

Tourismus

in Mecklenburg-Vorpommern

Tourismusverband
Mecklenburg-Vorpommern



Kooperation zwischen Tourismus und Gesundheitswirtschaft

Tourismusverband und BioCon Valley wollen enger zusammenarbeiten

Der Tourismusverband MV und der Verein BioCon Valley MV arbeiten im Gesundheitstourismus noch enger zusammen. Eine entsprechende Kooperationsvereinbarung unterzeichneten Jürgen Seidel, Präsident des Landestourismusverbandes, und Dr. Dagmar Braun, Vorstandsvorsitzende

beim Verein BioCon Valley Anfang Juli im Rahmen der Branchenkonferenz Gesundheitswirtschaft. Ziel der Zusammenarbeit ist es, weitere gesundheitstouristische

Produkte in MV zu entwickeln und die Entwicklungschancen in dem Bereich noch besser zu

nutzen. „Die kommenden Jahre werden entscheidend sein für den weiteren Aufbau von Produkten und Strukturen im Gesundheitstourismus. Daran wollen der Tourismusverband und BioCon Valley gemeinsam arbeiten und die Brücken zwischen Tourismus- und Gesundheitsbranche stabilisieren“, erklärte Jürgen Seidel, Präsident des TMV. Mit Blick auf die insgesamt älter werdende Bevölkerung werde es für MV wichtiger, Menschen anzusprechen, die aktiv etwas für ihre Gesundheit tun und dafür auch reisen und zahlen wollen“, ergänzte er. Mit der Kooperationsvereinbarung wird die

bereits bestehende Zusammenarbeit der beiden Institutionen inhaltlich konkretisiert und aktualisiert. Ein wesentlicher Gegenstand ist die gemeinsame Umsetzung von Jahresplänen zu strategischem Marketing, Qualitätsmanagement und Produktentwicklungen. Vorge-

sehen ist unter anderem die weitere Mitarbeit des TMV in der Strategiegruppe IV „Gesundheitstourismus“ des Kuratoriums für Gesundheitswirtschaft. Zugleich wird der Verein BioCon Valley an der Umsetzung des neuen touristischen Kommunikations- und Markenkonzeptes

2022 des Landes MV und dabei insbesondere an einer der vier Urlaubswelten („Aktivität und Gesundheit“) mitarbeiten. Auch zum barrierefreien Tourismus und zur Arbeit der beim Tourismusverband eingerichteten Servicezentrale „Tourismus für alle“ sollen Abstimmungen erfolgen. Darüber hinaus vereinbarten die beiden Vereine eine Zusammenarbeit mit dem Landesnetzwerk MV des Projektes „Gut drauf“ der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, eine abgestimmte Öffentlichkeitsarbeit zu gesundheitstouristischen Themen sowie den gegenseitigen Austausch von statistischen Daten und Studien.



Dr. Dagmar Braun, BioCon Valley und Jürgen Seidel nach Unterzeichnung der Vereinbarung
Foto: TMV

Inhalt der Ausgabe

TMV aktuell / Ticker

Neues Internet-Portal für die Ostsee Kompetenznetzwerke nehmen Arbeit auf

► Seite 2

Hier spricht der Experte

Dörthe Hausmann, Geschäftsführerin der Usedom Tourismus GmbH (UTG), über ihre Aufgaben, Pläne und die Entwicklung der Marketingorganisation

► Seite 3

TMV aktuell

Positive Halbbilanz bei den Schlossfestspielen Schwerin Wettbewerb „Land-Art“ geht in die nächste Runde

2. Strandkorbfest auf der Garten Tulln war Besuchermagnet

► Seite 4

TMV aktuell / Tourismusnachrichten

Künstlerische Unikate gesucht

Positive EM-Bilanz für die Insel Usedom

Tourismusverbände für Erhalt des Flughafens Heringsdorf

Fahrradtourismus: Kongress EUROBIKE Travel Talk im August

► Seite 5

Vermischtes

Bücher *übers Land*

Termine für Schlösserherbst 2012 jetzt mitteilen

Haus-zu-Haus Reiseauskunft für eigene Website

► Seite 6

Zahl des Monats

Rund

5.400

Ferienhäuser, -wohnungen und Privatzimmer in MV sind durch den DTV mit 1 bis 5 Sternen klassifiziert. Rund 2.700 von ihnen tragen 4 Sterne und 600 insgesamt 5 Sterne.



