

# Tourismuszeitung Mecklenburg-Vorpommern

Ausgabe 12 - 2013



## Branche unter Strom

250 Touristiker treffen sich zum 23. Tourismustag in Ahrenshoop auf dem Darß



Sylvia Bretschneider

Jürgen Seidel

Rund 250 Tourismusvertreter treffen sich zum 23. Tourismustag des Landes am 21. November im Grand Hotel & Spa Kurhaus Ahrenshoop auf der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst. Unter dem Titel »Branche unter Strom – Tourismusfinanzierung und Energiewende als Herausforderungen« diskutieren Experten über zwei für die Branche wichtige Zukunftsthemen. Zum einen geht es um das Pro und Contra der Auswirkungen der Energiewende im Hinblick auf den Tourismus. Dabei beleuchtet allen voran Keynote-Speaker Dr. Franz Alt, der sich als Fernsehjournalist, Moderator und Buchautor einen Namen gemacht hat, das Tagungsthema Klima- und Energiekrise unter dem Blickwinkel der sich daraus ergebenden Chancen für das Urlaubsland MV. Zum anderen wird eine Diskussion zum Thema »Tourismusfinanzierung« angestoßen. Wo stehen wir? Wo wollen wir hin? Was können wir von anderen lernen? Die Branche blickt dabei auch auf das Nachbarland Österreich, dessen Tourismusgesetzgebung

alle einbezieht, die vom Tourismus profitieren. Dazu gehören im Alpenland nicht nur Beherberger, sondern auch Banken und Bäcker sowie Spielautomatenbetreiber und Schwimmbäder. Begleitend dazu wird den Teilnehmern ein Einblick in den aktuellen Diskussionsstand der Arbeitsgruppe »Tourismusgesetz MV« gegeben. Überdies ist der Tourismustag Anlass, um das aktuelle Tourismusjahr zu bilanzieren und sich gemeinsam über Ziele für das Jahr 2014 auszutauschen. Nicht zuletzt werden in diesem Rahmen der von der DKB gestiftete Tourismuspreis Mecklenburg-Vorpommern sowie zwei Ehrennadeln an Menschen vergeben, die für herausragende Verdienste im Tourismus gewürdigt werden sollen.

Darüber hinaus steht das integrative Tourismusmarketing in MV auf der Tagesordnung, spricht in Bezug auf die Umsetzung des Kommunikation- und Markenkonzeptes des Landestourismusverbandes bei den Akteuren. Infolgedessen wird zum 23. Tourismustag erstmals der neue Internetauftritt des Verbandes [www.aufnach-mv.de](http://www.aufnach-mv.de) präsentiert, der ein einheitliches Bild des Urlaubslandes zeichnet, die vier definierten Urlaubswelten »Genuss und Kultur«, »Lifestyle & Trends« »Aktivität und Gesundheit« und »Familie und Kinder« hervorhebt, in der Bedienung einfach ist und für alle Leistungsträger passende Beteiligungsmodelle bietet.

## Aus dem Inhalt

### 23. Tourismustag

Gerhard Föger über den organisatorischen und finanziellen Rahmen einer Alpendestination > **Seite 03**

### TMV aktuell

Mecklenburg-Vorpommern bekommt ein Haus des Tourismus > **Seite 05**

Neuer Internetauftritt für das Urlaubsland > **Seite 06**

### Neues aus den Urlaubswelten

Was wurde umgesetzt? Was ist geplant? > **Seite 11**

### Medienresonanz

Mediale Reichweite des Urlaubslandes MV 2013 gestiegen > **Seite 12**

Auf der TMV-Mitgliederversammlung am 22. November übernimmt Jürgen Seidel von Landtagspräsidentin Sylvia Bretschneider turnusgemäß für ein Jahr das Amt des Präsidenten des Landestourismusverbandes. Frau Bretschneider wird in der TMV-Doppelspitze die Position der Verbandsvorsitzenden weiter bekleiden.

## Querschnittsthema Tourismus

Grußwort Tourismusminister Harry Glawe zum Tourismustag MV 2013



Wirtschaftsminister  
Harry Glawe

Die Tourismusbranche im Urlaubsland MV nimmt Herausforderungen gern an, sie steht naturgemäß gern unter Strom. Wenn es richtig brummt im Land, dann lohnt sich das auch für

alle Beteiligten. Für die seit dem letzten Tourismustag vergangenen zwölf Monate gilt: sie waren spannungsgeladen und durchaus wechselhaft, besonders wenn man die Witterung einbezieht.

Die Pole waren 2013 extrem geladen, ein zu langer eisiger Winter, der eigentlich im Frühling stattfand und dann Ende Mai fast nahtlos in den fröhlichen Sommer überging. Klärchen hat es dann wieder gut gemacht in den Sommerferien und eindrucksvoll gezeigt, wie elementar wichtig für uns die über einen langen Zeitraum verteilten Sommerferien in den Bundesländern sind. Die sommerliche Nachsaison bis in den Oktober hat die Bilanz so befördert, dass beim Tourismusjahr noch ein Rekordausschlag erreicht werden könnte.

Der Tourismus ist ein wirtschaftlicher Pfeiler des Landes, dessen Bedeutung für die wirtschaftliche Zukunft MVs weiter wachsen wird. Für dieses nachhaltige Wachstum sind Attraktivität und Qualität bei den Angeboten die wichtigsten Voraussetzungen. Gäste und Besucher können heute über die modernste Urlaubsinfrastruktur Deutschlands verfügen. Deren Pflege, Unterhaltung und ein gezielter Ausbau rückt dabei immer mehr in den Fokus.

Immer deutlicher wird auch, wie vielfältig diese wachsende wirtschaftliche Bedeutung des Querschnittsthemas Tourismus zutage tritt. Das reicht von zusätzlichen Arbeitsplätzen, von urbanen oder kulturellen Impulsen über unternehmerische Initiative bis zu Verbesserungen in der Daseinsvorsorge.

Initiativen und Projekte wie »LandArt« oder »Natürlich romantisch« sind dabei

Ansätze, die neben ihrer wirtschaftlichen Intention modern und identitätsstiftend wirken. Nicht zuletzt sorgen die in vielen Branchen erzielten Umsätze für Einnahmen in den kommunalen Haushalten, die sonst nicht generiert würden. Diese müssen allerdings auch der Erhaltung und der Bewerbung der Angebote zugute kommen.

MV hat auch im internationalen Vergleich eine überdurchschnittliche Entwicklung vollzogen. Um diese fortsetzen zu können, sind gute Rahmenbedingungen wichtig – bei Investitionen, im Marketing, in der Finanzierung der Pflege der Infrastruktur, in der Ausbildung und Motivation von Mitarbeitern. Die natürliche Ausstattung als Grundlage für touristische Entwicklung zu erhalten, neue Urlaubsformen zu entwickeln und den Ausbau saisonverlängernder Angebote voranzutreiben, gehört ebenso ins Aufgabenrepertoire wie die Anpassung der touristischen Infrastruktur an die Veränderungen, die sich aus dem demografischen Wandel und der Energiewende ergeben.

Das in einem aufwendigen Prozess entwickelte und abgestimmte Marken- und Kommunikationskonzept wird auf allen Ebenen erfolgreich umgesetzt, vom Land, regional und lokal. Die vier neuen Urlaubswelten finden sich jetzt auch modern, attraktiv und vor allem anschaulich im Internetauftritt wieder. Mit der Freischaltung des neuen Netzauftritts hat das elektronische Marketing in MV eine neue Stufe erreicht, die sich auch im internationalen Vergleich sehen lassen kann. Das Urlaubserlebnis MV ist bei Information, Emotion und Angebotsvermittlung auf eine höhere Frequenz gesetzt worden. Die Voraussetzungen sind gegeben, dass der Funke jetzt auf die Nutzer überspringen kann. Funktionalität, Verlässlichkeit und Aktualität sind dabei die Parameter, mit denen gepunktet wird.

Die Tourismusbranche MVs zieht dabei am berühmten gemeinsamen Strang. Wenn sie das tut, kann der Herbst gern ein bisschen norddeutsch stürmisch werden.

+++ NEWSTICKER +++

+++ **Göhren** ist **Premium-Kneipp-Kurort**: Das Ostseebad wurde vom Verband Deutscher Kneippheilstätten und Kneippkurorte mit dem Qualitätssiegel »Kneipp Premium-Class« ausgezeichnet und ist damit in die Top-Liga der Kneippkurorte aufgestiegen. Die Verleihung der Auszeichnung erfolgt im April 2014 anlässlich des Landesbädertages in Göhren. +++ Die Bundesagentur für Arbeit hat in der Mecklenburgischen Seenplatte ein **Pilotprojekt für ungelernete Arbeitskräfte** in der Tourismusbranche gestartet. Dabei werden die 49 Teilnehmer in drei Wintersemestern zu Fachkräften für Hotels und Gaststätten qualifiziert. +++ In **Lohme** auf der Insel Rügen entsteht eine neue **9-Loch-Golfanlage**. Der Golfplatz ist eine Erweiterung des Hotels Schloss Ranzow, das bisher eine Übungsanlage mit Driving-Range, Putting Green, Pitching-Range und drei Übungsbahnen betrieben hat. [www.hotel-schloss-ranzow.de](http://www.hotel-schloss-ranzow.de) +++ Der langjährige Intendant der Festspiele Mecklenburg-Vorpommern, Matthias von Hülsen, ist verabschiedet worden. Seine Aufgabe übernimmt der 42-jährige Musikwissenschaftler Dr. Markus Fein. +++ **Thomas Bauer**, Hotelfachnachwuchs aus dem Grand Hotel Heiligendam, platzierte Mecklenburg-Vorpommern bei den **34. Deutschen Jugendmeisterschaften in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen**, auf einem guten sechsten Rang. +++ Senior ahoi: Mit der »Jetten 30« erweitert **Yachtcharter Schulz** seine Flotte um ein clever durchdachtes und **altersgerechtes Seniorenkonzept**, das wird erstmals vom 21. bis 24. November 2013 auf der BOOT & FUN BERLIN präsentiert. +++ Mehr als **40 Adventsmärkte** zwischen Ostseeküste und Seenplatte erwarten rund **2,5 Millionen Besucher**. +++ Zum vierten Mal in Folge informiert der kostenlose **»Meck-Pomm Familienkalender«** – ein praktischer Wandkalender mit Spalten für Termine einzelner Familienmitglieder – Groß und Klein über anstehende Veranstaltungen, Termine und Anbieter von Familienurlaub im Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern. [www.auf-nach-mv.de/prospekte](http://www.auf-nach-mv.de/prospekte) +++

## Tiroler Tourismusgesetzgebung mit Tradition

Gerhard Föger: Über den organisatorischen und finanziellen Rechtsrahmen einer Alpendestination



Gerhard Föger, Vorstand  
Tourismusabteilung Land Tirol

Gegenüber dem Land Mecklenburg-Vorpommern ist das österreichische Bundesland Tirol wohl nur »eine halbe Portion«. Auf 12.640 Quadratkilometern – davon bloß 1.503 Quadratkilometer Dauersiedlungsgebiet – gestalten wir einen durchaus anspruchsvollen Wirtschaftsraum dominiert vom Mythos Berg. Dem Tourismus kommt seit jeher ein zentraler Stellenwert zu, was mittlerweile zu einer derartigen Profilierung als Urlaubsland geführt hat, dass Qualitätsaspekte gegenüber Qualitätsbemühungen deutlich in den Hintergrund treten. Bei einer Wohnbevölkerung von rund 715.000 durchstößt Tirol demnächst die Schwelle von 45 Millionen Gästenächtigungen, was einer Intensität von jährlich mehr als 60 Übernachtungen pro Einwohner entspricht und vereinzelt bereits Belastungsgrenzen aufzeigt.

Diese progressive Entwicklung wird insgesamt als Erfolgsstory gesehen und sie hat sich selbst in den Jahren der Finanz- und Wirtschaftskrise nicht wirklich erschüttern lassen. Gebührt der Respekt hierfür natürlich zuerst den zahlreichen Unternehmern, so trägt auch die rechtliche Kulisse ihren durchaus wichtigen Beitrag zum gemeinsamen Gelingen bei.

Unsere Tourismusgesetzgebung hat mittlerweile eine mehr als 100-jährige Tradition und ist immer wieder Modifikationen

unterworfen, um den dynamischen Entwicklungen der Branche weitestgehend Rechnung zu tragen. Tirol beobachtet also aufmerksam das Geschehen und justiert immer wieder nach, sodass sich der gesetzliche Rahmen stets als möglichst praxistauglich und marktadäquat darstellt. Dennoch bestehen einige geradezu unverrückbare Grundsätze, die sich quasi wie ein roter Faden etabliert und bewährt haben:

**1.** Der Tiroler Landeshauptmann (Ministerpräsident) ist das für die touristischen Belange zuständige Regierungsmitglied. Der Umstand, dass Tourismus als »Chefsache« wahrgenommen wird, verleiht der Branche einen besonderen Stellenwert und die Möglichkeit, aktuelle Anliegen an zentraler Stelle behandelt bzw. umgesetzt zu wissen;

**2.** die Tiroler Tourismusverbände sind Körperschaften öffentlichen Rechtes mit Pflichtmitgliedschaft sämtlicher Unternehmer im Verbandsgebiet. Es herrscht also nicht das Prinzip der Freiwilligkeit, sondern jenes der gesetzlich festgeschriebenen Teilhabe mit sämtlichen Rechten und Pflichten;

**3.** die touristische Organisation ist von der kommunalen Ebene strikt getrennt. Es wäre für das Tiroler Verständnis vom Tourismus keinesfalls zweckmäßig, etwa »Tourismusgemeinden« zu installieren, in denen es zu einer Überschneidung von kommunalen und touristischen Kreisläufen mit wohl unerwünschten Effekten käme;

**4.** Tirol betreibt – organisatorisch gegliedert in 34 Regionen – den Tourismus flächendeckend. Es existiert im Land demzufolge weder ein Quadratmeter Boden, der nicht touristisch beworben würde, noch könnte sich ein Einheimischer als vom touristischen Geschehen ausgespart fühlen, was wiederum die Akzeptanzfrage wesentlich berührt;

**5.** die strategische Meinungsbildung in den Verbänden muss breit abgestützt, aber die Gremien sollen klein und die Entscheidungswege sollen kurz sein, um sich nicht in bürokratischen Abläufen zu verlieren;

**6.** gespeist aus den zwei Quellen Unternehmerbeiträge (€ 80 Mio jährlich) sowie Aufenthaltsabgaben (€ 50 Mio jährlich) verfügen die Tiroler Tourismusverbände über ein gleichsam selbsttragendes, autarkes Finanzierungssystem, damit einhergehend über die entsprechende Budgetsicherheit und eine begleitende Gebarungskontrolle, die höchsten Prüfstandards gerecht wird.

