

Tourismus

in Mecklenburg-Vorpommern

Tourismusverband
Mecklenburg-Vorpommern



TV-Premiere: „MV Tourismus-News“ informieren über Neuigkeiten im Urlaubsland Nachrichtenblock auf MV1 erreicht rund 680.000 Zuschauer / Ausstrahlung in mehr als 100 Hotels und im Internet

Pünktlich zur Hochsaison geht der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern mit der TV-Nachrichtensendung „MV Tourismus-News“ neue Wege in der Ansprache seiner Zielgruppen. Mit Unterstützung des Rostocker Medienunternehmens Juni Media ist ein Sendeformat entwickelt worden, das Gäste wie auch die einheimische Bevölkerung regelmäßig über



Die „MV Tourismus-News“ laufen ab September jeden zweiten Dienstag im Monat. Foto: Juni Media/TMV

aktuelle touristische Themen, Veranstaltungen und Ausflugstipps in Mecklenburg-Vorpommern informiert und zum Urlaub zwischen Ostsee und Seenplatte animieren soll. „Um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen wir uns ständig weiterentwickeln und attraktive Angebote schaffen. Mit den ‚MV Tourismus-News‘ machen wir es unseren Gästen noch einfacher, sich über aktuelle Themen zu informieren und ihren Urlaub gezielt zu planen“, sagte Bernd Fischer, Geschäftsführer des Landestourismusverbandes. Die rund fünfminütige Sendung wird jeden zweiten Freitag – ab September jeden zweiten Dienstag – im Monat im Rahmen der MV-Tourist.tv-Sendung auf dem regionalen Fernsehsender MV1 ausgestrahlt

und erreicht mehr als 380.000 Haushalte und 680.000 Zuschauer. Premiere war am 12. Juli 2013 um 18.00 Uhr. Darüber hinaus senden mehr als 100 Hotels in Mecklenburg-Vorpommern mit jährlich mehr als drei Millionen Über-

nachrichten die touristische Kurznachrichtensendung im Hotel-TV. Ab sofort kann die jeweils aktuelle

Sendung zudem auf der Internetseite des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern unter www.auf-nach-mv.de wie auch auf angeschlossenen Social-Media-Kanälen jederzeit kostenlos angeschaut werden. Die TV-Sendung „MV Tourismus-News“ ist die insgesamt fünfte TV-Kooperation des Tourismusverbandes. Laut einer 2012 veröffentlichten Studie des Hans-Bredow-Institutes gehört das Fernsehen zum bedeutendsten allgemeinen Informationsmedium der Deutschen. Rund 30 Prozent aller Bundesbürger informieren sich regelmäßig im TV über Neuigkeiten. Der aktuellen Reiseanalyse 2013 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen zufolge nutzen 31 Prozent aller deutschen Urlaubsreisenden über 14 Jahre

Inhalt der Ausgabe

TMV aktuell / Ticker

► Seite 2

Hier spricht der Experte

Jens Oulwiger, Sprecher des Stralsunder Ozeaneums, über die neue Initiative „Bewegende Orte“

► Seite 3

TMV aktuell

Filmkulisse Stettiner Haff: „GROSSSTADTKLEIN“ spielt im Riether Winkel
16 neue Qualitätssiegel des Tourismusverbandes für „Familienurlaub MV – Geprüfte Qualität“ vergeben
Zum Bestellen: Gute Nacht-Geschichten

► Seite 4

Projekt „LandArt“: Neue Publikationen machen Lust auf Landurlaub
Erfolgreich: Medienkooperation mit dem „mrw Reisemagazin“
Tourismusförderung: DTV begrüßt Weichenstellung in Brüssel

► Seite 5

Vermischtes

Bücher *übers Land*: Inside-Reiseführer Mecklenburg-Vorpommern
Schlussendlich

► Seite 6

Zahl des Monats

1

Bei der Bewertung auf Online-Portalen wie „HolidayCheck“ oder „TripAdvisor“ liegen die Hotels in MV im deutschlandweiten Vergleich auf Platz 1. Der so genannte Trust-You-Score beträgt 81,5 von maximal 100. Quelle: Sparkassen-Tourismusbarometer.

Mecklenburg
Vorpommern



MV tut gut.

