

Tourismus

in Mecklenburg-Vorpommern

Tourismusverband
Mecklenburg-Vorpommern



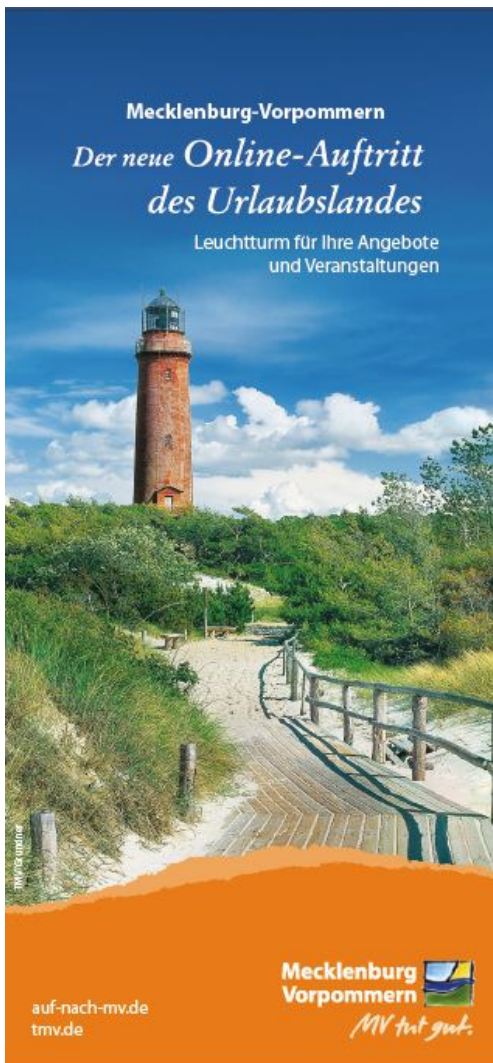
Sonderausgabe

Beteiligungsmöglichkeiten für 2014

Neuer TMV-Internetauftritt, Urlaubsmagazin MV, WAZ-Medienkooperation und Promotion-Show

In Umsetzung des Kommunikations- und Markenkonzeptes 2022 für das Urlaubsland haben die touristischen Organisationen der Regionen, der Städte und des Landes sowie die Fachverbände die bessere Koordination ihrer Marketingmaßnahmen in Angriff genommen. Zu einem integrierten Marketing gehören **abgestimmte und vernetzte Standards im Internet.** Die neue Webseitenpräsenz des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern (www.auf-nach-mv.de; ab 21. November 2013) mit Schnittstellen zu seinen Partnern ermöglicht allen touristischen Akteuren im Land eine bessere

Aussteuerung ihrer Informationen und Angebote bei gleichzeitig geringerem Aufwand für die Erstellung und Pflege von Inhalten. Die nachfolgende Übersicht erleichtert Leistungsträgern unterschiedlicher Couleur die Integration in die Internetseiten der touristischen Vermarktungsorganisationen in Mecklenburg-Vorpommern. Zum einfachen Verständnis haben wir Ihre **Beteiligungsmöglichkeiten in drei Stufen** unterteilt: von Basisdaten über Angebotseinträge bis zu Marketing-Aktionen, die über das Internet hinausgehen können. Weitere Informationen, nähere Erläuterungen und Mediadaten entnehmen Sie bitte der Seite www.tmv.de.



Ein neuer Flyer zeigt die Beteiligungsmöglichkeiten für die Internetseite auf und kann beim TMV bestellt werden.

Bitte lesen Sie weiter auf Seite 2.

Inhalt der Ausgabe

TMV-Internetseite

Ein Urlaubsland – eine Marke – ein Marketing: Beteiligungsmöglichkeiten für die neue TMV-Internetseite

► Seite 2

Urlaubsmagazin

Kataloge gehen, das MV-Urlaubsmagazin 2014 kommt. Wir zeigen Ihnen, wie Sie sich beteiligen können.

