutionen sowie klein- und mittelständischen Unternehmen aus dem Land die Möglichkeit, sich über aktuelle Trends und Entwicklungen im Ostseeraum und darüber hinaus zu informieren. Dazu werden zwei Workshops mit folgenden inhaltlichen Themenschwerpunkten angeboten:

Im **Maritim-Workshop**, am 11. September 2012 in Kühlungsborn, stellen internationale Experten aus den Ländern Litauen, Russland, Polen, Dänemark und Deutschland die aktuellen maritimen Strukturen und Entwicklungspotentiale in den entsprechenden Ostseeanrainerländern vor.

Im **Workshop zum Auslandsmarketing**, am 12. September 2012 in Gremmelin, präsentieren Vertreter der Deutschen Zentrale für Tourismus und des Tourismusverbandes MV Aktivitäten zum Aus-

landsmarketing sowie Projektideen zur grenzüberschreitenden Zusammenarbeit im Ostseeraum.

In beiden Workshops werden zudem aktuelle Ergebnisse einer Anfang des Jahres 2012 durchgeführten Marktforschungsanalyse durch das Institut dwif-Consulting GmbH vorgestellt. Der Fokus der Präsentation liegt u. a. auf der Positionierung und den möglichen Potentialen Mecklenburg-Vorpommerns im Ostseeraum.

Die Workshops finden im Rahmen des EU-Projektes „Enjoy South Baltic!“ in Kooperation mit den Ländern Litauen und Polen statt. Die Teilnahme an den Workshops ist kostenfrei und erfolgt auf Einladung. Seminarsprache ist Deutsch, mit ausgewählten Beiträgen in englischer Sprache.

Bei Interesse und für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an Johannes Volkmar, j.volkmar@auf-nach-mv.de

Mit der Ostsee-App gut informiert im Land unterwegs

Mit der Ostsee-App, von der Firma AP Marketing in Bergen auf Rügen, entwickelt und vermarktet von der Ostsee-Zeitung in Kooperation mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern, holen sich Urlauber alle Informationen einfach und bequem aufs Handy. Zurzeit gibt es die Ostsee-App für die Hansestadt Rostock sowie die Inseln Rügen und Usedom. In Kürze sollen auch andere Regionen verfügbar sein, darunter die Hansestädte Wismar, Greifswald und Stralsund sowie die Region Fischland-Darß-Zingst.

Unter dem Titel „Seenplatte MV“ wol-



Repro: TMV

len sich drei Verbände gemeinsam präsentieren: der Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte, der Tourismusverband Mecklenburgische Schweiz, und der Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin. Als Spezialisten für die Region werden sie die Inhalte für die App liefern. „Dank der Kompetenz der Fachverbände kann mit der Ostsee-App ein umfassendes Angebot offeriert werden, das Gäste schnell und unkompliziert durchs Urlaubsland lotst“, sagte Jörg Skorupski, stellvertretender Anzeigenleiter der Ostsee-Zeitung. Geplant ist neben Informationen zu Sehenswürdigkeiten, Ausflugszielen, Freizeitaktivitäten etc. auch ein Veranstaltungskalender. Die Tickets können dann gleich über die App gebucht werden. „Das Land der 1000 Seen“ kann kostenlos über die Ostsee-App aufs Handy geladen werden und wird darüber hinaus auch als eigenständige App "Seenplatte MV" vermarktet.

Jubiläum beim Unesco-Weltnaturerbe

Nationalpark Jasmund feiert am 23. Juni 2012 sein einjähriges Bestehen im Nationalpark-Zentrum Königsstuhl

Die Ernennung zum Unesco-Weltnaturerbe „Buchenurwälder der Karpaten und Alte Buchenwälder Deutschlands“ ist für den Nationalpark Jasmund Anlass, den Welterbetag im Nationalpark-Zentrum Königsstuhl zu feiern. Der Welterbetag steht unter dem Motto „Welterbe – weltoffen“. In Zusammenarbeit mit dem Nationalparkamt bietet das Nationalpark-Zentrum den gan-



Foto: Nationalpark-Zentrum Königsstuhl

zen Tag verschiedene Aktionen zum Mitmachen, Staunen und Informieren an. Geplant sind Aktionen, wie die Welterbewerkstatt, eine Fotowanderung, geführte Wanderungen ins Welterbe und der Welterbetalk. Das Sonder-

postamt hält für Sammler einen Sonderstempel und Exemplare der Sonderbriefmarke "Nationalpark Jasmund" bereit.

Seit kurzem ist bekannt, dass die Stadt Sassnitz offiziell den Titel Unesco-Weltnaturerbe tragen darf. Die offizielle Übergabe der Unesco-Weltnaturerbe-Urkunde an die Stadt Sassnitz wird am Welterbetag im Nationalpark-Zentrum Königsstuhl stattfinden.