Print- und Rundfunkmedien, um sich über ihre nächste Haupturlaubsreise zu informieren (nur Offline-Quellen berücksichtigt). Rund 43 Prozent aller deutschen Internetnutzer informieren sich laut Qualitätsmonitor Deutschlandtourismus 2011/2012 auf Internetsei-

ten von Tourismusverbänden sowie auf Social-Media-Plattformen über potenzielle Urlaubsziele (Mehrfachnennungen waren möglich).

Weitere Informationen und die aktuellen Sendungen: www.auf-nach-mv.de, www.mv1.tv

+++ Tourismus Ticker +++

+++ „**Sonnengarten**“ heißt die neue Ferienhausanlage in Altefähr auf der Insel Rügen, die 44 Fertigteilhäuser umfassen und bis 2016 fertiggestellt werden soll. Die bayerische Firma Frankenhaus kommt nach Medienangaben für die Investitionen in Höhe von zehn Millionen Euro auf +++ Die **76. Warnemünder Woche** schloss am 14. Juli mit einem Besucherrekord. 750.000 Gäste und damit 100.000 mehr als im Vorjahr erlebten das maritime Großereignis im Seebad. +++ Unter dem Motto „Kick den Ball ins Loch“ ist im Ostsee Golf Resort Wittenbeck die erste **Golffußball-Anlage** an Mecklenburg-Vorpommerns Ostseeküste eröffnet worden. Golffußball ist eine neue Trendsportart für Jung und Alt, bei der Fußbälle mit so wenigen Schüssen wie möglich in ein Ziel gebracht werden müssen. +++ In der Untersuchung der BAT-Stiftung für Zukunftsfragen zur Attraktivität der besucherstärksten Freizeitattraktionen in den einzelnen Bundesländern hat das **Ozeaneum in Stralsund** die Note „Sehr gut“ erhalten. Zudem zählen laut Umfrage der **Rostocker Zoo mit dem Darwineum** sowie **Karls Erlebnis-Dorf** zu den Top 50 der „besonders erlebenswerten Freizeiteinrichtungen“. +++ Unter dem Motto „Samstags hat das Auto frei“ können Einheimische und Touristen ab sofort jeden Samstag per Zug zwischen Neustadt (Dosse) und Krakow am See die Mecklenburgische Seenplatte erkunden. An der Haltestelle Silbermühle ist ein Umstieg in einen Rundbus, der um den Plauer See fährt, möglich. www.eg-potsdam.de +++ Neues **Infozentrum** für Segeltouristen: Die Tourismuszentrale Stralsund hat am Hafen eine Anlaufstelle für alle Urlauber eröffnet, die die Hansestadt von der Seeseite aus ansteuern. In dem Fachwerkhaus auf der Ballastkiste stehen Mitarbeiter der Stralsunder Innovation Consult GmbH (SIC) für erste Ratschläge und Hinweise zur Verfügung. +++ Mit über 32.000 Besuchern sind die **Schlossfestspiele Schwerin** als Höhepunkt des Kultur- und Gartensommers am Sonntagabend in der Landeshauptstadt zu Ende gegangen. Dieses Jahr wurde Johann Strauß' „Die Fledermaus“ aufgeführt. +++

DZT-Kampagne „The Danish Link“ in Vorbereitung TMV begrüßt Ideenvorschläge aus dem Land

Die DZT Dänemark plant für 2014 eine Deutschland-Kampagne mit deutsch-dänischen Geschichten. Ähnlich wie die zum G8-Gipfel vom Tourismusverband MV herausgegebenen „linking stories“ (www.linking-stories.com) sollen unter dem Arbeitstitel „The Danish Link“ Sehenswürdigkeiten, Orte und Veranstaltungen mit einem dänischen Bezug aufbereitet und vermarktet werden. Mit dieser Maßnahme will die DZT neue Zielgruppen und die Stammkundschaft in enger Kooperation mit deutschen Partnern noch stärker an sich binden und zu weiteren Deutschland-Reisen animieren. Laut DZT ist Dänemark ein Land

mit stolzen Traditionen. Die Dänen lieben es – gerade im Auslandsurlaub – Stätten und Events aufzusuchen, die in irgendeiner Beziehung zu Dänemark stehen. Alle Partner sind aufgerufen, ihre Ideen zu dem Projekt bis zum 7. August beizusteuern. Dänemark zählt für MV zu den wichtigen Quellmärkten und konnte 2012 einen Zuwachs von 18,9 Prozent bei den Ankünften verzeichnen. Das Nachbarland rangiert in der Auslandsstatistik mit 50.400 Ankünften auf Platz zwei sowie mit 124.700 Übernachtungen auf Platz vier bei den Übernachtungen. Weitere Informationen: Horst David, h.david@auf-nach-mv.de