► Seite 3

WAZ-Medienkooperation

Medienkooperation mit dem WAZ-Reisejournal
Sechs Partner gesucht / Jetzt Beteiligung sichern

► Seite 4

Promotion-Show

Promotion-Aktion in Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen 2014

Partner aus Mecklenburg-Vorpommern gesucht

► Seite 5

Beteiligungsmöglichkeiten, Mediadaten, Antragsformulare und Ansprechpartner jetzt bzw. in Kürze unter www.tmv.de

Mecklenburg
Vorpommern



MV tut gut.

Grundprinzip des integrierten Tourismusmarketings in MV

Die Platzierung von Leistungsträgern und Angeboten im Internet

Stufe 1: Basisinformationen (POI)						
Art des Anbieters →		Unterkunft	Anbieter kostenpflichtiger Leistungen*	Anbieter kostenfreier Leistungen**	Veranstaltungsanbieter	Anmerkungen
Web-Eintrag grundlegender Leistungsträgerinfos bei auf-nach-mv.de, Regional-, Stadt bzw. Fachverband sowie Dritten***	Mitglieder der Regional-, Stadt- bzw. Fachverbände (Einbindung über diese)	abgestimmte, z. T. vergünstigte Konditionen				Preis pro Jahr
	andere Leistungsträger (Einbindung über TMV)	100,-	100,-	0,-	100,-	Preis pro Jahr
Alle Anbieter mit POI-Eintrag können Veranstaltungen vollumfänglich und kostenlos in den Webseiten-übergreifenden Veranstaltungskalender eingeben. Partner sind u. a. www.was-wann-wo-mv.de , Ostsee-Zeitung, Das Örtliche. Mehr dazu unter www.tmv.de/veranstaltungskalender .						
* Hinzugerechnet werden auch alle Touristenziele mit klarer kommerzieller Ausrichtung.						
** Hinzugerechnet werden z. B. frei zugängliche Aussichtspunkte, Kirchen, Parks oder Hünengräber.						
*** Nicht alle dritten Datennutzer stellen alle Einträge dar. Mehr dazu in den Mediadaten unter www.tmv.de .						

Stufe 1 (Basisbeitrag): Ein POI-Eintrag mit Text, Bild und Kontaktinformationen sorgt zugleich für die grundsätzliche Auffindbarkeit sowie die mehrfache Präsenz Ihres Unternehmens bzw. Reiseziels auf den Internetseiten und interaktiven Karten sowohl des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern als auch der

touristischen Städte, Regional- und Fachverbände. Er ist zudem Voraussetzung für vollumfängliche Einträge in den Veranstaltungskalender, für die Schaltung von Angeboten (Stufe 2) sowie für die Beteiligung an Marketing-Aktionen (Stufe 3). Sofern Sie Partner bzw. Mitglied einer touristischen Regional-, Stadt- oder Fachorganisation

sind, erfolgt dort auch die POI-Akquisition zu abgestimmten und z. T. vergünstigten Konditionen. Ihr Basisinformations-Eintrag wird sowohl bei www.auf-nach-mv.de als auch auf den Webseiten Ihrer Region/Stadt/Ihres Fachverbandes sowie ggf. bei dritten Partnern (unter anderem Ostsee-Zeitung, Das Örtliche) erscheinen.

Stufe 2: Buchbare Angebote						
Art des Anbieters →		Unterkunft	Anbieter kostenpflichtiger Leistungen	Anbieter kostenfreier Leistungen	Veranstaltungsanbieter	Anmerkungen
Standard-Angebote auf Themen- und Artikelseiten von www.auf-nach-mv.de	Internetseiten des TMV	/wellness	100,-/300,-	50,-/150,-	50,-/150,-	Preis pro Quartal/Jahr Mehr dazu in den Mediadaten des TMV
		/schloesser				
		/familie				
		/...				
Standard-Angebote auf Webseiten der Regionen, Städte bzw. Fachverbände	Internetseiten der Regional-, Stadt- bzw. Fachverbände	Fragen Sie diese Leistungen bei Ihrer Tourismusorganisation an.				Mehr dazu in den Mediadaten der Organisationen
Kombinierte Angebote auf mehreren Webseiten	Kombiangebote der Regionen/ Städte/ Fachverbände und des TMV	Ab 2014 wollen einige Tourismusmarketingorganisationen Kombiangebote mit Präsenzen auch bei www.auf-nach-mv.de anbieten. Fragen Sie bitte gezielt nach.				Mehr dazu in den Mediadaten der Organisationen