Diese und manch andere Ausprägungen des Tourismusgesetzes samt einschlägiger Begleitvorschriften sind nur möglich, weil wir hier von einer föderal definierten Rechtsmaterie sprechen, welche dem Land Tirol die Hoheit eines maßgeschneiderten Gestaltens eröffnet. Zudem findet sich der Tourismus nicht auf der Primärrechtsebene der Europäischen Union beheimatet. Er wird demzufolge zwar als typische Querschnittsmaterie von etlichen Bundes- und EU-Vorschriften tangiert, es verbleiben jedoch im Kernbereich Kompetenzen der eigenständigen Steuerung, welcher Umstand im Lande als segensreich empfunden wird und dem Individualitätsstreben eines eigenwilligen Alpenvolkes durchaus entspricht.

Demnächst wird ein neuerlicher tourismuspolitischer Auftrag ergehen, den aktuellen Rechtsbestand kritisch zu evaluieren und die Vorbereitungen für eine allenfalls tunliche Novellierung zu treffen. Die Tourismusabteilung der Landesregierung wird dieses Procedere auf bewährte Weise steuern und gewährleisten, dass die legislativen Arbeiten nicht abstrakt am grünen Tisch getätigt werden, sondern umfangreiches Praktikerwissen einfließen kann. Tourismusobleute, Geschäftsführer und weitere Meinungsbil-

der bzw. Experten aus der Unternehmerrschaft werden intensiv eingebunden um der Zielsetzung zu genügen, letztlich ein Paragrafenwerk zu zimmern, welches dem Adressatenkreis kreative Handlungsspielräume eröffnet und für ihn jedenfalls keine unnötige Bürde darstellt.

Schließlich sei angemerkt, dass die touristische Welt in Tirol nie gänzlich »in

Ordnung« ist bzw. sein wird. Aktuell verdrängt sich der Fokus etwa auf die raumordnungspolitische Komponente, die als Synonym für das Spannungsfeld zwischen Tourismusverband und Gemeinde dienen kann. Während es die regional strukturierten Verbände mittlerweile verinnerlicht haben, bei der Entwicklung und Realisierung der infrastrukturellen Angebotskulisse aus der Sicht des Gastes

zu denken und dessen Bewegungsraum gesamthaft einzubinden, verharren etliche Kommunen im überholten Denkmuster, lokale und defizitäre Einrichtungen um jeden Preis zu verteidigen. Es scheint nur eine Frage der Zeit, bis hier das Vertrauen in »freiwillige« Lösungen ermattet.

## Sommer hellt Tourismusbilanz auf

Nach Startschwierigkeiten war 2013 für die Branche insgesamt ein gutes Jahr

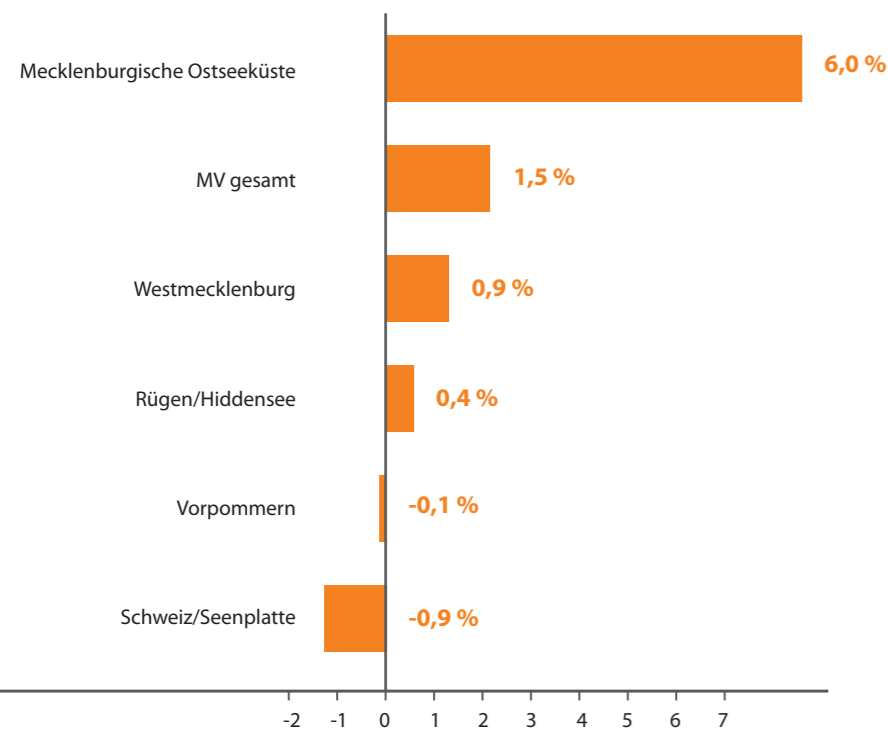
Nach Ende des Monats September lag Mecklenburg-Vorpommern mit nahezu 24 Millionen Übernachtungen deutlich über dem Niveau des Jahres 2012 (+ 1,5 Prozent). Zu dieser positiven Entwicklung trug insbesondere auch der Anstieg im Incoming-Tourismus bei – wie bereits im vergangenen Jahr.

Von Januar bis September 2013 war ein Zuwachs von über sechs Prozent im Incoming-Bereich zu verzeichnen. Die wichtigsten Auslands-Quellmärkte blieben dabei die Niederlande, die Schweiz, Österreich, Schweden und Dänemark.

Nach dem verhaltenen Start ins Jahr 2013 verzeichneten zwischen Januar und September nahezu alle Beherbergungsarten Zuwächse gegenüber dem Vorjahreszeitraum: Hotels/Gasthöfe/Pensionen (+ 2,5 %), Campingplätze (+ 8,2 %) und Vorsorge- und Rehabilitationskliniken (+ 3 %). Lediglich der Bereich der Ferienunterkünfte muss Rückgänge im Übernachtungssegment von insgesamt 3,8 % verkraften. Wie im überwiegenden Teil der Beherbergungsbetriebe zeichnet sich auch in den Reiseregionen des Landes ein positives Bild ab. Nahezu alle Regionen liegen hier im Zuwachsbereich.

### Veränderung Übernachtungen\* Januar bis September 2013

Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern  
\* im Vergleich zum Vorjahreszeitraum



Die Statistik für den September lässt auf ein sehr gutes Jahresergebnis 2013 hoffen: Es wurden über 730.000 Ankünfte und nahezu drei Millionen Übernachtungen für Mecklenburg-Vorpommern insgesamt gezählt.

Nach Rückmeldungen aus der Branche kündigt sich zufriedenstellende Übernachtungszahlen für das vierte Quartal an. Insgesamt ist damit für 2013 mit einem besseren Jahresergebnis als 2012 (27,9 Millionen Übernachtungen) zu rechnen, sodass die Marke von 28 Millionen Übernachtungen zum zweiten Mal nach 2009 deutlich wieder überschritten werden sollte.

## Mecklenburg-Vorpommern bekommt ein Haus des Tourismus

Baustart in Rostock soll im Frühjahr 2014 sein / Neben Landestourismusverband ziehen weitere Vereine und Institutionen ein

Neue Schaltzentrale für den Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern: Der Tourismusverband MV und viele seiner Partner erhalten in Rostock eine neue Heimat. Auf dem alten Gelände der Neptun-Werft soll bis Ende des Jahres 2015 das »Internationale Haus des Tourismus« entstehen. Drei der geplanten fünf Etagen des Baus werden vom Landestourismusverband genutzt, darüber hinaus wollen auch der Bäderverband, der Landesverband des Deutschen Jugendherbergswerkes, der Verein Landurlaub, der Verband für Camping und Wohnmobiltourismus sowie der Verband Mecklenburgischer Ostseebäder in das wesentlich vom Land Mecklenburg-Vorpommern finanzierte Gebäude ziehen. Die internationale Ausrichtung soll mit einem Büro der Ostseetourismus-Initiative sowie einer Zentrale für Gesundheitstourismus unterstrichen werden.

»Die Zeichen im Tourismus stehen auf Zusammenarbeit. In Zeiten knapper Kassen zählen Synergien, die wir am gemeinsamen Standort optimal nutzen können, um im Wettbewerb der Reiseregionen weiter zu bestehen«, erklärte Sylvia Bretschneider, Präsidentin des Landtages und des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern. Sie freue sich sehr, dass der Bau nach mehrjähriger Planungsphase in Kürze beginnen könne. Der erste Spatenstich könnte im Sommer 2014 gesetzt werden.

Die wesentlichen Voraussetzungen dafür konnten in den vergangenen Monaten und Wochen erfüllt werden: Neben der Landesförderung in Höhe von 3,5 Millionen Euro und Eigenmitteln des Tourismusverbandes liegt die Finanzierungszusage einer Bank für einen Kredit vor. Daraufhin konnte das rund 2.600 Quadratmeter große Grundstück in dem Mischgebiet für Gewerbe und Wohnen



Foto: Bastmann + Zavracky BDA Architekten

vom Landestourismusverband erworben werden. Bei der anschließenden EU-weiten Ausschreibung der Architekturleistungen hat sich Ende September dieses Jahres das Rostocker Büro »Bastmann + Zavracky BDA Architekten« unter 35 Bewerbern durchgesetzt, von denen sechs in die engere Auswahl der Vergabekommision gekommen waren. Ausschlaggebend für den Zuschlag war laut Jury-Urteil die überzeugende Kombination eines sehr effektiven und wirtschaftlichen Entwurfs mit einer hohen baukulturellen Qualität.

Das Gesamtprojekt soll mit einem Volumen von 4,5 Millionen Euro realisiert werden. Den einziehenden Akteuren werden rund 2.000 Quadratmeter Nutzfläche zur Verfügung stehen. Neben Büros und Lagerflächen entstehen auch ein öffentlicher Empfangs- und Informationsbereich sowie Beratungsmöglichkeiten; in der oberen Etage ist ein Konferenzraum für bis zu 60 Personen mit Terrasse geplant. »Wir wollen ein zweckmäßiges Gebäude, das mehrere Institutionen unter einem Dach vereint und die wichtige Rolle des Tourismus für unser Land buchstäblich zementiert«, sagte Sylvia Bretschneider. Die Zusammenführung unterschiedlicher Funktionen an einem zentralen Ort wäre in der bisherigen Geschäftsstelle, die der Landestourismusverband seit 1992 angemietet hatte, nur eingeschränkt möglich gewesen.

Das Haus des Tourismus soll ein fünfgeschossiger, gewinkelter Baukörper mit klarer Orientierung und Öffnung zum Wasser werden. Zentrum und gemeinsamer Ort der Begegnung werden sowohl das offene Treppenhaus als auch die Dachterrassen mit Blick über die Warnow sein. »Wir sehen ein klar strukturiertes, einladendes und effizientes Gebäude vor, das mit den Qualitäten seines Standortes nahe dem Wasser gekonnt umzugehen weiß. Ein Bau, der dem Selbstverständnis seines Bauherren, dem Landestourismusverband, entspricht«, sagte Architekt Stephan Bastmann. Die Energieversorgung des Hauses soll mit einem hohen Anteil an erneuerbaren Energien und möglichst auch unter Nutzung von Erdwärme abgesichert werden.

Das Büro Bastmann + Zavracky entwirft und realisiert mit 14 Mitarbeitern in Rostock und Hamburg seit mehr als zwölf Jahren Gebäude in Norddeutschland, darunter öffentliche Bauten wie Schulen, Kulturbauten, Wohnungen sowie Vorhaben in Stadtplanung und Projektentwicklung. In Rostock verantwortete das Büro unter anderem das Kreuzfahrtterminal Warnemünde, die Forschungshalle der Universität und das Bundespolizeiamt. Das Bauprojekt zum Haus des Tourismus wird von der Entwicklungsgesellschaft Mecklenburg-Vorpommern (EGS) und dem Betrieb für Bau und Liegenschaften (BBL) betreut.



## Frischer Internetauftritt für MV: Urlaubsland mit neuem Gesicht

Die neue Landespräsentation [www.auf-nach-mv.de](http://www.auf-nach-mv.de) vernetzt die Tourismusbranche und spricht Nutzer nach ihren Interessen an

Ab sofort präsentiert sich das Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern im Internet mit einem neuen Gesicht. Die inhaltlich, gestalterisch und technisch überarbeitete Webseite [www.auf-nach-mv.de](http://www.auf-nach-mv.de) wird am 21. November freigeschaltet. Als umfassendste Seite ihrer Art bündelt sie Informationen zum Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern und bildet diese aktuell und in mehreren Sprachen ab. »Freundlich, modern, zugewandt und mit einer guten Übersichtlichkeit – das neue Gesicht des Urlaubslandes Mecklenburg-Vorpommern im Internet ist an den Vorlieben und Gewohnheiten von Gästen und Interessenten ausgerichtet. Die Qualität der neuen Landespräsentation besteht auch darin, dass sie touristischen Regionen und Orten die Möglichkeit der inhaltlichen und gestalterischen Vernetzung bietet«, erklärte Bernd Fischer, Geschäftsführer des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern. Damit komme das Land im Bestreben eine starke touristische Marke aufzubauen einen entscheidenden Schritt voran. Moderne Technologie sorgt für Nutzerfreundlichkeit und gute Auffindbarkeit von Informationen – sowohl durch die Nutzer als auch durch Suchmaschinen.