Präsentation des MV-Gartens in Tulln beendet Jährlich besuchen rund 220.000 Gäste die Gartenmesse

Drei erfolgreiche Jahre der Kooperation mit Niederösterreich Werbung und der Gartenmesse „Garten Tulln“ sind zu Ende. Durchschnittlich besuchten rund 220.000 Gäste pro Jahr die Ausstellung und damit auch den eigens eingerichteten Mecklenburg-Vorpommern-Garten. 20



Der MV-Garten in Tulln. Foto: TMV

Tonnen Ostseesand, zwölf Buhnen sowie mehrere Strandkörbe sind 2011 nach Niederösterreich transportiert worden, um dort ein Mini-Meer mit einer typischen Strandlandschaft nachzuformen, das bei Alpenbewohnern sogleich Lust auf den Nordosten machen sollte. Viele Veranstaltungen, darunter Strandkorb- und Piratenfes-

te sowie Ausstellungen der Nationalparke und der Staatlichen Schlösser und Gärten belebten den Garten. Der MV-Garten in Tulln war ein Ergebnis der Kooperation zwischen dem Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz MV, dem Landesmarketing MV sowie dem TMV. Auch

nach dem Engagement auf der Gartenmesse soll die Kooperation mit Niederösterreich weiter vertieft werden. So sind etwa Delegationsreisen geplant. Niederösterreich ist ein bedeutender Quellmarkt für MV. 2012 zählte das Land rund 22.000 Ankünfte und rund 67.000 Übernachtungen.

Jens Oulwiger, Sprecher des Stralsunder Ozeaneums über die neue Initiative „Bewegende Orte“

TMV: Als Marketingleiter des Stralsunder Ozeaneums sind Sie einer der Protagonisten der Initiative „Bewegende Orte in Mecklenburg-Vorpommern“. Was versteckt sich dahinter?

Oulwiger: Verstecken wollen wir uns natürlich nicht, aber unsere Initiative steht noch ziemlich am Anfang: Das Historisch-Technische Museum Peenemünde, das Staatliche Museum Schwerin und das Ozeaneum haben sich auf gemeinsames und vernetztes Handeln, insbesondere in der touristischen Vermarktung, verständigt. Unsere drei großen Themengebiete sind Kunst, Natur und Technikgeschichte – die Überschrift „Bewegende Orte“ ist dabei das emotionale Versprechen an die neuen Gäste, die wir für Mecklenburg-Vorpommern gewinnen können. Wir wollen im Segment Kulturtourismus selbstbewusster auftreten und wir haben den Wunsch, dass für Urlaub in Mecklenburg-Vorpommern mit seinen besucherstärksten Museen geworben wird. Ich sehe aktuell große Chancen, die gestiegene Aufmerksamkeit durch die Museumsneueröffnungen der letzten Jahre zu nutzen, um nachhaltiger zu arbeiten. Wir werden ja nicht jedes Jahr ein neues großes „-eum“ in Mecklenburg-Vorpommern eröffnen können.

TMV: Vor welchem Hintergrund ist die Idee der „Bewegenden Orte“ entstanden?

Oulwiger: Die drei Häuser verbindet ihr musealer Bildungsauftrag. In ihren Sammlungs- und Forschungsbereichen sowie als Plattform für ihre Themen leisten sie einen maßgeblichen Beitrag zum aktuellen Diskurs. Dank langjähriger Kontakte bestehen sehr gute kollegiale und freundschaftliche Beziehungen zwischen den Museen. Zugleich stehen unsere Einrichtungen unter hohem wirtschaftlichen Druck. Sie müssen einen großen Anteil ihrer Mittel selber erwirtschaften und sich mit positiven Auswirkungen auf den Tourismus beziehungsweise als Standortfaktor legitimieren.