Stufe 2 (Angebotseintrag): Einträge von buchbaren Angeboten ergänzen die Basiseinträge, erhöhen die Reichweite und stärken den Vertrieb. Sie werden hervorgehoben, zielgruppengerecht und

in passendem Umfeld auf Themenseiten im Web platziert, die über Maßnahmen des Zielgruppen- und Aktionsmarketings beworben werden. Die Verlinkung der mindestens für ein Quartal

geschalteten Angebote kann per Buchungslink direkt zu Ihrem Unternehmen, Reiseziel bzw. Datenhalter erfolgen, sodass Kunden direkt und gegebenenfalls ohne zusätzliche Provision buchen können.

Stufe 3: Marketing-Aktionen & -Kampagnen

Marketing-Aktionen der Tourismusorganisationen, Platzierungen von Angeboten auf Themen- und Artikelseiten sowie oft zusätzliche Anzeigenreichweiten	TMV-Marketingaktionen	Die Aktionen finden Sie laufend aktualisiert im Branchentreff unter www.tmv.de .	einmalige Aktions- bzw. Beteiligungspreise
	Aktionen von Regional-, Stadt- oder Fachverbänden	Bitte erkundigen Sie sich bei Ihrer Tourismusmarketingorganisation nach den Beteiligungsmöglichkeiten.	einmalige Aktions- bzw. Beteiligungspreise
	Gemeinsame Aktionen des TMV und seiner Partner	Die Aktionen finden Sie laufend aktualisiert im Branchentreff unter www.tmv.de und bei Ihrer Tourismusmarketingorganisation.	einmalige Aktions- bzw. Beteiligungspreise

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Stufe 3 (gemeinsame Marketing-Aktionen): Hierbei geht es um Marketingmaßnahmen des TMV und/oder seiner Partner in den Stadt-, Regional- bzw. Fachverbänden, die im Internet umgesetzt oder begleitet werden. Dies

können beispielsweise saisonale Kampagnen, Social-Media- oder PR-Maßnahmen, Publikationen, Präsentationen oder Medienkooperationen sein. Nähere Informationen zu den Beteiligungsmöglichkeiten und Preisen für

einzelne Maßnahmen entnehmen Sie den Marketingplanungen der einzelnen Organisationen, der monatlich erscheinenden Tourismuszeitung (Anmeldung www.tmv.de) bzw. der Branchenseite im Internet unter www.tmv.de.

Urlaubsmagazin MV 2014

Erscheinungstermin Januar 2014 / Anzeigenschluss 15. Oktober 2013

Der TMV bringt **Anfang des Jahres 2014** ein Urlaubsmagazin heraus, das als inspirierendes, informatives und verkaufsförderndes Instrument in erster Linie zur Neukunden- und Intervallgastwerbung eingesetzt wird. Der Vertrieb erfolgt daher in einer **Auflage von mindestens 500.000 Exemplaren** im bevölkerungs- und potenzialreichen Bundesland Nordrhein-Westfalen. Inhaltlich bestimmt wird

das Magazin vornehmlich durch Themen aus zwei der vier Urlaubswelten Mecklenburg-Vorpommerns: „**Aktivität & Gesundheit**“ und „**Genuss & Kultur**“. Die inhaltliche Struktur ergibt sich aus den definierten Zielgruppen: Genießer und Aktive (Vitale). Ferner können sich auch Familien und noch ferner Erlebnisorientierte (Jüngere) von den Themen des Magazins angesprochen fühlen. Die Produktion einer

geringeren Auflage von 30.000 Exemplaren in einer höheren Druckqualität dient dem Vertrieb im Image- und Messebereich. Zusätzlich wird eine digitale Variante als E-Magazine produziert.