Die Webseite [www.auf-nach-mv.de](http://www.auf-nach-mv.de) fungiert als Drehscheibe für alle relevanten Daten der Tourismusbranche und verbindet die Akteure in bisher nicht gekannter Form und Dichte. So kann beispielsweise der in seinen Funktionen deutlich verbesserte Veranstaltungskalender von vielen Akteuren im Land gepflegt und ergänzt werden. Zudem brauchen Buchungsangebote sowie Grundeinträge touristischer Plätze und Sehenswürdigkeiten in Zukunft nur noch einmal erfasst zu wer-

den, um gleichzeitig auf Internetseiten verschiedener Träger dargestellt zu werden. »Wir wachsen zusammen und können uns effizienter, ökonomischer und mit größerer Schlagkraft vermarkten, so wie es die vor einem Jahr verabschiedete Kommunikationsstrategie für das Urlaubsland vorsieht«, sagte Bernd Fischer. Die neue Webseite stehe im Zentrum des touristischen Marketings und orientiere sich am immer digitaleren Informationsverhalten der Menschen. Rund drei Viertel aller Deutschen nutzen das Internet zur Information über Reiseziele.

Die auf dem nicht kommerziellen Portal gebündelten Informationen und Angebote sind den touristischen Kernthemen Mecklenburg-Vorpommerns – Familie & Kinder, Aktivität & Gesundheit, Genuss & Kultur sowie Lifestyle & Trends – zielgruppenorientiert zugeordnet. Das deutlich verschlankte Startseiten-Menü navigiert Nutzer je nach Neigung zu Aktivitäten, Reisezielen, Buchungsangeboten und einem umfassenden Servicebereich. Potenzielle neue Gäste können sich im Portal einen Überblick über das Land verschaffen und sich inspirieren lassen; Intervall- und Stammgäste finden auf weiteren Ebenen tiefergehende und aktuelle Informationen zu verschiedenen Themenfeldern.

Von den vier Hauptrubriken aus gelangen Nutzer auf Unterseiten, die bewährte Themen wie Wandern oder Wassersport beinhalten, aber auch neue Bereiche wie Fun- und Trendsport abbilden. Von allen Themenseiten können Gäste über einen Link direkt zum Anbieter oder auf eine Buchungsplattform gelangen. Auch der Weg zu den im gleichen Erscheinungsbild auftretenden touristischen Regionen

und Partnern ist kurz; der Übergang von einer zur anderen Internetseite soll für den Nutzer in Zukunft unbemerkt verlaufen: »So bekommen Gäste Informationen aus einem Guss und mit einer starken Gemeinschaftsaussage«, so Bernd Fischer. In den neuen Internetauftritt ist darüber hinaus eine interaktive Karte zum Planen von Touren und Routen integriert. Mit Hilfe dieser können Nutzer Attraktionen, Sehenswürdigkeiten oder Touren in der von ihnen favorisierten Region aufrufen.

Smartphones, Tablets oder Bildschirme – das Design der Webseite passt sich allen heute gängigen Medien an. Auf mobilen Geräten läuft [www.auf-nach-mv.de](http://www.auf-nach-mv.de) mit entsprechender Navigation und gerätespezifischen Funktionen, zum Beispiel mit Wischeffekt zum Blättern, mit einer Direktwahl-Funktion zum Telefonieren oder mit der so genannten Around-Me-Funktion zur Anzeige von Ausflugszielen und Veranstaltungen in der Umgebung von Nutzern, die bereits in Mecklenburg-Vorpommern sind.

Die Webseite bietet touristischen Akteuren eine Reihe von Beteiligungsmöglichkeiten. Unternehmen und Reiseziele können sich zum Beispiel mit einem einfachen Eintrag, der unter anderem eine Bildergalerie, eine Beschreibung, eine Kartendarstellung, Kontaktdaten und Links enthält, interaktiv präsentieren. Darüber hinaus ist die Platzierung von buchbaren Angeboten mit direkter Verlinkung in thematisch passendem Umfeld möglich. Die Metadaten können unter [www.tmv.de/webmediadaten](http://www.tmv.de/webmediadaten) abgerufen werden.

**Weitere Informationen:**  
[www.auf-nach-mv.de](http://www.auf-nach-mv.de)

## 4. Tourismuspreis des Landes geht an Stifter aus der Schweiz

Jost Reinhold erhält die Auszeichnung für sein Engagement in rund 1.000 gemeinnützigen Projekten

Mit dem von der DKB gestifteten Tourismuspreis des Landes MV sendet die Tourismusbranche ein Zeichen für außergewöhnliches Engagement für das Urlaubsland MV. Die zum vierten Mal verliehene Auszeichnung in Form einer Plastik des Heiligen Christophorus, dem Schutzpatron der Reisenden, erhält der in Mecklenburg geborene und jetzt in der Schweiz lebende Stifter Jost Reinhold. Damit würdigt die Branche sein Engagement für rund 1.000 gemeinnützige Projekte, die er in Mecklen-

burg-Vorpommern unterstützt hat. »Ohne das ehrenamtliche Engagement von Jost Reinhold hätten viele touristische Projekte wie etwa die Fertigstellung des Müritzsees nicht umgesetzt werden können. Reinhold drückt seine Heimatliebe in großzügigen und stillen Gesten aus. Getreu dem Motto: Tue Gutes und schweige darüber. Dies zeichnet in ihn in besonderer Weise aus«, sagte Sylvia Bretschneider, Präsidentin des Landestourismusverbandes, im Rahmen der Auszeichnungsveranstaltung auf dem

23. Tourismustag in Ahrenshoop. Zudem erhalten der Verleger und Kurator des Umweltfestivals »horizonte« in Zingst, Klaus Tiedge, sowie der als Tourismusdirektor der Kaiserbäder auf Usedom aus dem Amt scheidende Dietmar Gutsche Ehrennadeln für ihre Arbeit.



Jost Reinhold erhält den Tourismuspreis

**TMV: Sie haben bisher mehrere hundert Projekte, darunter das Müritzseum oder die Bildungsstätte für Kinder und Jugendliche des Müritz-Nationalparks, in Mecklenburg-Vorpommern unterstützt. Woher rührt das große Interesse für den Nordosten?**

Reinhold: Die Anzahl der geförderten Projekte hat sich inzwischen auf über 1.000 erhöht, und die Leistungen bewegen sich im achtstelligen Bereich. Ich bin in diesem Lande geboren und fühle mich durch und durch als Mecklenburger. Nach dem Mauerfall und der Wiedervereinigung bin ich in die Heimat zurückgekehrt und hatte danach nur den einen Wunsch: den Menschen bei der Bewältigung der neuen Aufgaben behilflich sein zu können. Aus diesem Wunsch heraus rief ich dann, vor nun mehr als 20 Jahren, meine gemeinnützige Stiftung für Mecklenburg ins Leben.

**TMV: Welches Ziel treibt Sie an, und nach welcher Maßgabe engagieren Sie sich?**

Reinhold: Bei dieser Frage fällt mir ein alter Spruch ein: »Ein Ziel habe ich nicht; der Weg ist mein Ziel«. Wirkliche Kriterien habe ich auch keine; überall wo Not am Mann bzw. an der Frau ist, da versuche ich einzuspringen und zu helfen; natürlich immer im gemeinnützigen Sinne, das ist die Voraussetzung.

**TMV: Gibt es Wegbegleiter aus dem Bereich Tourismus?**

Reinhold: Meine Wegbegleiter sind und waren die Mitglieder aus dem Stiftungsvorstand und dem Stiftungsrat. Es ist mir eine Freude und eine Pflicht, sie in diesem Zusammenhang zu nennen und ihnen für ihren Einsatz zu danken: Vorstand Egon Hug und die Stiftungsräte Altlandrat Jürgen Seidel, Altlandrat Gert Schultz, Altlandrätin Bettina Paetsch und Dr. Heinrich Reinhold sowie die inzwischen leider verstorbenen Stiftungsräte Dr. Eberhard Voss, Pastor Ludwig Wegener, Bürgermeisterin Ilse Sprick.

**TMV: Welche Zukunft hat der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern Ihrer Meinung nach?**



**Reinhold:** Mecklenburg-Vorpommern ist ein Land des Tourismus durch und durch. Die Küsten und Inseln an der Ostsee, die tausend Seen im Landesinnern, die Nationalparke, die stillen Wälder und die weiten Felder, die schönen Dörfer und Städte und das reichhaltige Kulturangebot; das frische Klima und der blaue Himmel mit seinen weißen Wolken (wenn es nicht gerade regnet) machen es zu einem Anziehungspunkt für jeden Urlauber und Feriengast. Dass diese Entwicklung so weiter geht, das liegt einzig und allein an den Menschen, die in diesem schönen Beruf tätig sind. An ihnen liegt es, dass sie den Gästen das Gefühl der wahren Gastfreundschaft geben, das erforderlich ist, sofern man sie auch im nächsten Jahr wiedersehen will, und damit sie die gute Nachricht auch an Freunde und Bekannte weitergeben.

**TMV: Aus Ihrer Perspektive: Worauf sollte in der touristischen Landesentwicklung auf den Ebenen von Politik und Unternehmerschaft geachtet werden?**

**Reinhold:** Ich bin ein Mann und Anhänger der freien Wirtschaft, deshalb würde ich die Politik außen vor lassen und mich nicht um ihre Hilfe bemühen, die auf anderen Gebieten weit wichtiger ist. Entscheidend ist, dass sie uns keinen Bremsschuh anlegt. Den Unternehmern kann ich nur einen Rat geben: sich mit Begeisterung und Fleiß um ihr Unternehmen zu kümmern, damit es wächst und gedeiht und größer und ertragreicher wird. Damit werden neue Arbeitsplätze geschaffen, für Mitarbeiter, die auch Freude an der Arbeit haben und damit auch den anspruchsvollen Gast zufriedenstellen. Es ist ein sich immer drehender Kreis.

**TMV: Wie oft sind Sie selbst in Ihrer alten Heimat unterwegs? Und wo vorzugsweise?**

**Reinhold:** Aus dem Land südlich der Alpen komme ich im Durchschnitt einmal im Monat nach Mecklenburg-Vorpommern – für meinen Geschmack viel zu wenig. Aber da ich meine Arbeit immer noch als mein schönstes Hobby betrachte, muss ich mich begnügen. In den drei bis vier Tagen, die ich dann im Lande bin, suche ich vorzugsweise die Orte auf, wo ich geboren bin und wo ich meine Kindheit und Jugend erlebt habe. Das ist nun im Bereich des neuen Großkreises Mecklenburgische Seenplatte. Ich habe mir aber vorgenommen, jedes Mal einen Tag dranzuhängen und auch die anderen Teile des Landes noch besser kennenzulernen.



**Ehrennadel für Klaus Tiedge**

So wie Binz für Bäderarchitektur, Wismar für Welterbe und Warnemünde für Wassersport stehen, wird Zingst in einem Atemzug mit dem Thema Fotografie genannt. Letzteres ist maßgeblich das Verdienst vom Verleger Klaus Tiedge. Er hat ein untrügliches Auge für gute, herausragende Fotografie, kennt die Großen der Zunft, freut sich über die Kreativität der Newcomer und hat alle Foto-Events von Hamburg bis Arles bereist. Er und sein Team sowie die ganze Gemeinde des Ostseeheilbades begleiten die Entwicklung des Themas Fotografie in Zingst seit nunmehr neun Jahren sehr intensiv. Mittlerweile hat Klaus Tiedge sechs Mal das Umweltfotofestival »horizonte zingst« kuratiert, dem er auch seinen Namen gab. Auf einzigartige Weise führt er die Themen Natur und Fotografie an einem Ort

– im Ostseeheilbad Zingst – zusammen. Mehr noch: Er schafft neue Urlaubsfreunden für Gäste des Landes. Dabei spricht er alle an: Profifotografen, Hobbyknipser und alle, die sich für Fotografie begeistern können. Eines ist ihm wichtig: die Natur. Und so schafft er mit dem Umweltfotofestival auch eine Voraussetzung dafür, Menschen für die Natur und vor allem für den Schutz dieser zu sensibilisieren. Ganz nebenbei ist es ihm mit der Entwicklung von Veranstaltungen wie »Zingster Fotofrühling« und »Aktiv Fotoherbst« auf einzigartige Weise gelungen, Zingst ganzjährig als Ort für Fotografie zu etablieren. Dafür bekommt er eine Ehrennadel.



**Ehrennadel für Dietmar Gutsche**

Eine Alternative zu Mallorca oder Grand Canaria sein – das war der Leitspruch des

Fremdenverkehrsverbands Insel Usedom, der sich auf Initiative Dietmar Gutsche 1990 gründete. Mittlerweile spricht man nicht mehr von Fremdenverkehr, der Verein heißt jetzt Tourismusverband Insel Usedom, und das Eiland braucht mit internationalen Events wie dem Usedom Baltic Fashion Award, der hohen Dichte an ausgezeichneten Wellness-Hotels oder der längsten Promenade Europas keine Vergleiche mit Mittelmeerinseln zu scheuen. Dietmar Gutsche, der jetzt seine aktive Zeit als Tourismusdirektor der Kaiserbäder beendet, ist ein aktiver, konstruktiver und auch kritischer Wegbereiter für den Tourismus auf der Insel Usedom, aber auch in Mecklenburg-Vorpommern. Mit seinem Fachwissen und langjährigem Engagement hat er sich ehrenamtlich in den unterschiedlichsten Arbeitsgruppen, Beiräten und anderen Gremien regional und überregional eingebracht. Nicht zuletzt wurde auf seine Initiative hin der ZDF-Fußballstrand in Heringsdorf kreiert, sodass während der Fußball-EM 2012 eindrucksvolle Bilder aus Heringsdorf in die Welt gesendet werden konnten. Als »éminence grise«, wie er anerkannt genannt wird, steht er der Branche als Ehrenmitglied des Tourismusverbandes Insel Usedom weiter mit Rat und Tat zur Verfügung. Für sein Engagement erhält er eine Ehrennadel.