Das ist wahrscheinlich keine gute kulturpolitische Entwicklung, aber wir stellen uns dieser Herausforderung. Dabei spielt sich

meines

Erachtens der Wettbewerb nicht in erster Linie zwischen einzelnen Museen oder Destinationen ab, sondern zwischen touristischen Netzwerken. Neben der einzigartigen Schlösserland-

schaft besitzen die drei Museumsstandorte Schwerin, Stralsund und Peenemünde eine herausragende kulturelle Bedeutung, die sie bereits einzeln zu bedeutsamen touristischen Leuchttürmen macht. Doch erst die Kombination mehrerer erstklassiger Museen macht uns dabei für weiter entfernte Märkte attraktiv. Dabei vermuten wir, dass unser Bundesland für viele Bildungs- und Kulturreisenden noch ein ziemlich heller Fleck auf der Landkarte ist. Die einzigartige Bedeutung von Peenemünde scheint zum Beispiel internationalen Besuchern offenbar klarer, als Gästen aus Deutschland. Darüber wollen wir nicht klagen, sondern das vielleicht bisher ungenutzte Potenzial nutzen.

TMV: Welche Zielgruppe haben Sie im Blick?

Oulwiger: Als erstes Angebot bieten wir Gruppen und Reiseveranstaltern eine vorbereitete Reise von Haus zu Haus und von West nach Ost an. Die Entdeckungsreise führt in das Schloss und die Kunstsammlungen Schwerin, in das Ozeaneum Stralsund und in das Historisch-Technische Museum Peenemünde. Alle Ausstellungen werden in geführten Rundgängen oder alternativ mit Audioguide erlebbar gemacht. Zu-

künftig hoffen wir auch Individualreisende zu inspirieren, die Alternativen zu etablierten Kulturdestinationen suchen. Unser Angebot zielt auf die Nebensaison und dient damit der Auslastung außerhalb der Ferienzeiten.

TMV: Wie sollen die Gäste auf Ihr Angebot aufmerksam gemacht werden? Gibt es entsprechende Angebote?

Oulwiger: Ein entsprechendes Paketangebot haben wir für Gruppen und Veranstalter zusammengestellt, und wir testen die Resonanz bei Ver-

triebspartnern. Ein gutes Signal kommt von der TUI: Die „Bewegenden Orte“ sollen im kommenden TUI-Katalog vertreten sein. Derzeit entwickeln wir Elemente, die die inhaltliche Klammer zwischen den Museen herstellen, um daraus gemeinsame Werbung und PR für 2014 ableiten zu können.

TMV: Neben Peenemünde präsentiert unter anderem auch das Wismarer Phantechnikum die Technikgeschichte des Landes. Ist die Initiative offen für weitere Teilnehmer? Es gibt unbestritten eine Vielzahl bewegender Orte in Mecklenburg-Vorpommerns Museumslandschaft. Wir gehen gerade zu dritt pragmatisch und exemplarisch voran. Ich sehe uns als größere Einrichtungen in der Verantwortung, an der Gesamtwahrnehmung des Bundeslandes als Kulturreiseziel mit attraktiven Museen mitzuwirken. Das sollte im Erfolgsfall allen Museen gut tun. Die kleine Runde zeigt sich für den Start sehr engagiert und handlungsfähig. Sollte sich der Tourismusverband das Thema auf seine Fahnen schreiben, werden sich in den Folgejahren sicher andere Konstellationen finden. Es ist jedenfalls nicht unser Ziel, weitere Verbands- oder Vereinsstrukturen zu schaffen.



Foto: Jens Oulwiger

Filmkulisse Stettiner Haff : „GROSSSTADTKLEIN“ spielt im Riether Winkel

TMV wirbt mit Gewinnspiel für Urlaub im ländlichen Raum

Der Film „GROSSSTADTKLEIN“, Gewinnspiel an der Vermarktung der ab dem 15. August in deutschen Kinos gezeigt wird, spielt im Riether Winkel. In der ländlichen Region südlich des Stettiner Haffs im Osten Mecklenburg-Vorpommerns wurden die Filmszenen gedreht, die in der Heimat des Protagonisten Ole spielen. Als Kulisse diente beispielsweise ein altes Kapitänshaus in Rieth, das heute Gästen als Ferienhaus zur Verfügung steht. Auch am Strand und im Ort Altwarp drehte die Crew um den Filmemacher Tobias Wiemann, der aus der Stadt Torgelow in Vorpommern stammt. Der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern beteiligt sich im Rahmen des Projektes „LandArt“ mit einem



Filmplakat, ©2013 MR. BROWN ENTERTAINMENT FILMPRODUCTION GMBH / WARNER BROS. ENTERTAINMENT GMBH / SEVENPICTURES FILM GMBH. ALLE RECHTE VORBEHALTEN.