„Dass Sassnitz den Unesco-Titel tragen darf, ist eine Sensation. Ich freue mich für die Stadt Sassnitz, sie haben diese Ehrung verdient“, betont Ulf Steiner, Geschäftsführer des Nationalpark-Zentrums Königsstuhl.

Wer mit dem Welterbe-Coupon erscheint, erhält 50 Prozent Ermäßigung auf den Eintrittspreis, kann den Welterbe-Bus zwischen Sassnitz und Königsstuhl kostenlos nutzen und auch vergünstigt auf dem Parkplatz Hagen parken.

Welterbe-Coupon zum downloaden und ausdrucken: www.koenigsstuhl.com/576.html

Stiftung für Zukunftsfragen:

Deutschlandurlaub besser als sein Ruf

Das Image vom Urlaub in Deutschland ist schlechter als die Realität. Nur etwa jeder vierte Deutsche erwartet hier ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Vor Ort fanden dieses dann aber rund die Hälfte aller Urlauber vor. Und auch bei dem zweiten großen Vorurteil „gutes Wetter“ übertraf die Realität die Vorstellung ebenfalls deutlich – wenn auch auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau. Bei den weiteren Merkmalen zeigten die einzelnen Haupturlaubsregionen im Norden und Süden der Republik unterschiedliche Stärken, aber auch Schwächen. Dabei haben die Feriengebiete in Bayern ein vergleichsweise hervorragendes Image. Bei so hohen Erwartungen ist es fast logisch, dass einige Ur-

lauber enttäuscht feststellen, dass nicht alle Vorstellungen erfüllt werden. So werden u. a. die „Anzahl an Sehenswürdigkeiten“ und die „Familienfreundlichkeit“ negativ bewertet. Demgegenüber übertrifft Bayern in Punkto „schöne Landschaft“ und „Gastfreundschaft“ sogar noch die Vorstellungen. Die Ostsee in Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern übertrifft das eigene Bild vor allem in Hinblick auf die „schöne Landschaft“, kann dagegen jedoch bezüglich „Kinderfreundlichkeit“ nur bedingt punkten und bleibt auch in den Bereichen „Ausflugziele“ und „Kontrast zum Alltag“ hinter den Erwartungen zurück. Infos zur Forschungsstudie: www.stiftungfuerzukunftsfragen.de

Wellness-Zertifizierung jetzt beantragen

Ein Blick auf Zielgruppen und Wettbewerb im Tourismus macht deutlich, dass Qualitätsansprüche hier eine große Rolle spielen. Die starke Position die MV aus dieser Sicht im deutschen Tourismusmarkt einnimmt, gilt es auch künftig auszubauen.

Für den Wellness-Tourismus bietet der Deutsche Wellness Verband die Chance, sich objektiv bewerten und zertifizieren zu lassen. Das Deutsche Wellness Zertifikat kann für Hotels, Spa-Bereiche, Thermen und Freizeitbäder sowie für Medical Wellness Be-

DEUTSCHES
WELLNESS ZERTIFIKAT



WELLNESS®

PREMIUM
SEHR GUT

Zertifikat des Deutschen Wellness Verbandes

Repro: TMV

etriebe beantragt werden. Wer die einheitlichen Bewertungskriterien erfüllt, erhält das deutschlandweit einheitliche Prüfsiegel des Deutschen Wellness Verbandes. Das Zertifikat ist zwei Jahre gültig. Geprüft werden Aspekte wie Funktion und Qualität, Kundenfreundlichkeit und Fachkompetenz, Pflege/Sauberkeit sowie Ausstattung und Angebot des Betriebes. Der Deutsche Wellness Verband unterscheidet bei der Prüfung zwischen Basis- und Premium-Zertifikat, wobei das Premium-Zertifikat in den Prädikatsstufen „Sehr gut“, „Gut“ und „Exzellente“ verliehen werden kann.

Eine finanzielle Unterstützung der nunmehr etablierten Zertifikate des Deutschen Wellness Verbandes ist ab 2012 nicht mehr möglich. Der Tourismusverband MV unterstützt jedoch auch zukünftig zertifizierte Betriebe in MV marketing- und medienseitig. Weitere Informationen und Antragsunterlagen: www.tmv.de/gesund, Carolin Bartel, Tel.: 0381 4030 624, c.bartel@auf-nach-mv.de.

Bücher übers Land

Karin Iden: So kochten wir in Mecklenburg-Vorpommern

Karin Iden reist gern durch Mecklenburg-Vorpommern, fühlt sich hier wohl und ist immer auf der Suche nach kulinarischen Köstlichkeiten. Sie präsentiert mit in ihrem Buch eine umfassende Sammlung regionaltypischer und traditioneller Gerichte. Die Autorin hat die von ihrer Großmutter liebevoll gesammelten Rezepte behutsam den heutigen Gegebenheiten angepasst, bewahrte dabei jedoch die Einmaligkeit der landestypischen Küche. Unterhaltsame Zusatzinformationen über Land und Leute sowie Platz für Notizen und weitere Rezepte machen dieses Kochbuch zu einem prakti-