Volker Schlotmann

Die Energiewende ist eine der großen Zukunftsaufgaben. Mecklenburg-Vorpommern hat sich auf den Weg gemacht, die Energiewende aktiv mit zu gestalten.

## Es wird nicht ohne Kompromisse gehen

Minister Schlotmann für Augenmaß bei der Umsetzung der Energiewende

Die Energiewende ist eine der großen Zukunftsaufgaben. Mecklenburg-Vorpommern hat sich auf den Weg gemacht, die Energiewende aktiv mit zu gestalten. Wir haben optimale natürliche Voraussetzungen für Windenergie an Land und auf der Ostsee, für Solarenergie und für Energie aus Biomasse. Und wir haben viele Unternehmen und Institutionen im Land, die sich auf die besonderen Entwicklungen eingestellt und spezialisiert haben.

Die Energiewirtschaft bietet den Menschen in Mecklenburg-Vorpommern beste wirtschaftliche Chancen.

Sie gehört damit zu den wichtigsten Wachstumsbranchen im Land. Um das zu unterstützen und um diese historische wirtschaftliche Chance nicht zu vertun, wollen wir unseren Strombedarf möglichst bald vollständig aus Erneuerbaren Energien decken können.

Die Energiewende wird nicht ohne Folgen bleiben. Die Gewinnung regenerativer Energie wird die Landschaft verändern. Denn um die Erneuerbaren Energien ausbauen zu können, braucht es Platz zum Bau neuer Anlagen zur Erzeugung von »sauberer« Energie. Das Energieministerium hat die Voraussetzung dafür geschaffen, dass die vier Regionalen Planungsverbände weitere Windeignungsgebiete an Land ausweisen können. Mit der Fortschreibung des

Landesraumentwicklungsprogramms ist eine maritime Raumordnung vorgesehen, die Vorrangflächen für die Windenergienutzung offshore vorhält.

Dass die Ausweisung von Flächen nicht geräuschlos abläuft, muss allen klar sein. Nicht wenige Touristiker fürchten um die Zerstörung von Naturlandschaften durch den Ausbau der Erneuerbaren Energien. Und sie befürchten dadurch rückläufige Übernachtungszahlen. Doch müssen Tourismus und Erneuerbare Energien sich immer ausschließen? Oder kann eine nachhaltige Energieversorgung nicht auch ein Gewinn für den Tourismus sein?

Es ist das Ziel der Landesregierung, die Energieversorgung umweltfreundlich, sicher und bezahlbar zu machen. Bei der Erzeugung von Energie aus Wind und Sonne fallen keine atomaren Abfälle an, und es entstehen keine schädlichen Klimagase. Das schont Ressourcen und trägt zum Erhalt einer intakten Natur bei. Das Thema Nachhaltigkeit beschäftigt immer mehr Menschen. Bio-Lebensmittel, Car-Sharing, Fair Trade – ein umweltbewusstes und nachhaltiges Leben zu führen, ist in Deutschland gerade gefragter denn je. Hier gilt es anzusetzen.

Es gibt bereits Kommunen und Regionen, die Erneuerbare Energien in ihr touristisches Angebot einbinden. Windparkfeste, Energielehrpfade, Wandertage

und Ausstellungen haben sich vielerorts bewährt. Dies bietet Regionen die Möglichkeit, sich von ihren Mitbewerbern abzuheben und zu zeigen, dass Fortschritt und ein naturbelassener Tourismus keine Widersprüche sind.

Die Ausweisung von Flächen für Anlagen zur Erzeugung von Energie aus Erneuerbaren Quellen wird mit Augenmaß vorangetrieben. Es darf kein Wildwuchs entstehen. Es darf aber auch keinen Stillstand geben. Die Energiewende bietet viele Chancen. Um sie erfolgreich umzusetzen, bedarf es einer Vielzahl von Akteuren. Es ist wichtig, über die Grenzen verschiedener Interessen hinweg nach gut abgestimmten Lösungen zu suchen. Dabei kann es nicht ohne Kompromisse gehen. Jedoch haben wir jetzt die Chance, uns ein Profil zu geben. Ein Profil, das zukunftsweisend zeigt, wie sich der Gewinn regenerativer Energien mit der Landschaft vertragen kann.

Der Ausbau der Erneuerbaren Energien kann nur gemeinsam gelingen. Es liegt bei uns allen, diese Herausforderung anzunehmen. Ich versichere Ihnen, dass ich bei allen Entscheidungen immer auch die Einmaligkeit unserer Natur und dadurch auch die Belange des Tourismus mit im Blick habe. Zudem werde ich den konstruktiven Dialog mit dem Tourismusverband MV fortsetzen und rechtzeitig über die aktuellen Entwicklungen in Sachen Energiepolitik informieren.



Dr. Franz Alt

Keine erneuerbaren Energien zu haben, kostet die Zukunft.

## Erneuerbaren Energien gehört die Zukunft

Dr. Franz Alt, Publizist und TV-Moderator, über Krisen und Chancen der Energiewende

Eine Ära geht zu Ende: das Atomzeitalter. Sein Ende ist politisch eingeläutet – zumindest in Deutschland, Italien und der Schweiz. Manche Regionen und Kommunen sind bereits heute auf 100 Prozent Ökoenergien umgestiegen. Viele positive Beispiele zeigen, dass Deutschland und Europa im Strom- und Wärmebereich bereits in schätzungsweise 20 Jahren zu 100 Prozent erneuerbar sein können. Technisch ist das möglich. Nur: Wer soll das bezahlen und wie könnte der künftige Energiemix aus Erneuerbaren aussehen?

In der Praxis ist Deutschland noch unbefriedigend auf die Energiewende vorbereitet. Es fehlen vor allem Speicherkapazitäten für die unbeständige Sonnen- und Windenergie. Und es fehlen Leitungen für eine dezentrale erneuerbare Energieversorgung. Die alte Energiewirtschaft hätte schon in den letzten Jahren 4.000 Kilometer neue Leitungen legen müssen, allerdings wurden nur 750 Kilometer gebaut. Das Hauptproblem für eine komplette Versorgung mit Ökoenergien sind die alten zentralisierten Strukturen

der Großkonzerne, der vier »Energie-Besatzungsmächte«. Die Technologien für zukünftige Speicherkapazitäten, die jetzt überall erprobt werden, heißen Pumpspeicherkraftwerke, Druckluftspeicherkraftwerke, Kombispeicherkraftwerke, Blockheizkraftwerke, Wasserstoff und neuartige Batterien.

Die Kosten dieses Umbaus sind beträchtlich, aber finanzierbar. Das Bundesfinanzministerium schätzt, dass eine Kilowattstunde Strom durch diesen Umbau künftig einen halben Cent teurer werden wird. Wirtschaftsinstitute rechnen zwischen ein und drei Cent Mehrkosten pro Kilowattstunde. Erneuerbare Energien kosten. Doch genauso wahr ist: Keine erneuerbare Energien zu haben, kostet die Zukunft. Alle aktuellen Berechnungen sind kurzfristig angelegt. Langfristig werden die alten Energieträger schon durch ihre Begrenztheit unbezahlbar. Es kommen hinzu: die Folgekosten des Klimawandels. Die Probleme der atomaren fossilen Energie sind grundsätzlich nicht lösbar. Je rascher wir auf Erneuerbare

umsteigen, desto preiswerter wird die Energie der Zukunft. Sonne und Wind schicken keine Rechnung. Durch Massenproduktion werden die neuen Technologien immer günstiger. In den vergangenen fünf Jahren hat sich der Preis für eine Kilowattstunde Solarstrom halbiert, und dieser Prozess der Kostenreduktion geht weiter. Pellets, gepresste Brennstoffe, sind schon heute 40 Prozent billiger als Öl oder Gas. In zwei bis drei Jahren ist der Solarstrom vom eigenen Dach preiswerter als der Atom- oder Braunkohlestrom aus der Steckdose. Sonne, Wind, Wasserkraft und Erdwärme sind kostenlose Gaben der Natur – und direkt vor der Haustür in Hülle und Fülle vorhanden. Nach Fukushima sind beinahe 90 Prozent der Deutschen für eine rasche Energiewende. Allerdings: Ohne Energiesparen und mehr Energieeffizienz wird diese Wende nicht gelingen. Angela Merkel nennt die Kombination aus Effizienz und Sparen »den schlafenden Riesen der Energiewende«. An der Überwindung dieser Schwachstellen wird aber weltweit gearbeitet, und Deutschland ist vorn mit dabei. Je mehr verantwortungsbewusste, zukunftsfähige Bürger am Umbau mitarbeiten, desto rascher schaffen wir die Wende. Sie macht uns auch unabhängiger von ausländischem Öl, Gas oder Uran. Und noch ein wichtiges Argument: Das Geld für die erneuerbaren Energien bleibt im Land, die Arbeitsplätze entstehen hier. 370.000 Menschen sind schon heute in dieser Branche tätig. Bis 2020 können es eine Million sein.

**Beispiele für erneuerbare Energien**  
**Frischer Wind:** Wenn die dynamische Windkraft in ganz Deutschland ausgebaut wird, dann können bis zum Jahr 2030 ungefähr 40 Prozent unseres Stroms über diesen Hoffnungsträger gewonnen werden. | **Strom aus**

**Kuhmist:** Vor allem in ländlichen Gebieten erfreut sich die Bioenergie immer größerer Beliebtheit. | **Kraft des Wassers:** Der Anteil der Wasserkraft lässt sich in Deutschland bis zum Jahr 2020 leicht verdoppeln – auf sechs Prozent.

## Mehr internationale Gäste in Mecklenburg-Vorpommern

Urlaubsland kratzt an der Marke von einer Million

2013 war der Tourismusverband MV wieder mit Partnern im Ausland aktiv, um den Bekanntheitsgrad des Urlaubslandes weiter auszubauen und internationale Gäste zu gewinnen. Bei einem zwischen Januar und August erreichten Übernachtungswachstum von 7,1 Prozent kratzt Mecklenburg-Vorpommern im Jahr 2013 an der Marke von einer Million internationaler Übernachtungen. Bei den Aktivitäten wurde Bewährtes fortgesetzt, wie die Messen in der Schweiz, Österreich, den Niederlanden und Dänemark. In Schweden präsentierte sich das Urlaubsland nicht mehr wie in den vergangenen Jahren auf der TUR in Göteborg, dafür aber als Partnerregion erstmals auf der Travel Malmö im September.

Mecklenburg-Vorpommern konnte mit einem prominenten Auftritt die Aufmerksamkeit vieler Besucher auf sich ziehen.

Attraktive Gewinnspiele und Vorträge, eine Kinderspielecke und die Verkostung von regionalen Produkten am Stand vom Verein Agrarmarketing MV lockten die Gäste. 2014 plant der TMV erneut eine Teilnahme in Malmö.

Auf den Workshops der Deutschen Zentrale für Tourismus konnte der TMV wichtige Informationen über die Quellmärkte generieren und zahlreiche Geschäftskontakte knüpfen bzw. vertiefen, unter anderem auf dem GTM in Stuttgart, dem Nordeuropa Workshop auf der Fähre zwischen Kopenhagen und Oslo oder den Partner-Akquisitions-Veranstaltungen in Österreich. Gruppen mit Reiseveranstaltern und Journalisten aus Schweden, Dänemark, Norwegen, Slowenien und Indien begrüßte der TMV im Rahmen von Studienreisen, denen die Höhepunkte zwischen Ostseeküste und Seenplatte nahegebracht wurden. Dabei konnten durch Unterstützung der Partner attraktive Ziele angesteuert werden, die bei den Teilnehmern einen bleibenden Eindruck

hinterließen. Die Marktbearbeitung wird zudem mit Unterstützung von Agenturen in der Schweiz, in Österreich und Skandinavien im Jahr 2014 fortgesetzt.

### Marketing-Strategie für 2014 bis 2017

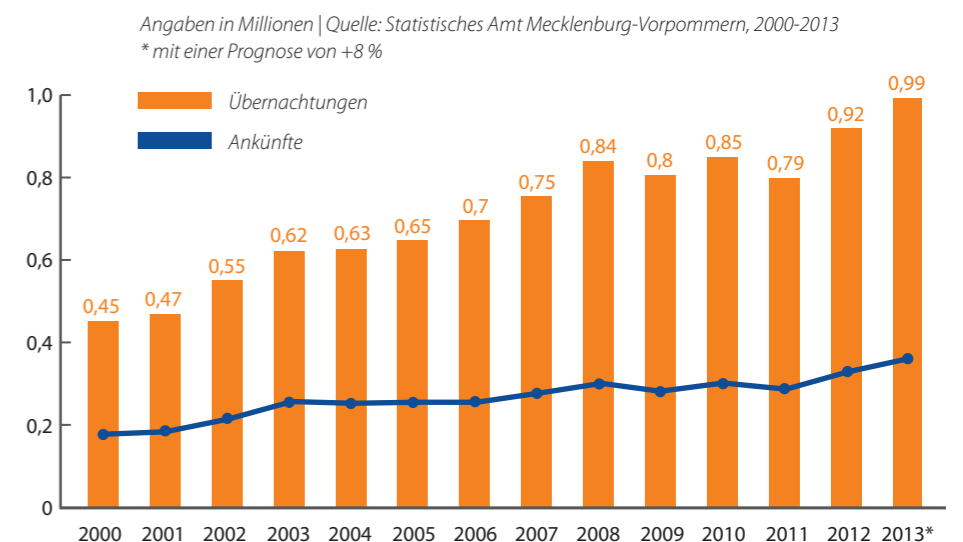
Ende des letzten und auch zu Beginn dieses Jahres wurde gemeinsam mit den Partnern in MV über Zielmärkte und Strategien diskutiert. So wurden nach Maßgabe eines sinnvollen Mitteleinsatzes Schweden, Dänemark, Niederlande, Schweiz und Österreich zu den Hauptzielmärkten erklärt. In diesen Märkten werden somit vielfältige Marketingmaßnahmen sowohl im B2B- wie auch in B2C-Bereich angestrengt. Vordergründig gelten die Ziele, das Land Mecklenburg-Vorpommern als Top-Reiseland für ausländische Gäste zu etablieren, die Anzahl internationaler Gäste auf mehr als eine Millionen Übernachtungen zu erhöhen sowie neue Gästegruppen zu erschließen. Dabei kommt der Kommunikation als Instrument zur Aufmerksamkeitserregung und Imagebildung eine übergeordnete Rolle zu.