Ansprechpartner: Tobias Weitendorf, t.weitendorf@auf-nach-mv.de, Tel.: 0381 40 30 612

Mediadaten: www.tmv.de/urlaubsmagazin

Die Basisinformationen in der Zusammenfassung

Funktion:	Inspiration von Neu- und Intervallkunden, Reiseanreize geben, Weiterleitung ins Internet
Quellmärkte:	Deutschland, Österreich, Schweiz
Format:	amerikanisches Format (etwas kleiner als DIN A4)
Auflage:	mind. 500.000 Exemplare (Beilage), 30.000 Exemplare (Postversand/Messen)
Schwerpunktbereiche:	Aktivität, Genuss und Kultur
Themen:	siehe Themenplan
Erscheinungstermin:	Januar 2014, Distribution im Frühjahr
Vertrieb:	⇒ im Print: als Beilage der WAZ in NRW, mindestens 750.000 Kontakte ⇒ digital: als E-Magazine (zusätzlicher Vertrieb über Portale wie Marco Polo Travelmagazine, GEO, Capital, o. ä.), garantierte 100.000 Kontakte ⇒ Promotion-Tour in Baden-Württemberg, TMV-Postversand, Messen im deutschsprachigen Raum
Beteiligungsmöglichkeit:	Darstellung einer redaktionellen Anzeige (Text, Bild, Kontakt, ggf. Preis) im gewählten Format (1/4 Seite, 1/3 Seite, 1/2 Seite) auf den Partnerseiten im Print-Magazin in Kombination mit der Veröffentlichung eines Angebotes im Internet auf der Landingpage zum Urlaubsmagazin MV unter www.auf-
Anzeigenschluss:	15. Oktober 2013
Redaktionsschluss:	30. November 2013
Rechnungslagung:	2013 und 2014 möglich

Medienkooperation mit dem WAZ-Reisejournal

Erscheinungstermin März und April 2014 / Sechs Partner gesucht

REISE JOURNAL

WAZ NRZ WR WP IKZ

Nach einer erfolgreichen Kooperation mit der Rhein-Main-Presse im Jahr 2012 und dem Reisemagazin der Ruhrnachrichten im vergangenen Jahr realisiert der Landestourismusverband 2014 eine redaktionelle (Print und Online) Zusammenarbeit mit der Funke Mediengruppe und der größten deutschen Regionalzeitung „Westdeutsche Allgemeine Zeitung“, um im kaufkräftigen und reiseffreudigen Westen Deutschlands, der hohes Potenzial zur Gästegewinnung besitzt, für Urlaub in MV zu werben. Dafür werden insgesamt **sechs Partner** gesucht, die zusammen die Hälfte der MV-Serie refinanzieren. Die andere Hälfte der ausgehandelten Kosten trägt der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern.

(74.9 Millionen PI/Monat) veröffentlicht. Das „Reise Journal“ hat ca. **2,04 Millionen Leser** und liegt jeden Donnerstag und Samstag Tageszeitungen des Ruhrgebiets bei. Individuell kann diese Berichterstattung von den Partnern durch Anzeigen, Advertorials oder Gewinnspiele zu Vorteilspreisen ergänzt werden. Über die hohe Reichweite des Mediums, die pro-

Im Rahmen der Medienkooperation werden vom

8. März bis 12. April 2014 in sechs aufeinanderfolgenden Wochen im „Reise Journal“, der größten Reisebeilage Deutschlands, jeweils halbseitige vollredaktionelle Berichte zu unterschiedlichen Tourismusthemen Mecklenburg-Vorpommerns platziert. Diese werden zugleich auch unter www.derwesten.de/reise

minente Platzierung in **verschiedenen Kanälen** und den Seriencharakter wird eine hohe Aufmerksamkeit generiert.