Gewinnspiel an der Vermarktung des Films. Um einen Urlaub für sich und zehn Freunde im Filmhaus von „GROSSSTADTKLEIN“ können sich die Teilnehmer bis Ende September auf der Webseite des Landestourismusverbandes www.auf-nach-mv.de/gsk bewerben. Darüber hinaus erwarten den Gewinner eine Tour zu den Drehorten im Riether Winkel, eine Kanutour auf dem Stettiner Haff oder ein Ausritt in die Wälder der Umgebung, je nachdem, welches dieser Angebote als

beliebtestes aus den Bewerbungen hervorgeht. Weitere Informationen: www.auf-nach-mv.de/gsk, www.auf-nach-mv.de/landurlaub, www.rietherwinkel.de, www.grossstadtklein.de

16 neue Qualitätssiegel des Tourismusverbandes für „Familienurlaub MV – Geprüfte Qualität“

109 Angebote von Hotels, Ferienwohnungen, Campingplätzen, Gastronomie- und Freizeiteinrichtungen sowie Tourismusgemeinden in Mecklenburg-Vorpommern tragen jetzt aktuell das Qualitätssiegel „Familienurlaub MV – Geprüfte Qualität“. 16 Bewerber, darunter neun Beherbergungsbetriebe, fünf Erlebnispartner, eine Tourismusgemeinde und eine gastronomische Einrichtung, haben in der aktuellen Zertifizierungsrunde das vom Landestourismusverband im Jahr 2005 eingeführte Qualitätssiegel erhalten. Überall dort, wo das Siegel „Familienurlaub MV – Geprüfte Qualität“ mit dem Fisch Gustav am Eingang empfängt, erwarten Gäste besonders familienfreundliche Angebote. Das Qualitätssiegel wird nach Prüfung durch eine unabhängige Jury verliehen. Die Familienfreundlichkeit wird anhand eines mit wissenschaftlicher Hilfe erarbeiteten Kriterienkataloges

bewertet. Dieser sieht beispielsweise für Beherbergungsbetriebe speziell ausgewiesene Familienangebote, familiengerechte Zimmer mit Verbindungstür, besondere Speisen- und Getränkeangebote, einen hauseigenen Spielplatz, Sicherheitsmaßnahmen sowie die Möglichkeit, Babysitter zu stellen oder zu vermitteln, vor. Erstmals erhielten die Gemeinde Seebad Insel Hiddensee mit dem Appartement-Haus Dornbusch, den Post Hiddensee Apartments sowie den drei Erlebnispartnern Surf & Segel Hiddensee, Heimatmuseum Hiddensee und Seebühne Hiddensee. Zudem sind das Seehotel Großherzog von Mecklenburg in Boltenhagen, das Steigenberger Grandhotel and Spa in Heringsdorf und das Müritzparadies in Boeker Mühle zum ersten Mal zertifiziert worden. Kontakt: s.krueger@auf-nach-mv.de

Zum Bestellen: Gute Nacht-Geschichten



Für Familien: die Gute Nacht-Geschichten des TMV.

Wer Familien zu seinen Hauptzielgruppen zählt, der kann die Gute Nacht Geschichten des Tourismus-

verbandes bestellen, die jetzt in neuem Design erschienen sind. Dahinter verbergen sich 14 Geschichten aus dem Urlaubsland sowie eine „Komm bald wieder-Geschichte“. Protagonisten in allen Erzählungen sind die Möwe Maria und der Rabe Viktor, die allerlei erleben zwischen Ostseeküste und Seenplatte. Zudem erhalten die Geschichten Hinweise auf Familienausflugstipps. Unter www.tmv.de/gng können sie bestellt werden.

Informationen: Svea Krüger, Tel. 0381 4030669

MV präsentierte sich auf Deutschen Wandertag

Vom 27. bis 30. Juni präsentierte sich der TMV auf dem 113. Deutschen Wandertag in Oberstdorf im Allgäu. Vor der beeindruckenden Bergkulisse machten die Mitarbeiter Lust auf einen Urlaub am Meer und im Landesinneren. Mit dabei waren viele Partner, darunter die Tourismuszentrale Rügen und die Tourismusverbände Fischland-Darß-Zingst, Mecklenburg-Schwerin und Mecklenburgische Seenplatte. Für die Interessierten gab es einen Urlaub auf der Insel Rügen zu gewinnen.