### Ausblick Aktivitäten 2014

Auch 2014 wird der TMV mit einer Reihe von Partnern wieder auf verschiedenen Veranstaltungen vertreten sein. Die Anmeldungen für die Auslandsmessen 2014 sind zum größten Teil abgeschlossen. Neben Zürich, Wien und Utrecht ist das Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern im nächsten Jahr auch in Herning mit einem eigenen MV-Stand vertreten. Anstelle der MV-Auslandsbroschüren, gibt es für die nächste Saison die MV-Kultur- und Erlebniskarten in den Sprachen Deutsch, Schwedisch, Dänisch, Niederländisch und Englisch. Zusätzlich zu den Karten gibt es im gleichen Format Angebots-Flyer in den jeweiligen Sprachen mit konkreten Arrangements von Hotels und anderen Partnern aus dem Land. Zudem wird infolge des Relaunches der Verbandsseite auch an den Microsites für die jeweiligen Hauptquellmärkte gearbeitet.

Weitere Informationen: [www.off-to-mv.com](http://www.off-to-mv.com), [www.die-ostsee.ch](http://www.die-ostsee.ch) sowie [www.die-ostsee.at](http://www.die-ostsee.at)

### Ausländische Gästeankünfte und Übernachtungen in MV 1992-2013



## Lifestyle & Trends



### Was wurde umgesetzt?

2013 erschienen zwei neue Publikationen für die Urlaubswelt: die Surfmap MV, die Spots, Surfschulen und Serviceanbieter im Urlaubsland listet, sowie der neue Jugendreisekatalog 2014/2015 »Auf nach Meck-Pomm« mit 135 Angeboten. Zudem wurden Fotoshootings durchgeführt, um die

Themenfelder »Sport & Erlebnis« sowie »Outdoor & Abenteuer« für weitere Marketingaktivitäten zu verbildlichen. Des Weiteren ist ein dreiminütiger Webclip zur Inspiration der Zielgruppe produziert worden, der unter anderem auf der neuen Internetseite des TMV eingesetzt wird. Die Bewerbung des Kinofilms »GROSSSTADTKLEIN«,

der Aufbau der neuen Microsite unter [www.auf-nach-mv.de](http://www.auf-nach-mv.de) sowie die Ausschreibung einer umfassenden Social Media-Strategie komplettierten die Marketingaktivitäten.

### Was ist geplant?

Umgesetzt werden die Neuauflage der Surfmap MV mit einer Gültigkeit von zwei Jahren, die ersten Social-Media-Aktivitäten auf Basis der Social-Media-Strategie sowie die Ausweitung der PR-Aktivitäten.

### Was sollte man auf keinen Fall verpassen?

Die Zulieferung von innovativen Ideen für den Social-Media-Bereich, von buchbaren Angeboten für die neue Internetseite sowie von Angeboten von Schul- und Jugendreisen.

**Ansprechpartnerin:** Julia Löhning  
[j.loehning@auf-nach-mv.de](mailto:j.loehning@auf-nach-mv.de)

## Familie & Kinder



### Was wurde umgesetzt?

Im Printbereich sind 2013 die neue Familienbroschüre »Urlaub mit Kind und Kegel«, der Flyer »10 goldene Regeln für familienfreundliche Betriebe«, der »Meck-Pomm Familienkalender« 2014 sowie zahlreiche Artikel und Anzeigen im Rahmen von Medienkooperationen (u. a. Familie & Co, WAZ-Beileger) erschienen. Zudem wurden im Rahmen einer Kooperation mit dem Landeskriminalamt MV Urlaubsbotschafter gekürt, Promotion-Aktionen in Berlin, Baden-Württemberg und auf

dem Mannheimer Maimarkt durchgeführt, eine Promotion-DVD für die Zeitschriften »Warum« und »Outdoor Family« produziert, eine Pressereise auf die Insel Hiddensee mitgestaltet, das neue Merchandising-Produkt »MV Kreativ-Box« auf den Markt gebracht, ein Online-Weihnachtskalender auf [www.spielstrand.de](http://www.spielstrand.de) kreiert und der Relaunch des TMV-Webauftritts für die Zielgruppe umgesetzt. Zudem wurden das Thema Familie auf der Messe in Malmö präsentiert sowie drei Kompetenznetzwerktreffen organisiert.

### Was ist geplant?

Unter anderem sind die Neuauflage der Familienbroschüre, der Meck-Pomm Familienkalender 2015, ein Kinderreiseführer zusammen mit dem Hinstorff-Verlag, die Präsentation auf Messen, dem Weltspieltag in Berlin, dem Familienfest in Köln-Deutz, Medienkooperationen, ein Themenpresse-

dienst, mindestens eine Pressereise, die Fortsetzung des Qualitätsmanagements Familienurlaub MV sowie die Neuauflage des Praxisleitfadens für Familientourismus in MV geplant.

### Was sollte man nicht verpassen?

Sich an den Marketingaktivitäten, darunter die Fortsetzung der Kinderfernsehsendung »Urlaubstipps für Kids – Die TV Sendung mit Maria und Viktor«, der Relaunch der Kinder-Edutainmentseite [www.spielstrand.de](http://www.spielstrand.de) oder Cross-Marketing Aktivitäten zu beteiligen. Zudem können Interessierte Anzeigen und buchbare Angebote auf der neuen Internetseite platzieren oder sich an der geplanten Frühsommer-Kampagne zur Belebung der Reisezeit vor den Sommerferien (Juni) beteiligen. Weitere Informationen: [www.tmv.de/familie](http://www.tmv.de/familie)

**Ansprechpartnerin:** Mirka Vaarnas,  
[m.vaarnas@auf-nach-mv.de](mailto:m.vaarnas@auf-nach-mv.de)

## Genuss & Kultur



### Was wurde umgesetzt?

2013 erschienen unter anderem das Magazin der Urlaubswelt, die Flyer »Kulinarische Veranstaltungen und regionale Spezialitäten« und »Auf den Spuren von Caspar David Friedrich & Co.« sowie das bekannte Broschüren-Doppel mit Herbst-Winter-Offerten. Zudem wurden verschiedene Maßnahmen, u. a. ein Beileger und eine Plakataktion im Rahmen der Kampagne für die Schlossfestspiele Schwerin 2013 umgesetzt. Neben einem Stand

zur Bäderarchitektur auf der ITB und der Präsentation anlässlich der Internationalen Tagung zur Bäderarchitektur im Mai 2013 im Grand Hotel Heiligendamm präsentierte sich die Urlaubswelt unter anderem bei der Vorstellung der Initiative »Natürlich romantisch« in der Landesvertretung MV in Berlin, bewarb zahlreiche Veranstaltungen, darunter den Schlösserherbst 2013. Presseaktivitäten sowie die Neugestaltung der neuen Themenseiten unter [www.auf-nach-mv.de](http://www.auf-nach-mv.de) komplettierten die Aktivitäten.

### Was ist geplant?

Das Thema »Genuss und Kultur« wird prominent und redaktionell im Urlaubsmagazin MV 2014 präsentiert, es wird ein Flyer zum Thema Kulinarik produziert, eine Kampagne und ein Print-Produkt zum »Schlösserherbst« ist schon zur ITB in Planung, die Initiative

»Natürlich romantisch« wird weiter beworben, und es wird eine Publikation zum Thema Schlösser in Kooperation mit mehreren Regionen geben. Ebenfalls wird im Rahmen der Kooperationsvereinbarung mit den Schlossfestspielen »Nabucco« medial beworben.

### Was sollte man auf keinen Fall verpassen?

Sich am neuen Print-Produkt für den Schlösserherbst 2014 zu beteiligen, buchbare Angebote für die neue Internetseite zu liefern ([www.tmv.de/](http://www.tmv.de/)angebote), die Präsentation der eigenen Angebote in der Publikation zum Thema Schlösser und auf der Landingpage der Schlossfestspiel-Kampagne zu sichern und Veranstaltungen ([www.tmv.de/veranstaltungskalender](http://www.tmv.de/veranstaltungskalender)) zu melden.

**Ansprechpartnerin:** Nora Will,  
[n.will@auf-nach-mv.de](mailto:n.will@auf-nach-mv.de)

## Aktivität & Gesundheit



### Was wurde umgesetzt?

Diverse Advertorials, darunter in den Magazinen »Wanderbares Deutschland«, »OutdoorWelten« und »aktiv-Radfahren«, wurden umgesetzt. Das Team zeigte Flagge auf verschiedenen Messen und Veranstaltungen etwa auf dem Deutschen Wandertag in Oberstdorf oder auf der »TourNatur« in Düsseldorf. In einer Fotoproduktion wurden die Leitmotive zum Radwandern und Wandern erarbeitet. Der Themenpressediens, Pressemitteilungen und

Pressereisen vervollständigten die Aktivitäten. Nicht zu vergessen die Einbindung von Radtouren auf dem ADFC-Tourenportal, die Neukonzeptionierung der Themenseiten unter [www.auf-nach-mv.de](http://www.auf-nach-mv.de) sowie drei Kompetenznetzwerktreffen.

### Was ist geplant?

Im geplanten Urlaubsmagazin Mecklenburg-Vorpommern soll die Urlaubswelt redaktionell und mit Angeboten dargestellt werden. Zudem sind weite-

re Printprodukte zu den Themen Radwandern (u. a. Übersichtskarte Radfernwege), Wassersport (Wasserkarte), Wandern und Gesundheit sowie eine Reihe von Advertorials in Fachmagazinen wie »Deutschland per Rad entdecken 2015« und »Wandermagazin« geplant. PR-Instrumente sollen gezielt genutzt werden. So wird es beispielsweise eine Pressereise zum Radfernweg Hamburg-Rügen geben.

### Was sollte man auf keinen Fall verpassen?

Es besteht die Möglichkeit, buchbare und zielgruppengerechte Angebote auf der neuen Internetseite des Urlaubslandes zu platzieren. Im Bereich des Kooperationsmarketings sind Vorschläge und Ideen für Cross-Marketing- und Guerilla-Marketing-Aktionen willkommen.

**Ansprechpartnerin:** Mirka Vaarnas,  
[m.vaarnas@auf-nach-mv.de](mailto:m.vaarnas@auf-nach-mv.de)

# Gedruckt, gelesen, geclippt ...

Medien-Reichweite des Urlaubslandes MV 2013 gestiegen / TMV-Pressestelle unter den Top 10 in Europa



Eindruck einiger Artikel, die 2013 über Mecklenburg-Vorpommern erschienen sind.

Trotz Fehlens eines einmaligen Großereignisses von überregionalem Interesse fällt die Bilanz der Berichterstattung 2013 ähnlich positiv wie in den vergangenen Jahren aus. Nach einer vom Landesverband in Auftrag gegebenen Medienresonanzanalyse lag die Bruttoreichweite über touristische Themen in Mecklenburg-Vorpommern – das ist die potenzielle Zahl erreichbarer Medienkonsumenten – mit 7,04 Milliarden (Hochrechnung) zwischen Januar und September dieses Jahres so hoch wie nie zuvor. Die Zahl der Meldungen zum Urlaubsland liegt mit 6.824 (darunter TMV-Nennungen 1.920) etwa 13 Prozent höher als im Vorjahreszeitraum. Anzeigen in gleichem Umfang hätten rund 40 Millionen Euro gekostet.

Zurückgegangen ist die verbreitete Auflage der über Urlaub in MV berichtenden Druckmedien: Statt 505 Millionen im vergangenen Jahr waren es im gleichen Zeitraum 2013 rund 401 Millionen, was für eine breitere Streuung der Themen in weniger auflagenstarken Medien spricht. Eine positive Entwicklung ist im Online-Bereich festzustellen: Ähnlich wie in den Vorjahren machen Beiträge in Internetportalen und auf Webseiten rund ein

Drittel aller Berichte mit Bezug zum Urlaub in MV aus. Auch die Präsenz in Weblogs und Social-Media-Kanälen nimmt weiter zu und trägt zur schnellen Informationsvermittlung bei.

Zu der größtenteils positiven Medienresonanz über das Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern trugen 2013 eine Vielzahl von Berichten zu innovativen Veranstaltungen, Hotelöffnungen sowie Meldungen im Rahmen von Messen oder Medienkooperationen bei. So wurde Mecklenburg-Vorpommern als Partnerland der CMT in Stuttgart wiederholt als Campingreiseland gelobt, das im März eröffnete a-ja-Resort in Rostock-Warnemünde mit seinem neuartigen Konzept für günstigen Luxus-Urlaub hervorgehoben und über kulturelle Höhepunkte wie die Schlossfestspiele in Schwerin, die Störtebeker-Festspiele in Ralswiek oder den Schlösserherbst berichtet. Sieben Wochen lang wurden zudem über 500.000 Leser des »mrw Reisemagazins« im Ruhrgebiet im Rahmen einer umfangreichen Medienkooperation über touristische Themen und Veranstaltungshöhepunkte in den verschiedenen Regionen informiert. Mit dem Projekt der MV Tourismus-News, einem Kurznachrichten-

## TMV-Pressestelle international spitze

Bei der Bewertung der Arbeit der Pressestellen von europäischen Tourismusorganisationen durch Reisejournalisten wurde die Pressestelle des Tourismusverbandes MV 2013 zum siebten Mal in Folge als einziges deutsches PR-Büro in die Top 10 gewählt. Mit Platz sechs konnte der Landestourismusverband dabei sein bisher bestes Ergebnis erzielen und große Länder sowie finanzstärkere Tourismusorganisationen hinter sich lassen. Ermittelt wurden die »Verkehrsbüros des Jahres« im Auftrag der »Touristik PR und Medien GbR«.