Neues Internet-Portal für die Ostsee

Workshops Mitte September 2012 geplant

Im Rahmen des Projektes „Enjoy South Baltic!“ (ESB), im EU-Programm Südliche Ostsee, wurde in Zusammenarbeit mit Projektpartnern aus Litauen und Polen die Grundlage für das Internetportal mit Informationen zur Destination Ostsee geschaffen, das jetzt unter balticsea.travel an den Start gegangen ist. Das Portal will Inter-

B2B und B2C Kontakte, geplant. Neben der Darstellung von Projekten und derzeit rund 150 Themen und Highlights der Destination in den ersten zwei Bereichen, werden in der geplanten dritten Sektion länderübergreifende Routen und Tourenvorschläge präsentiert. Diese werden nach Themen von den jeweiligen Projektpartnern in Zusammenarbeit mit nationalen Reiseveranstaltern und Partnern bis Ende des Jahres erarbeitet. Neben dem weiteren Ausbau der Internetseite und dem Ziel einer ostseeumspannenden Darstellung wird derzeit eine Internetkampagne unter Einbindung zusätzlicher mobiler Applikationen sowie sozialer Netzwerke entwickelt.



Internetportal balticsea.travel
Repro: TMV

esse für die Reiseregion Ostsee in ausgewählten Quellmärkten, wie der Schweiz, Österreich, Russland und Grossbritannien vermitteln. Eine Anfang des Jahres durchgeführte Marktforschungsanalyse lieferte dafür die Basis. Für Interessierte steht diese unter balticsea.travel/esbp zum Download bereit.

In Erweiterung des Portals ist eine Teilung der Internetseite in drei Sektionen, mit Informationen für

Internetportal und ESB-Projekt sind konkrete Ergebnisse des Ostsee-Tourismus-Forums 2009 in Vilnius. In diesem Jahr treffen sich die Teilnehmer vom 14. bis 16. November 2012. in MV und Seeland.

Weitere Informationen zum ESB-Projekt und speziell zur Marktforschungsanalyse bietet der Tourismusverband MV Mitte September im Rahmen von zwei geplanten Workshops. Anmeldungen: Johannes Volkmar, Tel.: 0381 4030 663, j.volkmar@auf-nach-mv.de

+++ Tourismus Ticker +++

+++ **Knut Schäfer**, der Marketing- und Pressechef bei der Stralsunder Reederei Weiße Flotte, wird ab Oktober **neuer Kurdirektor** im Ostseebad **Binz** auf Rügen. +++ Am 18. August 2012 zeigen Golfer im **Land Fleesensee** Flagge. Der Golf & Country Club Fleesensee veranstaltet unter der Schirmherrschaft des Innenministers von MV das Charity-Golfturnier „**Golf gegen Rechts**“, bei dem bis zu 100 Golfspieler, die sich bei dem Turnier mit Spenden für Initiativen gegen Rechtsextremismus in MV engagieren wollen, erwartet werden. +++ Das Penthouse der **Strandresidenz Kühlungsborn** in Mecklenburg-Vorpommern erreichte mit 1.297 Punkten den bundesweit höchsten Punktestand in der **Premium-Kategorie „5 Sterne“ bei der Klassifizierung der Ferienunterkünfte Deutschlands** durch den Deutschen Tourismusverband (DTV) +++ Unter dem Titel „**Kirchliche Angebote am Ostseeradweg 2012**“ hat das Zentrum kirchlicher Dienste des Evangelisch-Lutherischen Kirchenkreises Mecklenburg jetzt einen **Flyer** mit Angeboten der Kirchen entlang des gesamten Ostseeradweges veröffentlicht. +++ Zwei neue **touristische Hinweisschilder** an der **Autobahn 19** weisen die aus Norden und Süden kommenden Autofahrer auf die Inselstadt **Malchow** hin. Mit Unterstützung des Tourismusverbandes Mecklenburgische Seenplatte ist es gelungen, die Schilder an den Abfahrten der A 19 nach Malchow aufzustellen. +++ Mit einem **Klick zu Guts- und Klosterküchen**: Zu kulinarischen Streifzügen in Häuser mit individuellem Charme will die neue Internetseite des Tourismusverbandes Mecklenburgische Schweiz einladen. Dazu sind 14 besondere Adressen für Feinschmecker in Guts- und Klosterküchen zusammengefasst. (www.mecklenburgische-schweiz.com) +++ Die **Leuchttürme am Kap Arkona** auf der Insel Rügen, sind das neue Motiv auf den im Juli veröffentlichten **Sonderbriefmarken** des Bundesfinanzministeriums. Damit würdigt das Ministerium unter anderem die Bedeutung von Kap Arkona als Orientierungspunkt für die Schifffahrt über mehrere Jahrhunderte hinweg. +++