Neuer Schwerbehindertenausweis

Es gibt einen neuen Schwerbehindertenausweis, der bundesweit einheitlich aufgrund der Änderung der Schwerbehindertenausweisverordnung bereits seit dem 1. Januar 2013 ausgestellt werden kann. Wie der Führerschein und der Personalausweis wird dieser Ausweis in kleinerem Format als bisher und damit benutzerfreundlicher produziert. In MV erfolgt die Einführung am 1. April 2014. In anderen Bundesländern gibt es ihn bereits, sodass Verantwortliche in touristischen Einrichtungen Mecklenburg-Vorpommerns während der Urlaubssaison damit in Berührung kommen können.

Erfolgreich: Medienkooperation mit dem „mrw Reisemagazin“ TMV warb drei Monate lang im Ruhrgebiet

Nach einer erfolgreichen Zusammenarbeit mit der Rhein Main Presse im vergangenen Jahr hat sich das Urlaubsland MV zwischen März und Juni 2013 Lesern des „mrw Reisemagazins“ im Ruhrgebiet präsentiert. In einer siebenteiligen redaktionellen Serie informierten die Regionen Fischland-Darß-Zingst, die Mecklenburgische Ostseeküste, Vorpommern, die Mecklenburgische Schweiz, die Inseln Usedom und Rügen sowie die Schlossfestspiele Schwerin über Neuigkeiten, Ausflugstipps und Veranstaltungen. Die jeweils ganzseitigen Darstellungen der Regionen wurden durch Anzeigen und eine begleitende Online-Kampagne unterstützt. Insgesamt sind mit dem Reisemagazin jeweils rund 530.000 Leser erreicht worden, der Anzeigenäquivalenzwert lag



Die Ostseeküste im „mrw Reisemagazin“

im Durchschnitt bei 29.373 Euro pro Ausgabe. Die so genannte Microsite im Internet wurde 10.267 Mal aufgerufen, mehr als 140 Nutzer wurden über ein Wallpaper auf die Internetseite des Tourismusverbandes MV geleitet. Im kommenden Frühjahr schließt eine zweitägige Promotion des TMV und seinen Partnern in Dortmunds Innenstadt die erfolgreiche Medienkooperation ab. Derzeit kommen mehr als eine Million Gäste aus Nordrhein-Westfalen nach Mecklenburg-Vorpommern, während fast drei Millionen Nordrhein-Westfalen mit dem Gedanken spielen, das Land in naher Zukunft zu besuchen. Mit der Kooperationsinitiative des TMV sollen diese Potenziale genutzt und neue Gäste gewonnen werden.

Tourismusförderung: DTV begrüßt Weichenstellung in Brüssel

Laut Deutschem Tourismusverband können deutsche Tourismusregionen auch in der neuen EU-Förderperiode 2014 bis 2020 auf Fördermittel hoffen. Der Ausschuss für regionale Entwicklung des Europäischen Parlaments hatte entschieden, dass über den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) kleinere kulturelle und nachhaltige touristische Infrastrukturprojekte nun doch förderfähig seien. In den ersten Entwürfen der EU-Kommission für die neue EU-Förderperiode fehlte diese Formulierung. Dem Ergebnis des Ausschusses muss das Plenum des EU-Parlaments nun noch formal zustimmen. Der DTV hatte sich gemeinsam mit seinen Mitgliedern dafür eingesetzt, dass Fördermittel der neuen EU-Förderperiode 2014 bis 2020 auch weiterhin explizit für touristische Infrastrukturmaßnahmen abrufbar sind. In der laufenden Förderperiode konnten viele Projekte und Infrastrukturmaßnahmen im Deutschlandtourismus aus den Fonds EFRE, ESF und ELER zu großen Teilen kofinanziert werden. www.deutschertourismusverband.de