Am Ende dieses Jahres werden vom TMV mit rund 140 Pressemitteilungen, 15 Regionenpressediensten, 25 Zusammenstellungen der so genannten Short News, vier Themenpressediensten, zwölf Tourismuszeitungen sowie den zwischen Juli und Dezember 2013 monatlich gesendeten MV Tourismus-News mehr als 200 Veröffentlichungen herausgegeben worden sein. Hinzu kommen rund 20 veranstaltete Pressekonferenzen und Medienpräsentationen zu verschiedenen Themen, 15 Gruppenpressereisen und circa 50 organisierte Einzelreisen für Journalisten.

format für das Fernsehen, sind zwischen Juli und Dezember mehr als 680.000 Zuschauer aus Mecklenburg-Vorpommern über das Internet, Fernsehen und Hotel-TV über touristische Neuigkeiten und Veranstaltungstipps auf dem Laufenden gehalten worden. Ebenfalls in der Berichterstattung positiv bemerkbar haben sich in diesem Jahr der von Bayern und Mecklenburg-Vorpommern initiierte

Tourismusentwicklungspreis, die journalistische Golf-Europameisterschaft bei Winston-Golf im Oktober sowie die landesweite Romantik-Initiative »Natürlich romantisch«.

Einen wahren PR-Segen erhielten das im Juni in Prora auf der Insel Rügen eröffnete Naturerbe Zentrum, das sich bereits in den ersten zwei Monaten mit rund 70.000 Gästen zum Besuchermagnet entwickelte, sowie das Kunstmuseum Ahrenshoop, das seit August künstlerische Höhepunkte der Region präsentiert.

Auch der nach einem wechselhaften Frühjahr und warmen Sommer eingekehrte goldene Herbst, der mit angenehmen Temperaturen der Tourismusbranche ersten Umfragen zufolge noch einmal gute Ankunfts- und Übernachtungszahlen bescheren wird, wurde breit und positiv dargestellt. Eine wichtige Instanz in der medialen Vermarktung des Urlaubslandes sind Pressereisen, die wie auch in den letzten Jahren als Erfolg ver-

bucht werden können. Besonders häufig sind die Reisen »Urlaubsstipp Stettiner Haff«, »Kunst und Kultur auf Fischland-Darß-Zingst«, »Romantisches MV« sowie »Rund um den Fisch« redaktionell verarbeitet und veröffentlicht worden.

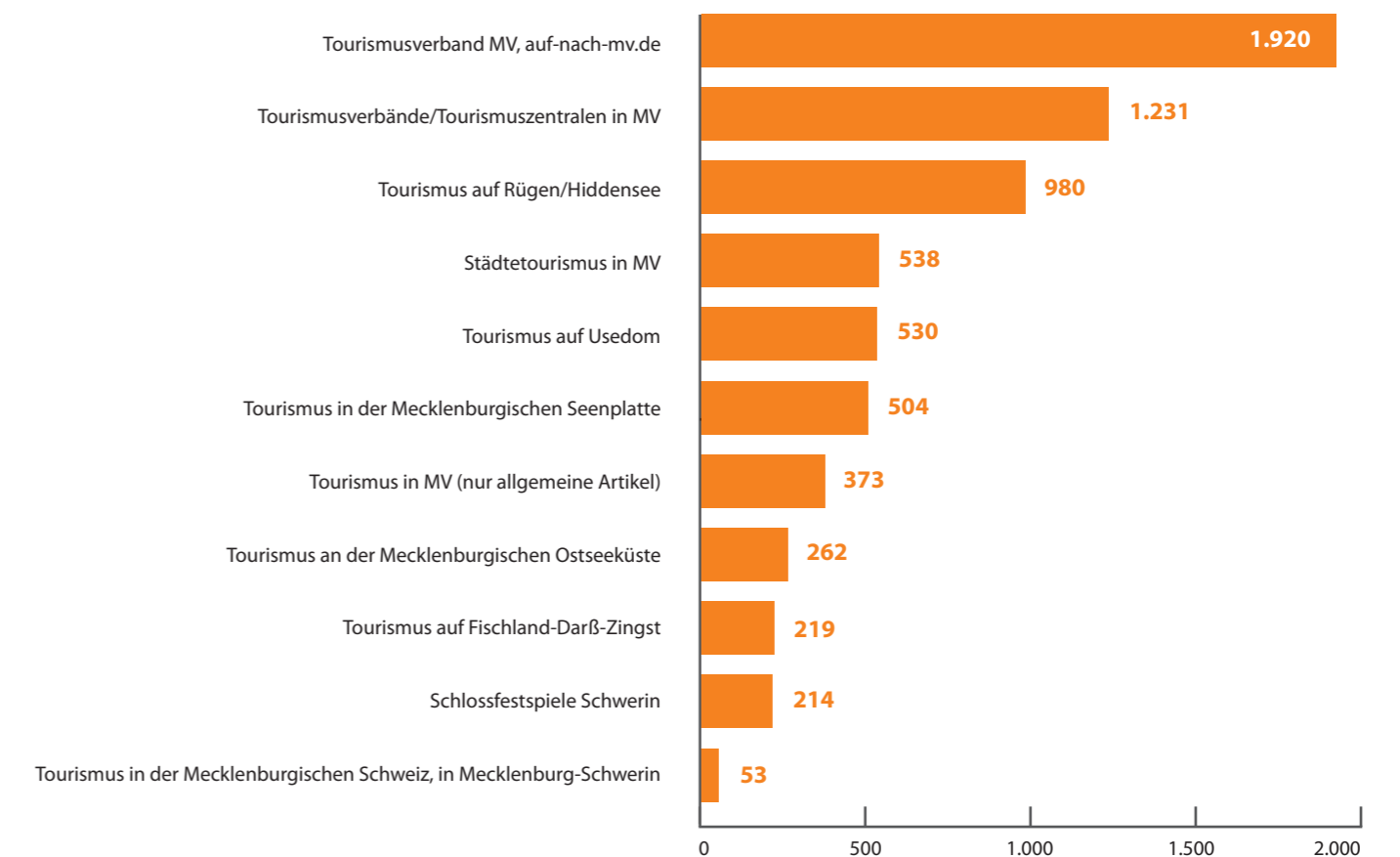
Doch auch weniger schöne Ereignisse aus Mecklenburg-Vorpommern fanden ihren Eingang in die mediale Berichterstattung. So thematisierten vor allem Tageszeitungen zu Beginn des Jahres Pro und Kontra einer Bettensteuer, informierten über den Fachkräftemangel in der Hotel- und Gaststättenbranche und warnten aufgrund von Blaualgenpopulationen an der Ostseeküste vor dem Badevergnügen. Der Noroviren-Befall eines Kühlungsborner Hotels machte im Oktober Schlagzeilen in regionalen und überregionalen Zeitungen über die Landesgrenzen hinaus.

Was die Berichterstattung im Ausland angeht, konnten in diesem Jahr spürbar mehr Berichte in den Hauptquellmärkten

Schweiz, Österreich sowie im skandinavischen Raum verzeichnet werden. So betrug beispielweise die Auflage österreichischer Printmedien mit Artikeln über das Urlaubsland MV 7,7 Millionen. Zahlreiche bemerkenswerte Veröffentlichungen gab es 2013 zudem in den Niederlanden, aber auch in den USA sowie in französischen Zeitungen und Magazinen.

Auch im kommenden Jahr baut der TMV in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit auf eine gute Zusammenarbeit mit den Regionen und Städten im Land, ohne deren Unterstützung und selbstständiges Agieren die Medienaufmerksamkeit deutlich geringer wäre. Mit zwölf Gruppenpressereisen, vielen individuell gestalteten Journalistenreisen für deutsche und ausländische Medienvertreter, Medienpräsentationen und Redaktionsgesprächen sowie Multi-Kanal-Kooperationen soll die Präsenz in Online- und Printmedien im kommenden Jahr national wie international gestärkt und ausgebaut werden.

Anzahl der Themennennungen Januar bis September 2013 | Quelle: Ausschnitt Medienbeobachtung 3. Quartal 2013





## 2014 im Zeichen der Romantik

Mehr als 100 Veranstaltungen im »Jahr der Romantik«



Logo der Initiative »Natürlich romantisch«

Im Jahr der Romantik bis September 2014 werden von den 40 Partnern der Initiative »Natürlich romantisch« weit mehr als 100 Veranstaltungen angeboten – von Ausstellungen über Konzerte, Feste, Lesungen, Fotoseminare bis zu Wanderungen und Radtouren. Das Pommersche Landesmuseum in Greifswald etwa richtet einen so genannten Multiuser-Multi-touch-Medientisch ein, an dem auf einer amüsanten virtuellen Entdeckungsreise



Diese und viele weitere Publikationen vor allem im Projekt LandArt sind 2013 im neuen Design des Urlaubslandes MV entstanden.

berühmte Gemälde von Caspar David Friedrich wie die »Kreidefelsen auf Rügen« und »Mönch am Meer« lebendig werden. [www.natuerlich-romantisch.de](http://www.natuerlich-romantisch.de)

Schlossfestspiele Schwerin präsentieren 2014 »Nabucco«



Die 22. Schlossfestspiele Schwerin zeigen im Sommer 2014 Verdi Oper »Nabucco« auf dem Alten Garten in der Landeshauptstadt. 23 Vorstellungen stehen vom 27. Juni bis 3. August auf dem Programm. »Nabucco« bildet den Auftakt eines Verdi-Zyklus, der in den nächsten Jahren die Schlossfestspiele Schwerin bestimmen wird. [www.theater-schwerin.de](http://www.theater-schwerin.de)

Vom 20. Juni bis 21. September 2014 bringen die Festspiele MV wieder internationale Klassikgrößen und Nachwuchstalente in Herrenhäuser und Schlossparks, Kirchen und Klöster, Scheunen und Industriehallen im ganzen Land. Mit dabei sind die Berliner Philharmoniker mit Sir Simon Rattle, der Windsbacher und Tölzer Knabenchor und viele mehr. Als Preisträger



Festspiele Mecklenburg-Vorpommern

der Marina festmachen. [www.rueckenwind-ferien.de](http://www.rueckenwind-ferien.de)

in Residence ist der Pianist Igor Levit in 21 Konzerten zu erleben. Der Vorverkauf startete am 15. November, das Gesamtprogramm mit allen Konzerten und Veranstaltungen erscheint im Februar 2014.

Schloss Mirow wird im Sommer 2014 fertiggestellt



Ab 7. Juni 2014 ist die Schlösserlandchaft Mecklenburg-Vorpommerns um ein Juwel reicher. Nach umfangreichen Restaurierungsarbeiten öffnet Schloss Mirow in der Mecklenburgischen Seenplatte seine Türen für Besucher. Dank einer rund 8,8 Millionen Euro umfassenden Investition des Landes und der Europäischen Union wird das Schlossensemble für Einheimische und Touristen wieder erlebbar und für nachfolgende Generationen erhalten. Im Mittelpunkt der musealen Präsentation steht die authentische Raumausstattung aus der Zeit des heiter-verspielten Rokoko. Reiche Stuckaturen, vielfältige Wandbespannungen, kostbare Schnitzereien und bemalte Paneele zeigen, dass die einstige Bauherrin, Herzogin Elisabeth Albertine, auf der Höhe ihrer Zeit war. Herzstück des Schlosses ist der Festsaal mit seinem plastischen Figurenschmuck an Decken und Wänden. [www.mv-schloesser.de](http://www.mv-schloesser.de)

## Die neun LandArt-Netzwerke ziehen Zwischenbilanz

Nach einem Jahr Projektumsetzung haben alle neun regionalen Netzwerke des Projektes LandArt ein positives Resümee gezogen. Ausnahmslos alle Netzwerke haben sich gefestigt, einige Vereine gegründet, eine Reihe landtouristischer Produkte erarbeitet und von ersten Marketingaktionen profitiert. Die Arbeit wird fortgesetzt. Den derzeitigen Projektstand möchten wir anhand ausgewählter Beispiele vorstellen.

Biosphärenreservat Regionalmarke Schaalsee

Das Netzwerk im UNESCO-Biosphärenreservat Schaalsee hat sich unter dem Dach der Regionalmarke »Mit Leib und Seele« vereint. Im Rahmen des Projekts LandArt erfolgten umfangreiche Marketingmaßnahmen, darunter Berichterstattungen und Anzeigenschaltungen. Zudem führten drei Pressereisen in die Schaalsee-Region. Darüber hinaus ist eine neue Informationsbroschüre erschienen, die Urlaubsangebote der zertifizierten Partner zur überregionalen Vermarktung stellt. In Kooperation mit der Hochschule für Nachhaltige Entwicklung Eberswalde (HNEE) wurden touristische Themen unter dem Aspekt »Beiträge zur nachhaltigen Entwicklung der Schaalsee-Region« mit Hilfe der Biosphärenreservatpartner in kleinen Studentengruppen erarbeitet, Tourismusstrategien und Maßnahmen entwickelt. Für die regionale Bewerbung des Netzwerkes ist ein Klappvisitenkartensystem in Vorbereitung, das die Regionalmarkenpartner und deren Angebot vorstellt.

Lewitz-Region

Nachdem im April 2013 im Rahmen eines Produktentwicklungs-Workshops die Idee der Lewitzer Kartoffelwochen geboren wurde, realisierten engagierte Netzwerkpartner dieses Vorhaben für den Zeitraum vom 1. bis 31. Oktober mit großem Erfolg. Die »Tüffelwochen« sollen von nun an ein fester Bestandteil im alljährlichen Veranstaltungskalender der



Mecklenburg Vorpommern MV tut gut.

[auf-nach-mv.de/landurlaub](http://auf-nach-mv.de/landurlaub)

Region werden. Das LandArt-Projekt unterstützte dieses Vorhaben durch zahlreiche Marketingaktionen wie die Erstellung eines Flyers, eines Einlageblatts für die Speisekarten der gastronomischen Partner, mehrere Anzeigen und Beiträge z. B. in der Bahn-Kundenzeitschrift »Unterwegs – Kurztrips im Norden«, in »Die Welt« sowie einer Sonderbeilage der Schweriner Volkszeitung. Voran ging ein professionelles Foto-Shooting, das nicht nur Motive für die Bewerbung der Kartoffelwochen lieferte, sondern auch für eine neue Webseite und eine touristische Informationsbroschüre. Neben Tourentipps und Veranstaltungshinweisen werden in der neuen Broschüre die Netzwerkpartner mit ihren Angeboten vorgestellt.