Die sechs Folgen der halbseitigen redaktionellen MV-Serie werden inhaltlich im Wesentlichen von den beteiligten Partnern definiert. Das heißt, diese schlagen starke Themen vor, die mit der Reisedredaktion des Magazins besprochen und anschließend umgesetzt werden. Bei der inhaltlichen Umsetzung arbeitet die Redaktion unabhängig, es besteht jedoch ein direkter und vertrauensvoller Kontakt zwischen dem TMV und der Redaktionsleitung. Elemente wie Fotos, Service-Informationen und Kontaktdaten können eingebaut werden. Auf den Seriencharakter wird in jeder Folge hingewiesen.

Das sechsteilige crossmediale Modell inklusive aller Leistungen (Redaktion, Gewinnspiel sowie Anzeige in Mein Urlaub XXL) kostet 69.000 Euro ohne MwSt. Die Hälfte der Kosten der MV-Serie (27.000 Euro ohne MwSt.) trägt der TMV. Somit schlägt eine Beteiligung als einer der Partner der MV-Serie mit 5.000,00 Euro ohne MwSt. zu Buche.

Ansprechpartner: Tobias Weitendorf, t.weitendorf@auf-nach-mv.de, Tel.: 0381 40 30 612

Mediadaten: auf Anfrage



Beispiel einer Seite im Reisejournal

Die Basisinformationen in der Zusammenfassung

Funktion:	Inspiration von Stamm- und Neukunden
Quellmarkt:	Nordrhein-Westfalen
Format:	halbseitige Präsentation im WAZ-„Reisejournal“ sowie eine Darstellung unter www.derwesten.de/reise
Auflage:	769.172 verbreitete Exemplare, www.derwesten.de/reise
Themen:	nach Absprache mit der Redaktion
Erscheinungszeitraum:	sechs aufeinanderfolgende Wochen ab März bis April
Leistungsumfang:	Darstellung der Partnerregion auf einer halben Seite im „Reise Journal“ der WAZ und im Internet unter www.derwesten.de/reise , optional Gewinnspiel, Anzeigen/Advertorials, Leser-Promotion
Bruttomediawert:	26.739,93 Euro pro Folge
Format:	Print und Online

Promotion-Aktion in Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen im Mai 2014

Partner aus Mecklenburg-Vorpommern gesucht

Der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern wirbt im Frühjahr 2014 im Rahmen einer groß angelegten Promotion-Aktion in zwei Bundesländern im Süden und Westen für einen Urlaub im Nordosten. Diese soll den beteiligten Partnern direkte Kontakte in hoher Zahl ermöglichen. Geplant sind zwei Außen- und zwei Innenstandorte in Baden-Württemberg sowie zwei Außen- und ein Innenstandort in Nordrhein-Westfalen. Die Auswahl der Plätze sind samt Vorüberlegungen im Wesentlichen abgeschlossen. Die Tour mit Partnern ist zwischen dem **7. und 31. Mai 2014** geplant. In den Außenbereichen wird jeweils eine Fläche von rund 200 Quadratmetern bespielt, auf der Regionen, Verbände und Leistungsträger ihre Produkte und touristischen Themen vorstellen können. Sowohl Baden-Württemberg als auch Nordrhein-Westfalen zeichnen sich durch ein hohes Neukundenpotenzial aus. Zugleich haben inzwischen auch schon viele

Bewohner dieser Bundesländer einen Urlaub in Mecklenburg-Vorpommern gemacht und können durch die Promotion-Aktion neue



*So könnte die Präsentation in einem Einkaufszentrum aussehen.
Repro: Projekt RK GmbH & Co. KG*

Anreize bekommen, erneut in den Nordosten zu reisen. Die Konzeptionierung der Promotion-Show für 2014 soll im Oktober abgeschlossen werden. Die detaillierten Beteiligungsmöglichkeiten werden anschließend vom TMV veröffentlicht.