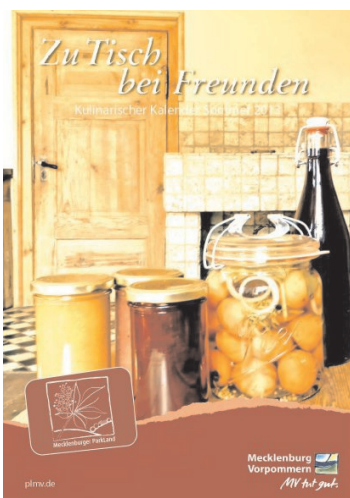
TMV startete Radiokampagne in Schweden

Der TMV hat gemeinsam mit der deutsch-dänischen Reederei Scandlines im schwedischen Radio für Familienurlaub in MV geworben. Eine Woche lang konnten Hörer der südschwedischen Radiosender „Gold 102,4“ und „Radio Active“ mehrmals täglich an Gewinnspielen teilnehmen, bei denen Fährüberfahrten, Hotelübernachtungen in der Yachthafenresidenz Hohe Düne und dem Familotel Golchener Hof sowie Eintrittskarten für den Zoo Rostock gewonnen werden konnten. Begleitet wurde die Kampagne mit Einträgen auf Social-Media-Plattformen und Aufrufen auf den Internetseiten der Radiosender. Insgesamt konnten rund 90.000 Hörer erreicht werden, von denen 395 am Gewinnspiel teilgenommen haben. 3.600 Internetnutzer folgten den Beiträgen auf Facebook. Mit rund 140.000 Übernachtungen im Jahr 2012 zählt Schweden zu den wichtigsten Auslandsquellmärkten. Mit der Radioaktion sollte das Urlaubsland MV in Südschweden noch präsenter gemacht und Potenziale genutzt werden.

Projekt „LandArt“: Neue Publikationen machen Lust auf Landurlaub

Gleich drei Publikationen sind im Rahmen des Projektes „LandArt“ erschienen, die die Gästen die Vorzüge der Regionen auf einen Blick präsentieren sollen. So erschien Mitte Mai bereits eine 36-seitige Broschüre mit dem Titel „Rügeninsel Ummanz“, die Tipps für Familien, Genießer, Trendsportler und Aktive abseits der bekannten Seebäder listet. Daneben ist ein Flyer für die Vogelparkregion Recknitztal erstellt worden, bei dem 27 Partner zu einer Entdeckungsreise einladen, sowie eine Broschüre mit dem Titel „Zu Tisch bei Freunden“. Da-

hinter verbirgt sich ein kulinarischer Erlebniskalender, der Angebote in mehr als zehn herrschaftlichen Gasthäusern des Landes präsentiert. So finden sich darin kulinarische Angebote im Gutshaus Rensow, im Schloss Lühburg, im Wildkräuterhotel Ehmendorf oder auf dem Straußenhof Neu Heinde. Alle Publikationen sind im Corporate Design des Urlaubslandes erstellt worden. Weitere Informationen: www.recknitztal.tv-fdz.de, www.plmv.de, www.ruegeninsel-ummanz.de



Die neue Broschüre für das Mecklenburger Parkland: „Zu Tisch bei Freunden - Kulinarische Erlebniskalender 2013“

Bücher übers Land

Inside-Reiseführer Mecklenburg-Vorpommern

Die neuen Inside-Stadt- und Reiseführer für Mecklenburg-Vorpommern sind da, die Lust machen sollen, die Reize des Urlaubslandes abseits der bekannten Ziele zu entdecken. Auf mehr als 120 Seiten gibt es detaillierte Hinweise in Rubriken wie Übernachten, Gastronomie, Nachtleben, Kultur, Sehenswürdigkeiten oder Ausflugstipps. Auskappbare Karten ergänzen die Reisehandbücher. Das Verlagsprogramm 2013 umfasst insgesamt sechs Titel mit einer Gesamtauflage von 215.000 Exemplaren. Neben Rostock-Warnemünde sind auch Bände für Rügen-Hiddensee, Usedom, Stralsund, Fischland-Darß-Zingst und die Mecklenburger Seen er-



schienen, die im Zeitschriftenhandel, bei Touristinformationen sowie im Internet unter www.reisefuehrer-mv.de erhältlich sind.

INSIDE-Reiseführer, jeweils 120 Seiten, Mecks Verlag, 4,50 Euro, zu bestellen unter www.reisefuehrer-mv.de

Schlussendlich (59)