Kompetenznetzwerke nehmen Arbeit auf

Das Kommunikations- und Markenkonzept 2022 für die Marke Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern liegt vor. Nach der gemeinsamen Erarbeitung des Konzeptes kommt es nun auf die gemeinsame und konsequente Umsetzung an. Die Abstimmung und Arbeitsteilung wird über vier Kompetenznetzwerke, eines für jede Urlaubswelt (UW), geschehen. Erste Treffen der berufenen Akteure in den Kompetenznetzwerken sind bereits terminiert:

UW Familie & Kinder: 14.9.2012

UW Aktivität & Gesundheit: 23.11.2012

UW Genuss & Kultur: 9.10.2012

UW Lifestyle & Trends: 16.10.2012

Das Kommunikations- und Markenhandbuch im PDF-Format kann unter www.tmv.de heruntergeladen werden. Ergänzt und konkretisiert wird es durch die aktuelle Ausgabe des Corporate-Design-Handbuches, dessen Basisdaten ebenfalls unter www.tmv.de zu finden sind, und das Marketing Manual des TMV. Informationen und Downloads: www.tmv.de

Optimale Positionierung der Insel Usedom durch Bündelung aller Kräfte

Dörthe Hausmann, Geschäftsführerin der Usedom Tourismus GmbH (UTG), über ihre Aufgaben, Pläne und die Entwicklung der Marketingorganisation

TMV: Sie sind seit Juli 2012 Geschäftsführerin der UTG. Wie sehen Sie das Unternehmen aufgestellt?

Dörthe Hausmann: Ich möchte einen Neuanfang mit der UTG wagen und hoffe hier viele Partner ins Boot zu holen. Nur gemeinsam haben wir die Chance neue Gäste aus unseren Quellmärkten zu einer Reise zu bewegen und ihnen diese zu einem Erlebnis zu machen, welches zum Wiederkommen anregt. Wir werden zukünftig gemeinsame Marketing- und Vertriebskonzepte für die Urlaubsregion Insel Usedom entwickeln. Ein abgestimmter Marketingplan für die gesamte Insel Usedom ist eine Grundvoraussetzung für ein zielgerichtetes und professionelles Arbeiten einer Marketingorganisation wie der UTG.

Dabei stellt sich die Frage, ob wir eine genügende finanzielle Ausstattung haben, um eine optimale Umsetzung dieses regionalen Marketingplans zu garantieren. Wenn wir in Zukunft die Urlaubsregion Insel Usedom und die einzelnen Orte mit ihren Schwerpunktangeboten gebündelt nach Sachthemen in den Mittelpunkt unserer Arbeit stellen wollen, benötigen wir eine Finanzierung, die regional geprägte Konzepte stärker trägt als bisher.

TMV: Mit welchen Visionen und Zielen wollen Sie die Arbeit der kommenden Jahre gestalten?

Hausmann: Gemeinsam mit dem Tourismusverband Insel Usedom e. V. arbeiten wir an der Fortschreibung des Tourismuskonzeptes Insel Usedom 2015. Wir möchten durch eine hohe Authentizität die Insel Usedom erlebbar machen und das Thema Ostseeinsel Usedom so gestalten, dass es im Kopfkino Bilder hervorruft: lange feinsandige Ostseestrände, Sonnenuntergänge die sich im Meer spiegeln, Lichtspiele, die seit Jahren Künstler nach Usedom gezo-

gen haben, ein Hinterland, das zu langen Radtouren z.B. auf dem Feiningradweg einlädt, kulturelle Höhepunkte mit unserer historischen Bäderarchitektur als Kulisse.

Wir wollen uns als qualitativ hochwertige Destination positionieren, das Flugprodukt gezielt nutzen, um internationale Märkte stärker als bisher zu erschließen, für eine Saisonverlängerung werben und uns langfristig als Ganzjahresziel etablieren.

TMV: Werden Sie sich für den Flughafen auf Usedom stark machen?