Ansprechpartnerin: Silvia Möhring, Tel.: 0381 40 30 661, s.moehring@auf-nach-mv.de

Standorte für die Promotion zwischen 7. und 31. Mai 2014 (Planungsstand)

Ludwigsburg (Breuningerland)

Sindelfingen (Breuningerland)

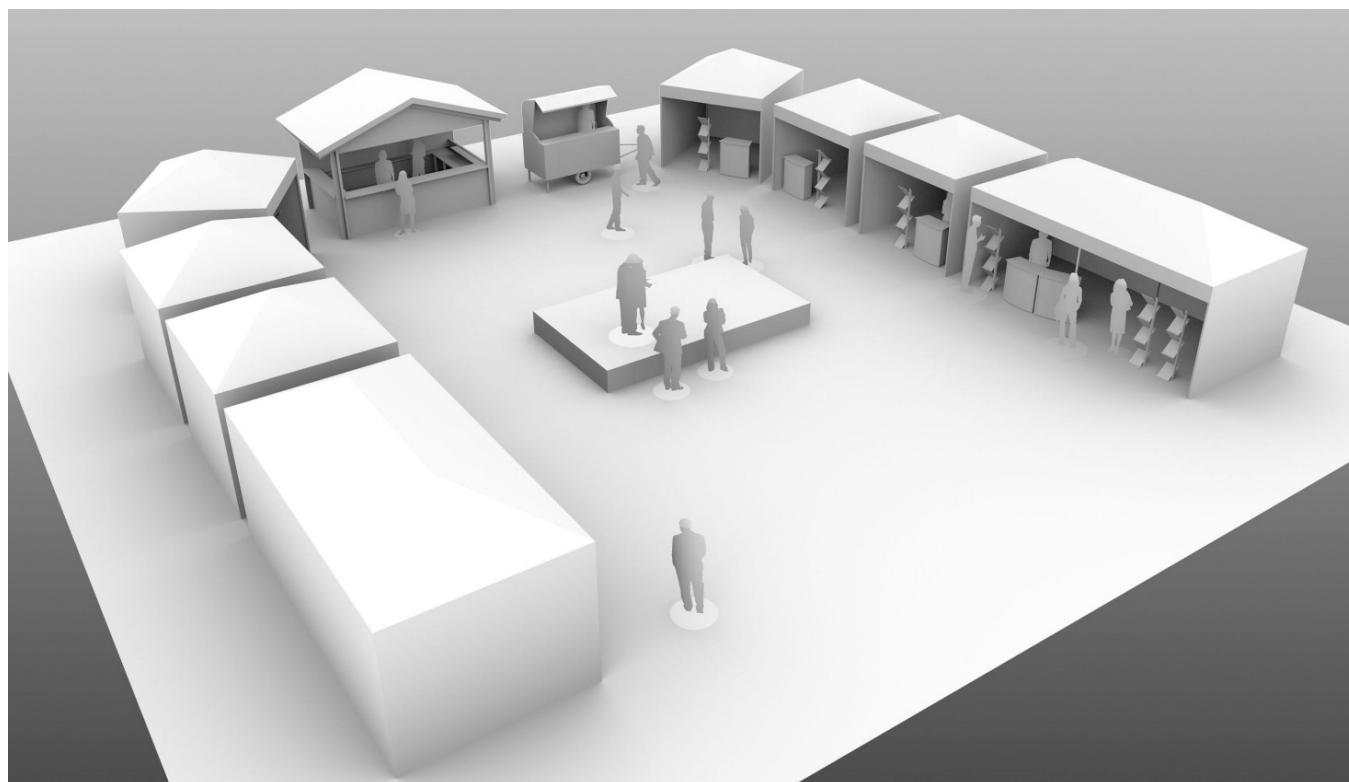
Esslingen

Reutlingen

Essen

Bochum

Oberhausen (Centro)



*Erster Entwurf in Schwarz-Weiß: So könnte die Präsentation auf einem Marktplatz aussehen
Repro: Projekt RK GmbH & Co. KG*

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