Arbeiten, wo andere Urlaub machen. Was im Rest des Jahres gern und oft als Ausweis der landschaftlichen Vorzüge Mecklenburg-Vorpommerns hervorgeholt wird, wird bei einem Wetter wie diesem zur Zerreiß- oder doch mindestens zur Geduldprobe für die Menschen im Gastgewerbe. Wer jetzt Eis verkauft, hätte lieber selber eines. Wer die Badenden bewacht, schwämme lieber selbst im Wasser. Wer ein Bier ausschenkt, labte sich am liebsten selbst daran. Wer in einem kühlen Hotelzimmer die Betten aufschlägt, würde liebend gern verweilen. Jedoch: Arbeiten, wenn andere Urlaub machen, ist das Geschäftsprinzip in der Tourismusbranche. Und so kann es als Gesetzmäßigkeit der Branche angesehen werden, dass bessere äußere Bedingungen für Tourismus zu größeren Herausforderungen der mit Gästen Beschäftigten führen. Anders gesagt: Mit der Außensteigt auch die Betriebstemperatur. Darüber kann es kein generelles Klagen geben. Soll es auch gar nicht. Denn das, was (selbst-?)ironische Anhänger des FC Hansa Rostock auf ein Fan-

plakat brachten, ist eben auch keine Alternative: „Arbeitslos, wo andere Urlaub machen“. Insofern sind diese Zeilen nur der neuerliche und aktuell angebrachte Versuch, Verständnis für die Situation auf der anderen Seite der Urlaubsfreude zu wecken. Hier wird antizyklisch zum Abhängen und Müßiggehen gewirkt. Hier wird damit das alte und in dauerwarmen Ländern routiniert angewandte Prinzip außer Kraft gesetzt, dass Wärme durch Stillhalten (und Kälte durch Bewegen) überwunden wird. Hier wird über der Anstrengung geschwitzt und über die Anstrengung geschwiegen. Insofern gilt diese Glosse allen, die für die die schönsten Zeiten des Jahres anderer sorgen, indem sie ihre schönsten Zeiten in andere, vielleicht ferne Zeiten legen. Im Schweiß unseres Angesichts singen wir daher ein Loblied auf die Tourismusbranche und zugleich auch auf den Wettergott sowie den lieben Gott im Allgemeinen, der uns reich mit nutzbarer Landschaft beschenkte. Und leise dürfen wir uns auch schon auf den Moment freuen, in dem es wie bei Rilke heißt: „Herr: es ist Zeit. Der Sommer war sehr groß.“

Neuaufgabe der Traumjob-WG im Land Fleesensee

Wer auf der Suche nach einem interessanten Beruf mit guten Zukunftsaussichten ist, kann sich jetzt für einen Platz in der Traumjob-WG 2013 bewerben. Sechs Personen haben die Chance, ein zweiwöchiges Praktikum im Land Fleesensee sowie ein dazu passendes Fernstudium beim IST-Studieninstitut zu gewinnen. Die Traumjobs in attraktiven Arbeitsumfeldern sind in den Bereichen Event, Gastronomie, Hotellerie, Golf, Fitness und Wellness möglich. Vom 19.09. bis zum 02.10.2013 wohnen die Gewinner gemeinsam in einem voll ausgestatteten Ferienhaus im Land Fleesensee – der Traumjob-WG – und können sich direkt über ihre Erfahrungen mit dem jeweiligen Traumjob austauschen. Wer Mitglied der Traumjob-WG 2013 werden möchte, kann sich bis zum 13. August 2013 auf der Website www.ist.de/traumjobwg bewerben.

Dauerhafte Uecker-Ausstellung in Schwerin

Günther Uecker zählt zu den herausragenden deutschen Künstlern mit weltweiter Reputation. Am 9. August wird eine Sammlung seiner Werke an das Staatliche Museum Schwerin übergeben, wo sie in der Galerie Alte und Neue Meister dauerhaft einen Platz finden wird. Seit mehreren Jahren hat das Staatliche Museum Schwerin an der Zusammenstellung eines Werkkomplexes von Günther Uecker gearbeitet, der sein Werk repräsentiert und in der deutschen Museumslandschaft ohne Beispiel ist. Der Erwerb dieser Kollektion für das Staatliche Museum Schwerin / Ludwigslust / Güstrow wurde möglich durch die großzügige Unterstützung des Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien, der Ostdeutschen Sparkassenstiftung gemeinsam mit der Sparkasse Mecklenburg-Schwerin sowie durch Mittel des Ministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur Mecklenburg-Vorpommern. Erst im Frühjahr sind zwei durch Uecker gestaltete Kirchenglocken im Ostseebad Rerik eingeweiht worden. Sie sollen zwei ältere Bronzeglocken ersetzen, die im Ersten und Zweiten Weltkrieg eingeschmolzen wurden. Informationen: www.museum-schwerin.de, www.rerik.de

Impressum

Herausgeber:

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