Hausmann: Das Thema Infrastruktur ist für den Tourismus auf der Insel Usedom von hoher Bedeutung. Aufgrund der Topografie der Insel müssen wir nach Wegen suchen, die zu einer Entlastung der Straßen führen. Dort sind öffentliche Verkehrsmittel wie die UBB mit guten Angeboten für die Reisenden ebenso wichtig wie ein Flughafen, der Reisende aus weiter entfernten Quellmärkten schnell und bequem an ihren Urlaubsort bringt. Wir freuen uns, dass wir in den letzten Jahren Airlines gewinnen konnten, die ein umfangreiches Flugangebot aufgebaut haben. Derzeit wird die Insel Usedom von 11 Städten aus Deutschland, Österreich, Polen und der Schweiz angefliegen. Besonders im internationalen Kontext und im Hinblick eines Zusammenwachsens Europas mit unseren polnischen Nachbarn ist der Flughafen Heringsdorf ein Alleinstellungsmerkmal, das man nicht unterschätzen darf. Das hohe Engagement der Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft Hoteliers am Flughafen Heringsdorf/Insel Usedom (ArGe) hat dies erst ermöglicht. Besonders für die Erschließung neuer Quellmärkte und den Ausbau des internationalen Geschäfts ist der Flughafen Heringsdorf unerlässlich.

TMV: Wie soll die Kontinuität im



Dörthe Hausmann, neue Geschäftsführerin der Usedom Tourismus GmbH
Foto: UTG

Marketing für die Insel wieder stabilisiert werden?

Hausmann: In der letzten Zeit hatten wir durch das Sonderprojekt EM Studio in Heringsdorf alle Hände voll zu tun. Jetzt gehen wir zum Tagesgeschäft über, arbeiten dies auf und schaffen mit allen Partnern gemeinsam die Grundlagen für eine langfristige, sachbezogene Zusammenarbeit die auf ein Miteinander und Zusammenwachsen aller touristischen Akteure der Insel setzt. Dies wird sich im Marketing Konzept für 2013 widerspiegeln, welches in den nächsten Monaten gemeinsam erarbeitet wird.

TMV: Werden Sie auf eine kontinuierliche Zusammenarbeit mit dem Landestourismusverband MV setzen?

Hausmann: Wir freuen uns auf eine enge Kooperation mit dem TMV, weil wir hier Partner haben, die qualitativ hochwertige Arbeit leisten. Bei der Umsetzung des Kommunikations- und Markenkonzeptes möchten wir unsere lokalen Partner mitnehmen, daher benötigen wir hier noch Zeit, um für die Konzentration in der Vermarktung zu werben und den Nutzen für die Insel Usedom herauszustellen. Um zukünftig nachhaltig zu wachsen, müssen wir Kräfte bündeln und auf Synergien in der Vermarktung setzen, die eine optimale Positionierung der Region Insel Usedom im Tourismusmarketing des Landes Mecklenburg Vorpommern ermöglichen.

Positive Halbzeitbilanz bei den Schlossfestspielen Schwerin

Halbzeit bei den diesjährigen Schweriner Schlossfestspielen: Das Mecklenburgische Staatstheater verkaufte oder reservierte bis Anfang Juli 30.000 Karten und zeigte sich mit der Resonanz zufrieden. Die Besucherzahl war laut Generalintendant Joachim Kümritz zu diesem Zeitpunkt deutlich höher als im Vorjahr. „2011 hatten wir am Ende der Schlossfestspiele insgesamt 30.000 Besucher.“ Präsentiert wird in diesem Jahr noch bis zum 22. Juli die Oper „Der Bajazzo“ im Zelt des Zirkus Roncalli. Der Tourismusverband MV hat die Schlossfestspiele Schwerin zum Start in diesem Jahr im Rahmen des neuen Marken- und Kommunikationskonzeptes MV



**Plakatwerbung
Schlossfestspiele
Montage: Werk3**

mit einer Kampagne in den Städten Hamburg, Schwerin, Rostock, Wismar und Lübeck unterstützt.