Vogelparkregion Recknitztal

Seit der Gründung des Vereins Vogelparkregion Recknitztal im Januar 2013 zählt dieser 40 Mitglieder. Ein Netzwerkmanager koordiniert seit April 2013 die Netzwerkarbeit. Zeitgleich wurde die Tourismusinformation Vogelparkregion Recknitztal als zentrale Anlaufstelle eröffnet. Der im Juni erschienene Flyer »Auf Entdeckungstour in der Vogelparkregion Recknitztal« präsentiert das touristische Angebot der Region. Während der Foto-Shootings für die Printprodukte wurden Sequenzen aufgenommen, aus denen ein Imagefilm entsteht. Familien sind die Hauptzielgruppe der Region und so präsentiert sich das Netzwerk mit Angeboten unter anderem im Ferienkatalog 2014 des TV Fischland-Darß-Zingst oder

### Neue Hotels und Freizeitanlagen

In ruhiger Lage direkt an Deutschlands erstem 19 Loch Golfplatz (inkl. Mulligan Loch) erwartet ab Dezember 2013 das neue Hotelresort **Best Western Plus Baltic Hills Usedom** mit 71 Zimmern die Gäste. | [www.bestwestern.de](http://www.bestwestern.de)

Direkt an den Dünen der Ostsee, zwischen Warnemünde und Graal-Müritz gelegen, entsteht das »**StrandResort Markgrafenheide**« in nordischer Architektur mit 21 Dünenhäusern mit

je drei Wohneinheiten und 72 Apartmenthäusern. Die Eröffnung ist für Februar 2014 geplant. [www.strandresort.de](http://www.strandresort.de)

Ab April 2014 können Gäste an der Marina Boltenhagen ein sogenanntes Floating House mieten. Das »**Floating 44**« ist ein schwimmendes, eingeschossiges Ferienhaus für bis zu vier Personen. Fünf weitere Floating Houses sollen im Laufe des Jahres in

der Marina festmachen. [www.rueckenwind-ferien.de](http://www.rueckenwind-ferien.de)

Ab Ostern 2014 wird der neue **Kletterpark Boltenhagen** das Freizeitangebot im Ostseebad erweitern. Zentral gelegen, direkt zwischen Strand und Ostseepromenade 101 auf dem Gelände des Evangelischen Familienferiendorfes, bietet er Kletterspaß auf über 60 Elementen in verschiedenen Höhen. [www.kletterpark-boltenhagen.de](http://www.kletterpark-boltenhagen.de)



Das vom Wirtschafts- und Landwirtschaftsministerium unterstützte Projekt LandArt soll den Tourismus im ländlichen Raum befähigen.

im Magazin »Country Unterwegs«. Aktuell arbeitet das Netzwerk an einer Image-Kampagne.

#### Mecklenburger ParkLand

»Zu Tisch bei Freunden« heißt das neue Erfolgsprodukt des Mecklenburger ParkLandes, welches in diesem Jahr entwickelt, umgesetzt und vermarktet wurde. So entstand für dieses kulinarische Produkt ein Flyer mit neuen Bildern aus einem Foto-Shooting. Das Angebot testeten Journalisten während einer Pressereise. Mit Anzeigen, darunter im Magazin »Genuss und Kultur« und in »Die Welt« wurde das Produkt beworben, auf das auch TV-Sender wie das ZDF und der NDR aufmerksam wurden. Auf Genuss- und Kultur-Angeboten soll das Marketing weiter fußen, und überdies sollen weitere saisonverlängerte Angebote geschaffen werden. In Kürze wird eine Broschüre mit außergewöhnlichen Meeting-Locations fertig gestellt. Des Weiteren ist für 2014 ein Imagefilm geplant sowie die Bewerbung bereits bestehender Angebote wie »Mittsommerremise«, »ParkLand Jazz« oder »Zu Tisch bei Freunden«.

#### Reiten & Meer

Das Netzwerk Reiten & Meer hat im ersten Projektjahr zahlreiche Grundlagen geschaffen, um mit konkreten Produkten und hohem Qualitätsstandard an den Markt gehen zu können. So wurden drei Erlebniswelten mit entsprechenden Angeboten kreiert: »Pferd & Freizeit«, »Pferd & Gesundheit« sowie »Wanderreiten«. Das Netzwerk hat sich dem Thema Qualität verschrieben. Anfang Juli wurde beispielsweise der neue Rastplatz in Endingen eröffnet, der höchsten Anforderungen entspricht. Zudem hat sich eine Vielzahl an Netzwerkmitgliedern in verschiedenen Bereichen mit dem Siegel »FN«, das für Fédération Équestre Nationale steht, zertifizieren lassen. Zur Bewerbung von Spezialangeboten wurde der Flyer »Herbstzeitlose« aufgelegt. Dieser bewirbt Urlaub für Pferde- und Naturfreunde in der Region Fischland-Darß-Zingst. Seit Oktober präsentiert sich das Netzwerk Reiten & Meer auch online im Urlaubsdesign des Landes und mit den neu entwickelten Produkten. Anfang 2014 geht das Netzwerk mit einer Urlaubsbroschüre auf den Markt, in der nicht nur die Anbieter mit Spezialangeboten, sondern auch buchbare Pauschalen integriert sind.

#### Die Rügeninsel Ummanz

Seit der Prämierung des Netzwerkes »Die Rügeninsel Ummanz – Hier ist Urlaub« durch das Projekt LandArt haben die Ummanzer die Unterstützung des TMV in vielerlei Hinsicht genutzt. So wurden ein dreiminütiger Imagefilm gedreht sowie ein dreitägiges Foto-Shooting durchgeführt. Seitdem finden die neuen Inselfotos u. a. in Anzeigen im Rügen-Katalog, in der Familienbroschüre oder auch im Rügenmagazin »à la carte« ihren Platz.

Im Bereich Online-Marketing stand die Neugestaltung der Internetseite [www.ruegeninsel-ummanz.de](http://www.ruegeninsel-ummanz.de) unter Einbeziehung der Erlebniswelten »Familie & Kinder«, »Genuss & Kultur«, »Fun & Action« sowie »Ummanz aktiv« auf der Agenda. Zudem wurde die Gästebroschüre »Erleben Sie die Rügen-Insel Ummanz« auf den Markt gebracht. Seit September 2013 koordiniert eine Netzwerkmanagerin die

verschiedenen Aktivitäten. So konnten im Rahmen der diesjährigen Kranichzüge erstmals geführte Kranichbeobachtungen auf Ummanz angeboten werden. Um der Hauptzielgruppe – den Familien – gerecht zu werden, hat sich die Rügeninsel Ummanz zu einer familienfreundlichen Destination weiterentwickelt, die mit der geplanten QMF-Zertifizierung für familienfreundlichen Urlaub im Jahr 2014 einen weiteren wichtigen Schritt hinsichtlich Qualitätsstandards geht. Bis September 2014 werden gemeinsam mit der Gemeinde ein Regionalkonzept sowie ein touristisches Leitbild unter Einbeziehung der infrastrukturellen und demografischen Gegebenheiten entwickelt.

#### Netzwerk Lassaner Winkel

Im Rahmen des Projektes LandArt fertigte die Keramikerin Hanne Knetsch das Logo des Netzwerkes »Kräuter, Kunst und Himmelsaugen« als Tonfliese an. Damit ist nun jeder Netzwerkpartner im Lassaner Winkel für den Gast gekennzeichnet. Um dem Gast weitere Orientierungshilfen zu geben, wird derzeit eine Übersichtskarte über die Netzwerkregion erstellt, in der sich sowohl alle Netzwerkpartner mit Kontaktadressen und QR-Codes als auch weitere Sehenswürdigkeiten und touristische Infrastruktur wiederfinden. Diese Übersichtspläne werden Anfang 2014 an prägnanten Punkten im Lassaner Winkel aufgestellt. Im Mai 2013 wurde die Erstellung der Internetpräsenz des Netzwerkes unter der Domain [www.lassaner-winkel.de](http://www.lassaner-winkel.de) beauftragt, die Ende November 2013 online geht. Im Sommer entstanden beim LandArt-Foto-Shooting zahlreiche neue Motive. Im November 2013 wird



Im Mittelpunkt bei LandArt stehen Coaching- und Marketingmaßnahmen.

unter anderem ein Advertorial in der Broschüre »Reisen in die Naturparke 2014«, herausgegeben vom Verband Deutscher Naturparke, erscheinen. Derzeit werden verschiedene Werbeprodukte zur Präsentation des Netzwerkes erstellt. Für 2014 ist u. a. die Erstellung einer Gästebroschüre geplant. Mit der Teemanufaktur »Kräutergarten Pommerland« soll das Jahr 2014 mit einer Kooperationsmarketing-Aktion starten.

#### Riether Winkel

Im Frühjahr erarbeiteten die Netzwerkakteure ein regionales Design für den Riether Winkel, das in das Urlaubsdesign des Landes Mecklenburg-Vorpommern eingebunden wurde. Im Zuge dessen entstanden verschiedene Printprodukte wie etwa eine Broschüre im Postkartenformat für die Gäste. Mit finanzieller Beteiligung der Netzwerkpartner entstand vor Ort ein Wegeleitsystem. Im Mai 2013 wurde die Überarbeitung der Internetseite des Netzwerkes [www.riether-winkel.de](http://www.riether-winkel.de) in Auftrag gegeben. Der Relaunch wurde Ende Oktober umgesetzt. Die TMV-Pressereise »Verstecktes Entdecken – Geheimtipp Stettiner Haff« machte Station im Riether Winkel und rief ein positives Presseecho hervor. In Kooperation mit Warner Brothers Inc. wurden im Juli und August 2013 zahlreiche Marketingaktionen zum Kinostart des Films »GROSSSTADTKLEIN« durchgeführt, der zu großen Teilen im Riether Winkel gedreht wurde. Das Netzwerk präsentierte sich im September 2013 auf der Messe »TourNatur« in Düsseldorf. 2014 sollen die Aktivitäten des Netzwerkes im Online-Bereich verstärkt sowie die Qualitätsstrategie, für die auf einem dwif-Workshop zu Pro-

jektbeginn der Grundstein gelegt wurde, fortgesetzt werden.

#### Feldberger Seenlandschaft

Im Rahmen des Projektes LandArt wurde gemeinsam mit der Kurverwaltung der Gemeinde Feldberger Seenlandschaft und dem Netzwerk ein touristisches Leitbild erarbeitet. Dieses dient als Grundlage für die weiteren touristischen Aktivitäten in der Urlaubsregion Feldberger Seenlandschaft. Verschiedene Arbeitsgruppen befassen sich mit konkreten Zielstellungen wie Produktentwicklung und Qualitätssteigerung. So wurde aus der anfänglichen Projektidee »Feldbürger« ([www.feldberger-seenlandschaft.de/feldbuerger](http://www.feldberger-seenlandschaft.de/feldbuerger)) im Laufe der Arbeit ein konkretes Produkt. Mit der so genannten »Feldbürgerschaft« können Gäste zu Förderern des Naturschutzes werden: Sie übernehmen Wiesenpatenschaften und erhalten somit einen artenreichen Lebensraum für Flora und Fauna.

Zum Thema Qualität wurde in der Arbeitsgruppe ein Feedback-Bogen entwickelt, mit dem die Zufriedenheit der Gäste bei Unterkünften und mit der Region abgefragt wurde. In einer gemeinsamen Qualitätsoffensive lassen sich 14 Netzwerkpartner im November 2013 zum ServiceQ-Coach der Stufe 1 ausbilden. Sie wollen anschließend als Multiplikatoren die Ideen und Anforderungen der Servicequalität in ihren Betrieben einbringen. Zudem werden die parallelen Internetauftritte für die Feldberger Seenlandschaft (Gemeinde- und Netzwerkseite) 2014 unter [feldberger-seenlandschaft.de](http://feldberger-seenlandschaft.de) zusammengeführt.

## Ist MV ein Tagungs- und Incentiveland?

Mehr als 500 Unternehmen in MV bieten Tagungsräumlichkeiten, Dienstleistungen und kreative Incentive-Ideen an.

Allein rund 20 Prozent aller Hotels in MV verlängern damit ihre Hauptsaison.

Dass dieses Angebot gern angenommen wird, zeigen immer wieder hervorragende Platzierungen. So wurden im September 2013 die »Besten Tagungshotels Deutschlands« prämiert. Gut Gremmelin konnte mit dem zweiten Platz in der Kategorie »Klausur« wiederholt einen der Spitzenplätze belegen. Das Schloss Hasenwinkel landete in der gleichen Kategorie ebenfalls unter den Top 20. Die Yachthafenresidenz Hohe Düne erreichte den fünften Platz in der Kategorie »Event« und den zwölften Platz in der Kategorie »Kongress«.

Diese Häuser sind Partner im Netzwerk MeetMV, das das Tagungs- und Incentive-Land mit verschiedensten Aktionen vermarktet. Die Hauptzielmärkte Berlin und Hamburg wurden in diesem Jahr nicht nur mit den Messeauftritten ITB Berlin und HANSEvent Hamburg bedient, sondern erstmals auch beim Elb Branchentreff in Hamburg, einer Networking Veranstaltung auf Schiffen, und der Destination Roadshow Berlin, wo sich elf Destinationen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz verschiedenen Tagungsplanern präsentiert haben. Auf zwei FAM-Trips konnten neun Interessenten direkt vor Ort für MV begeistert werden.

Eine zentrale Aufgabe bestand 2013 jedoch darin, über 4.000 Firmen aus der MeetMV-Datenbank zu kontaktieren, um im Einzeltelefonat direkt das Interesse am Tagungsland MV zu wecken und die Zielmärkte auszuweiten. 2014 erhalten diese Kunden vier Mal im Jahr den neu entwickelten Print-Newsletter mit Ideen und Angeboten aller Netzwerkpartner; um zu zeigen: Ja, MV ist ein attraktives Tagungs- und Incentiveland.