Repro: TMV

schen Küchenbegleiter und zu einem tollen Andenken an den vergangenen Urlaub. **Hinstorff Verlag, 128 Seiten, 14,99 Euro**

Schlussendlich (48)

Nachdem nun Sicherheit darüber besteht, dass es sich beim neuen Fußball-Europameister um Deutschland handeln wird, ist die wohl wesentlichste Frage rund um dieses Großereignis zur Zufriedenheit und Beruhigung der meisten Deutschen geklärt. Denn zur Erinnerung: Es geht ja nicht um Mc Donalds, Coca Cola oder Tourismus, sondern um den allseits beliebten Mannschaftssport Fußball und vielleicht sogar um solche etwas aus der Zeit und der millionenschweren Sportart gefallenen Ideale wie Sports- oder Teamgeist. Übertragen wird trotz der vorfristigen Entscheidung über den Titelträger im öffentlich-rechtlichen Fernsehen weiterhin, unter anderem ja von einer der Lieblingsinseln der Deutschen, von Usedom. Am Fußballstrand des ZDF steigt das Interesse spür- und sichtbar an, was zur Folge hat, dass weniger das sonore Schwappen unbeeindruckter Wellen an den Strand hörbar wird als tatsächlich eine EM-ähnliche Atmosphäre. Live vom Liegestuhl, sozusagen. Gut für den Sender und seine zwei moderierenden Protagonisten auf der Ostseebühne, gut auch für die Insel und ihre zwei Ostseeländer, von denen das eine Europameister und das andere eine inzwischen ausgeschiedene Ausrichtung ist.

Auch mit Blick auf diesen bedauernden Umstand war die Vergabe der Berichterstattung an den deutschen und nicht den polnischen Teil der Insel eine goldrichtige Entscheidung. Man stelle sich vor, es hätten die Polen und nicht die Deutschen die Vorrunde überstanden und den Titel geholt: „Auf Sand gebaut“, „Wenn die Strandkörbe Trauer tragen“ oder „Im Osten geht die Sonne unter“ wären im deutschen Blättermischwald noch die harmloseren Titelzeilen zum Fußballstrand gewesen. So aber entsteht an der Heringsdorfer Seebrücke langsam wirklich so etwas wie Fußballfieber, und schon heute darf man sich auf die Titelfeier mit anschließendem Bad in der Ostsee freuen. Vielleicht zeigt Olli Kahn dann einen Hechtsprung in die Fluten. Kurios nur, dass des Usedomers anschwellende Glückseligkeit die Enttäuschung von manch anderem Touristiker ist. Gilt doch gemeinhin, dass die Reisemotivation der Deutschen so lange gedämpft ist, wie die deutsche Mannschaft im Turnier bleibt. Ergo: Voller ZDF-Fußballstrand kann heißen: leere Zimmer woanders im Land. So groß die Freude über den EM-Titel auch ausfällt – auf Dauer ist das auch kein Zustand.

Marina Verbund setzt auf Zertifizierungen

Der Marina Verbund Ostsee e.V. (MVO) beschreitet mit seinen Mitgliedshäfen neue Wege im Bereich der Zertifizierung. „Wir wollen den Kunden der Marinas die größtmögliche Transparenz bieten aber auch einen neuen, höheren Standard festlegen.“, so Falk Morgenstern, Vorstandsvorsitzender des MVO. Der Marina Verbund Ostsee ist die erste Organisation, die sich nun fast komplett, vom International Marine Certification Institute mit Sitz in Brüssel nach den neuen Standardvorgaben zertifizieren lässt. Die Zusage von 14 internationalen Mitgliedshäfen im Verbund liegt bereits vor. Zu ihnen gehören in MV der Barther-Yacht-Service, die Marina Boltenhagen, der Bootshafen Kühlungsborn, die Marina Wiek auf Rügen, die Marina-Lagunenstadt Ueckermünde, der Port Gager, die Marina Neuhoft, die Yachthafenresidenz Hohe Düne und die Marina Kröslin.

www.marinaverbundostsee.de

DTV-Online-Stellenbörse kostenfrei nutzbar

Um Stellen- oder Ausbildungsangebote mit dem passenden Kandidaten zusammen zu bringen, startete der Deutsche Tourismusverband e. V. (DTV) die Pilotphase einer neuen Online-Stellenbörse.

Die bundesweite DTV-Online-Stellenbörse ist offen für den gesamten Deutschlandtourismus und ein kostenloses Angebot für alle direkten und indirekten DTV-Mitglieder. Qualifizierte Fachkräfte sind branchenübergreifend begehrt. Wer sich gut auffindbar präsentiert, ist seinem Mitbewerber einen Schritt voraus. Denn vor dem Wettbewerb um den Gast steht künftig der Wettbewerb um den Auszubildenden, um die Mitarbeiter.

Weitere Informationen: Susanne Hubert, Tel.: 030 856215123, deutschertourismusverband.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 Woitendorf