2. Strandkorbfest auf der Garten Tulln war Besuchermagnet

Beim 2. Strandkorbfest Mecklenburg-Vorpommern hatten auch in diesem Jahr Besucher und Besucherinnen der Garten Tulln in Niederösterreich am 23. und 24. Juni die Möglichkeit, sich über einen Urlaub an der Ostsee zu informieren. Neben der Dauerausstellung im MV-Garten wurden erstmalig Mini-Segelbootregatten mit Modellbooten im Teich vor dem Restaurant der Garten Tulln durchgeführt. Unter fachmännischer Einweisung eines Rostocker Hobbyseglers zu grundlegenden Segeltechniken und -begrifflichkeiten



**Strandkorbgewinner
Foto: TMV**

wurden die Gäste eingeladen, die bis zu 1,60 Meter hohen Modelle als Freizeitkapitän frei oder in kleineren Wettbewerben über das Wasser zu steuern. Besucher konnten sich ein Strandkorbfoto in Form einer Postkarte anfertigen

lassen. Der Strandkorb, gesponsert durch die Usedom Tourismus GmbH, wurde an eine Familie in Wien verlost. Neben Informationen und Neuigkeiten zum Urlaubsland und einem Entdeckerparcours für Kinder präsentierte sich MV auch kulinarisch. Fischbrötchen und Sanddornzuckerwatte sowie Bier, gesponsert durch die Rostocker Brauerei, und Erfrischungsgetränke, gesponsert durch Glashäger, rundeten das Programm ab. Die Aktivitäten um die Garten Tulln sind ein Baustein der über die vergangenen Jahre intensivierten Marktbearbeitung in Österreich.

Auch in den kommenden Jahren ist der Fokus auf Österreich, als wichtiger ausländischer Quellmarkt, gerichtet. Kontakte und Beteiligungsmöglichkeiten finden Sie im aktuellen Marketing Manual unter www.tmv.de

Wettbewerb „Land-Art“ geht in die nächste Runde

Die Bewerbungsfrist für das vom Landestourismusverband und dem Verein Landurlaub MV geführte dreijährige Projekt „Land-Art“, das den Tourismus im ländlichen Raum Mecklenburg-Vorpommerns fördern soll, ist zu Ende. Über 40 Bewerber aus allen Regionen des Landes mit unterschiedlichsten Kernideen haben ihre Vorschläge eingereicht. Das lag über den Erwartungen der Initiatoren. Die Kooperationspartner TMV und Landurlaub MV freuen sich über diese Resonanz. Nach Sichtung der Bewerbungen wird im August eine Jury ausgewählte Bewerber bereisen, um sich ein persönliches Bild vor Ort zu machen. Die Bereisung gilt noch nicht als Aussage zur Auswahl des Netzwerkes. Die Gewinner werden Ende August 2012 in einer Jurysitzung benannt. Die Auftaktveranstaltung zum Projekt LandArt und die Bekanntgabe der Preisträger wird am 5. September stattfinden. Dazu werden alle Bewerber eingeladen.

Von September 2012 bis März 2013 läuft das Coaching- und Qualifizierungsprogramm für die ausgewählten Netzwerke. Auf der ITB, vom 6. bis 10. März 2013, präsentieren sich die Preisträger in Berlin. Von März 2013 bis Dezember 2014 werden die Netzwerke mit umfangreichen Marketingmaßnahmen sowie weiteren Coaching- und Qualifizierungsprogrammen gefördert.

„LandArt“ ist eine gemeinsame Initiative der beiden Landesverbände sowie der Ministerien für Wirtschaft, Bau und Tourismus und für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz. Beim Projekt geht es um mehr als um Urlaub auf dem Bauern- oder Reiterhof; es bezieht Offerten für Kulturliebhaber, Genießer oder Aktive mit ein. Mit den vernetzten Angeboten soll der ländliche Raum weiter an touristischer Attraktivität gewinnen und neue Zielgruppen ansprechen.

Künstlerische Unikate gesucht

TMV schreibt Herstellung eines Kunstgegenstandes für Präsentationszwecke aus

Mit einer Ausschreibung zur Herstellung einer Auflage oder eines seriellen Unikats zu Präsentationszwecken für das Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern will der Tourismusverband MV unter dem Thema „Segel – Ein Zeichen für Urlaub in Mecklenburg-Vorpommern“ Künstlerinnen und Künstler, die ihren Lebens- und Schaffensmittelpunkt in MV haben und Mitglied des Künstlerbundes Mecklenburg und Vorpommern sind, aufrufen, sich mit kreativen Ideen einzubringen.

Die Idee zu dieser Ausschreibung ist in Kooperation mit dem Künstlerbund Mecklenburg und

Vorpommern e. V. entstanden. Die Unikate werden vom Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern für die Tourismuswerbung sowie für Ehrungen und Danksagungen eingesetzt. Die Übergabe erfolgt unter Einbindung einer angemessenen Präsentation des Künstlers. Eine Technik ist nicht vorgegeben. Bewerbungsschluss ist der 25. Oktober 2012.

Weitere Informationen: Silvia Möhring, s.moehring@auf-nach-mv.de; Tel.: 0381 4030 661

Ausschreibungsunterlagen:
tmv.de/ausschreibung_kuenstlerbund

Tourismusverbände für Erhalt des Flughafens Heringsdorf

Usedom ist die einzige Insel in MV, die mit Linienflugzeugen erreichbar ist. Dies ist ein Wettbewerbsvorteil gegenüber den anderen Regionen, der dringend erkannt werden und weiter ausgebaut werden muss. „Der Flughafen Heringsdorf hat sich in den letzten zwei Jahren gut entwickelt und trägt maßgeblich dazu bei, Gäste aus Süddeutschland oder der Schweiz nach Usedom und in den Landkreis-Vorpommern Greifswald zu holen.“, betont Tilo Braune, Vorsitzender des Tourismusverbandes Vorpommern und spricht sich zusammen mit dem Tourismusverband Insel Usedom für den Erhalt des Flughafens auf Usedom aus. Beide Tourismusverbände empfinden die aktuelle Kreistagsdebatte zur Notwendigkeit des Flughafens als kontraproduktiv für die touristische Entwicklung im Landkreis Vorpommern-Greifswald und fordern die Abgeordneten auf, von einer Abstufung des Flughafens durch Kürzung der Ausgleichszahlungen abzusehen.

Positive EM-Bilanz für die Insel Usedom

Die EM-Berichterstattung des ZDF von der Insel Usedom war in Bezug auf Aufmerksamkeit und Medienberichterstattung erfolgreich. Die Klick-Raten auf den Usedomer Tourismus-Seiten im Internet hatten sich während der Fußballübertragungen verdrei-

im Wasser fantastisch in die Strandkulisse mit Seebrücke und feinstem Sandstrand eingefügt. So wurde die Schönheit der Insel Usedom über das Fernsehen in die deutschen Wohnzimmer transportiert – ein Imageeffekt für die Insel und das Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern“.

Neben den Zuschauern am heimischen Bildschirm waren rund 150.500 Gäste direkt am ZDF-Fußballstrand sowie auf der Fan-Promenade und den Public-Viewing-Arealen in Ahlbeck, Bansin oder im Seebad Heringsdorf der Insel dabei. In die ZDF-Zuschauerarena kamen 24.220 Besucher und den Exklusivbereich auf der Seebrücke besuchten rund 1.600 Besucher.

Der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern sammelt derzeit die Berichterstattung, um das positive Bild, das die Insel Usedom im Rahmen der Übertragungen vom ZDF-Fußballstrand in Heringsdorf abgebildet hat, zu vervollständigen.



ZDF-Fußballstrand in Heringsdorf
Foto: Andreas Dumke

facht. Auch die Nachfrage nach Gastgeberkatalogen sei laut Usedom Tourismus GmbH (UTG) zeitweise mehr als doppelt so hoch wie im Vergleich zum Vorjahr gewesen. Dazu Jürgen Seidel, Präsident des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern: „Das ZDF hat sich mit seinem Fußballstrand mit Bühne und Leinwand

Fahrradtourismus: Kongress EUROBIKE Travel Talk im August

Um den Aufschwung im Fahrradtourismus geht es auch beim 11. Travel Talk am 31. August 2012 in Friedrichshafen. Im Mittelpunkt des diesjährigen Kongressprogramms stehen unter anderem das Reiseverhalten der Zielgruppen wie auch sich daraus ableitende Veränderungen und Entwicklungen für die Zukunft des Fahrradtourismus. Zudem steht das E-Bike als zielgruppenübergreifender Trend im Fokus, u. a. der Vergleich verschiedener E-Bike-Vermietungssysteme, die spezifische Radroutenplanung für E-Bikes samt damit verbundener Anforderungen und Perspektiven. Bei der Travel-Talk-Kooperationsbörse können Fahrradhersteller, Touristiker und Dienstleister ihre Angebote und Gesuche kostenlos eintragen und sich so ideal vernetzen. Die Kooperationsbörse ist ab Mitte Juli 2012 online unter www.eurobike-show.de zu finden.

Bücher übers Land

Stefan Kreibohm: Alle Wetter!

Sonne, Regen – und die Kunst der Vorhersage

Unterhaltsam und anschaulich geht es in dem Buch um unser Wetter. Stefan Kreibohm beobachtet seit über zehn Jahren vom Wetterstudio Hiddensee aus das Geschehen zwischen Himmel und Erde und prognostiziert, wie sich das Wetter in den nächsten Stunden und Tagen entwickeln wird. Warum diese Entwicklung oft nicht sicher vorherzusagen ist, wie sich das globale Spiel der Gewalten auf die norddeutsche Region auswirkt, warum die Insel Fehmarn für die Sonne über Warnemünde ein Problem ist, warum die norwegischen Berge für MV oft klaren Himmel bedeuten und natürlich warum der Sommer 2011 ein besonderer war. All diese Fragen werden in dem unterhaltsamen Buch mit zahlreichen Fotos und erläuternden Grafiken, eingängigen Erklärungen



Repro: TMT

und anschaulichen Beispielen dargestellt. Ein Buch für jedes Wetter.

Hinstorff Verlag, 112 Seiten, 56 Fotos und Abbildungen, 14,99 Euro

Haus-zu-Haus

Reiseauskunft

für eigene Website

Die Deutsche Bahn bietet Hoteliers, Ferienhausvermietern und anderen touristischen Leistungsträgern die kostenfreie Einbindung einer innovativen, verkehrsmittelneutralen und adressgenau voreingestellten Haus-zu-Haus Reiseauskunft an. Diese berechnet für die Gäste in Feriendomizilen individuell die gesamte Reiseroute. Auch Routen zu Zoos, Freizeitparks und Event- und Veranstaltungsorten sind möglich. Das entlastet Betriebe von einer aufwendigen Anreisebeschreibung aus verschiedenen Richtungen und ggf. notwendige Aktualisierungen. Die

DB BAHN



Die Haus-zu-Haus Reiseauskunft der Deutschen Bahn
Routenplanung aus einer Hand und kostenfreier Service für Ihre Website

Präsentation der
Haus-zu-Haus Reiseauskunft
Repro: TMV

Haus-zu-Haus Reiseauskunft ist immer tagesaktuell, verkehrsmittelübergreifend und individuell auf die Reise Wünsche der Besucher ausgerichtet. Die Adresse bzw. der Name der Unterkunft sind als Ziel voreingestellt. Ein Link und Anreisebutton sind auch für internationale Gäste in Englisch und Französisch verfügbar. Gästen wird damit eine individuelle Anreiseplanung mit öffentlichen Verkehrsmitteln direkt bis vor die Eingangstür des Ferienziels zur Verfügung gestellt. Die Einbindung ist für touristische Unternehmen kostenfrei. Eine Präsentation zum Thema kann jetzt als PDF-Datei **hier** heruntergeladen werden.

Termine für Schlösserherbst 2012 jetzt mitteilen

Der Schlösserherbst hat auch in diesem Jahr eine Fortsetzung. Die erfolgreiche Veranstaltungsreihe

www.auf-nach-mv.de/schloesser mit einer direkten Verlinkung zu den einzelnen Veranstaltungen. Die Veranstaltungsübersicht 2012 wird unter www.auf-nach-mv.de/schloesserherbst zu finden sein. Beworben werden die Veranstaltungen auch in der Kundenzeitschriften „Takt“ der Deutschen Bahn, die in DB Regio Zügen ausliegt sowie „unterwegs – Kurztrips im Norden“, die in der Metropolregion Hamburg vertrieben wird.



Logo Schlösserherbst Repro: TMV

he, ein Tipp für alle Kulturliebhaber, findet in diesem Jahr vom 1. bis 31. Oktober statt. Schlösser, Parks und Herrenhäuser in Mecklenburg-Vorpommern laden zu besonderen kulturellen und kulinarischen Veranstaltungen mit Bezug zur Jahreszeit ein. Der Tourismusverband bewirbt die Aktion über sein Internetportal

Wer sich am Schlösserherbst 2012 beteiligen will, kann bis 17. August 2012 seine Veranstaltungen und Termine per E-Mail oder durch Ausfüllen eines Fragebogens unter www.tmv.de/schloesser mitteilen.

Ansprechpartner: Nadine
Gentz, Tel. 0381 4030 678,
n.gentz@auf-nach-mv.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