# Ein Tourismusjahr in Bildern



Kunstmuseum Ahrenshoop, Haupteingang



a-ja-Resort Warnemünde

## März



### 1. März: 3. Journalistischer Saisonauftakt in Berlin

Der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern und die Schlossfestspiele Schwerin luden gemeinsam zum dritten Journalistischen Saisonauftakt im Vorfeld der 47. internationalen Tourismusbörse nach Berlin ein. Rund 70 Medienvertreter aus Deutschland und zum Teil aus Österreich und der Schweiz nahmen an der Veranstaltung am 4. März 2013 im »Karlsson« Penthouse am Berliner Gendarmenmarkt teil.

### 2. März: Das a-ja-Resort eröffnete in Warnemünde

Wieder einmal war Mecklenburg-Vorpommern Vorreiter für eine Neuheit in der Tourismusbranche: Mit dem a-ja-Resort, das am 28. März in Rostocks Seebad Warnemünde eröffnete, ging ein neues Hotelkonzept an den Start, das von den Erfindern der Erfolgsmarken AIDA und A-ROSA entwickelt wurde. Für 39 Euro

pro Person ist hier ein Wellness-Urlaub in der ersten Reihe buchbar. Zudem eröffneten 2013 in Rostock das Motel One sowie das »HotelSportforum« als Europas größtes Integrationshotel. Weitere Informationen: [www.ajaresorts.de](http://www.ajaresorts.de), [www.motel-one.com](http://www.motel-one.com), [www.hotelsportforum.de](http://www.hotelsportforum.de)

## Mai



### 3. Mai: Erstes Viverde Hotel Deutschlands eröffnet

Das erste Hotel der TUI-Marke Viverde in Deutschland eröffnete am 1. Mai in der Mecklenburgischen Seenplatte. Damit führte der Reiseveranstalter zum dritten Mal nach Robinson Club und Iberotel ein Produkt in Mecklenburg-Vorpommern ein. Die Ferienhausanlage Viverde Mecklenburgische Seen bietet Vier-Sterne-Standard sowie Unterbringung in 48 modern ausgestatteten Bungalows direkt am Drewitzer See. [www.tui.com](http://www.tui.com)



### 4. Mai: Naturerbe-Zentrum Rügen eröffnet

Nach rund einjähriger Bauzeit wurde am 24. Mai das »Naturerbe-Zentrum Rügen« in Prora auf Rügen durch Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel und Mecklenburg-Vorpommerns Umweltminister Dr. Till Backhaus eingeweiht. Mit einem 1.250 Meter langen Baumwipfelpfad und einem neuen 1.200 Quadratmeter großen Informationszentrum sollen bis zu 250.000 Besucher jährlich für die heimische Tier- und Pflanzenwelt sensibilisiert werden. [www.nezr.de](http://www.nezr.de)

## Juni

### 5. Juni: 1. Deutscher Preis für Tourismusentwicklung vergeben

Der erstmals vergebene Deutsche Tourismuspreis für Tourismusentwicklung



Foto: Christian Krupp/Tourismusverband MV/Bojern TourismusMarketing GmbH

geht an Hotels im Allgäu und auf Rügen. Im festlichen Rahmen wurden am 20. Juni in Berlin das Kur- und Wellness-Hotel Mönchgut in Göhren für sein zukunftsgerichtetes Angebot zur betrieblichen Gesundheitsvorsorge prämiert und das Explorer Hotel Neuschwanstein für kluge Investitionen und eine nachhaltige Ausrichtung gelobt. Der Preis geht zurück auf eine Initiative der beiden im Tourismus kooperierenden Bundesländer Bayern und MV. Ideengeber waren die Wirtschaftsstaatssekretäre der beiden Bundesländer, Katja Hessel und Dr. Stefan Rudolph.

Weitere Informationen: [www.tourismusentwicklung.travel](http://www.tourismusentwicklung.travel)

## August



Foto: TUI/Neumann

### 6. August: Mecklenburg-Vorpommern ist sonnenreichstes Bundesland

Auf Regen folgt Sonne: Mecklenburg-Vorpommern war laut Deutschem Wetterdienst in den Sommermonaten Juni, Juli und August mit 782 Stunden das sonnenscheinreichste Bundesland. Den meisten Sonnenschein erhielt in den warmen Monaten die Ostseeküste um die Insel Rügen mit bis zu 875 Stunden. Weitere Informationen: [www.dwd.de](http://www.dwd.de)

### 7. August: Neues Kunstmuseum Ahrenshoop eröffnet

Nach rund zweijähriger Bauzeit öffnete am 30. August das neue Kunstmuseum Ahrenshoop auf der Halbinsel Fischland-

Darß-Zingst seine Pforten. Das Museum, das auch als Forschungszentrum für die universitäre Arbeit dienen soll, ist als Stiftermuseum mit erheblichem bürgerschaftlichem Engagement errichtet worden und wird in ständigen und wechselnden Ausstellungen die bis heute andauernde, lebendige Entwicklung des Künstlerortes sowie der angrenzenden Küstenregion nachhaltig belegen. Seit der Eröffnung haben bereits 18.500 Gäste das Kunstmuseum besucht. Jährlich wird mit rund 60.000 Besuchern gerechnet.

Weitere Informationen: [www.kunstmuseum-ahrenshoop.de](http://www.kunstmuseum-ahrenshoop.de)

## September



Foto: Jana Wimmermann/Hiddensee Hallen- und Kurbetrieb

### 8. September: Hiddensee als Deutschlands erste familienfreundliche Insel ausgezeichnet

Hiddensee stellt Familienfreundlichkeit heraus: In Vitte sind 16 Tourismusanbieter und -gemeinden aus Mecklenburg-Vorpommern, darunter neun Beherberger, fünf Erlebnisparker, ein Gastronomiebetrieb sowie eine Tourismusgemeinde erstmals beziehungsweise erneut mit dem Qualitätssiegel »Familienurlaub MV – Geprüfte Qualität« ausgezeichnet worden. Damit tragen im Jahr 2013 insgesamt 108 Betriebe mit 109 familienfreundlichen Angeboten den gekrönten Fisch Gustav als Wegweiser für zertifizierten Familienurlaub. Weitere Informationen: [www.auf-nach-mv.de/familie](http://www.auf-nach-mv.de/familie)

### 9. September: Caspar David Friedrich & Co.: Mecklenburg-Vorpommern startet in ein Jahr der Romantik

Mit der Initiative »Natürlich romantisch« widmet sich ein ganzes Bundesland für zunächst ein Jahr der Romantik. Auf eigene Faust oder auf organisierten Rei-



Foto: TUI/Gaundner

sen können die authentischen Orte Caspar David Friedrichs, Philipp Otto Runge oder Georg Friedrich Kerstings künftig noch besser entdeckt werden. Mehr als 40 Partner haben sich inzwischen in der Initiative »Natürlich romantisch« zusammengefunden, darunter der Landestourismusverband und das Landesmarketing, zahlreiche Museen und Kunstsammlungen, die Festspiele Mecklenburg-Vorpommern, das Umweltfotofestival »horizonte« in Zingst oder das Nationalparkzentrum Königsstuhl. Weitere Informationen: [www.natuerlich-romantisch.de](http://www.natuerlich-romantisch.de)



Foto: RMV

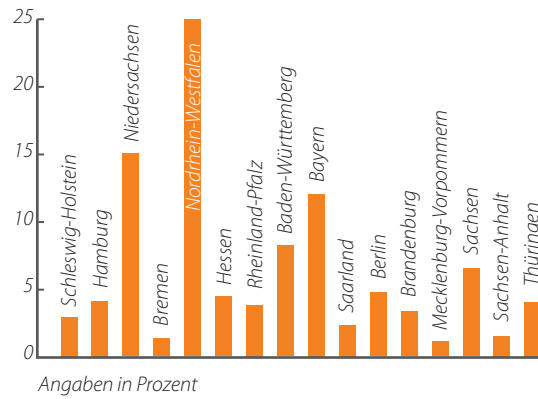
### 10. September: Erfolgreiche Open-Air-Saison

Mit hochwertigen Programmen haben in diesem Jahr erneut auch die Musik- und Theater-Open-Airs sowie viele Museen und Freizeiteinrichtungen überzeugt. Die Störtebeker-Festspiele verzeichneten mit mehr als 340.000 Besuchern wiederum einen großen Publikumszuspruch, die Festspiele MV beendeten ihre 24. Saison mit 67.000 Besuchern und die Schlossfestspiele konnten zur Operette »Die Fledermaus« mehr als 32.000 Besucher in der Landeshauptstadt begrüßen.

## Marktforschungsecke

Die Grafik veranschaulicht das Neukundenpotenzial für Mecklenburg-Vorpommern aus den einzelnen Bundesländern und zeigt, dass die regionalen Schwerpunkte im touristischen Marketing richtig gesetzt sind. Erhoben wurden diejenigen Befragten, die in den kommenden drei Jahren Interesse an einem Urlaub in MV haben und in den letzten drei Jahren keinen Urlaub in MV gemacht haben.

Quelle: F.U.R. Reiseanalyse 2013, Sonderzählung



## Schlussendlich (63)

Spätestens seit der Aufklärung kann zumindest ein Teil der Menschen verstanden haben, dass Toleranz und Mitgefühl bemerkenswerte Fähigkeiten sind. Lessing fand in der menschlichen Seele so etwas wie Sympathie mit den Leidenden. Gut und Böse könnten bei gesunder Entwicklung instinktiv unterschieden werden, war der obere Aufklärer überzeugt. In der kapitalistischen Ausprägung und Anwendung werden die beiden Pole Gut und Böse oft von einem kalten Nebel der Unschärfe verhüllt. Nietzsche hatte das geahnt, als er in den »Bösen, die glücklich sind« eine »Species« erkannte, »die von den Moralisten verschwiegen wird«. Bis heute wissen wir, dass längst nicht immer sicher ist, dass das Gute das Gute und das Böse das Böse bringt. Die Kategorien »mendeln« sich zu unheilvollen Kreuzungen. Verlachen, Verhöhnern, Dissen, Missachten, Ergötzen an der Schwäche der Anderen – nicht unerhebliche Bevölkerungsteile scheinen ihre Lebensenergie aus dem Aufspüren, Verbreiten und Auslatschen von Pleiten und Missgeschicken zu ziehen.

Wer sich an dieser Stelle fragt, warum wir hier nun eine Lanze für den vorgeblich schwer erkrankten Flughafen Berlin-Brandenburg brechen, dem wollen wir es so erklären: Weil er ein einfaches Opfer ist, das anstatt aufzufiegen am Boden liegt und trotz vieler Tiefschläge und eines schlimmen Allgemeinzustandes die ehrbare Fähigkeit besitzt, gegenüber in Not Geratenen

die Arme auszubreiten. So dokumentiert am Abend des 8. November dieses Jahres, als nebenan in Berlin-Tegel eine Lufthansa-Maschine notlandete und evakuiert werden musste. Was zu einer zeitweisen Airport-Schließung und dem Ausweichen von 17 landewilligen Maschinen führte, die sich bei zunehmendem Mond aber abnehmendem Treibstoff zur Zwischenstation am verwaisten, aber gut beleuchteten Großflughafen entschlossen. Da standen sie nun, und in ihnen saßen für geschlagene drei Stunden Hunderte Passagiere mit unterschiedlichem Temperament fest. Anfängliche Freude und Erleichterung über die Zwischenlandung wich Unbehagen und Freiheitswillen. So war mehr oder weniger schön zu beobachten, wie bei einigen proportional zur abnehmenden Coolness – zunächst hatte man Alkohol geordert und aus dem reichen Erfahrungsschatz ähnlicher Erlebnisse berichtet – die Nervosität zunahm, um sich schlussendlich in wütenden Wortgefechten mit zum Glück gut geschulten Stewards zu entladen. Und spätestens nach dem Abheben zum innerörtlichen Flug nach Tegel TXL war aus der kurzzeitigen Dankbarkeit gegenüber Berlin-Brandenburg BER wieder die Hämie geworden, an die auszuhalten sich der nun wieder einsam und verschlossene Großflughafen gewöhnen musste. Lessing hat es gewusst: Der Übergang von Gut zu Böse ist der schnellste in der moralischen(!) Welt. (Ab-)Reisende können grausam sein.

## Bücher übers Land

### Eine kulinarische Entdeckungsreise



Kloppschinken, Tollatschen, Tüften und Plumm – die norddeutsche Küche hat ihre eigene Sprache. Auch wer kein Plattdeutsch versteht, vermutet hinter diesen

Worten zurecht deftige Speisen. Traditionsbewusstsein und die Vorliebe für unverfälschte heimische Naturprodukte zeichnen heute die kulinarische Vielfalt Mecklenburg-Vorpommerns aus. Virtuoso ergänzen sich dabei Bodenhaftigkeit, Experimentierfreude und moderne Kochkunst. Inzwischen weist Mecklenburg-Vorpommern ostdeutschlandweit die meisten Edellokale auf. Eine exklusive Auswahl in diesem Buch präsentieren auch: traditionelle Käsereien, Kräuterkenner, Teespezialisten, Gourmet-Metzger, Backwunder, Pilzzüchter und sogar einen ganzen Turm aus Salz.

#### Eine kulinarische Entdeckungsreise Mecklenburg-Vorpommern

Hanna Bahra, Angela Liebich  
EUR 34,95, ca. 340 Seiten,  
ISBN: 978-3-86528-460-0, Hardcover

Der Tourismusverband bedankt sich bei allen Kollegen, Partnern und Touristikern im Land für die kontinuierliche und erfolgreiche Zusammenarbeit 2013. Wir freuen uns auf eine Fortsetzung. Allen zunächst einen besinnlichen Jahresausklang und für 2014 Gesundheit, Erfolg im persönlichen Leben und in der beruflichen Arbeit.

# 7

#### Zahl des Jahres

Prozent Mehrwertsteuer. Weil eine Reihe von Hoteliers in MV in der vergangenen Legislatur des Bundestages vielen Unkenrufen zum Trotz gezeigt hat, dass sie in Qualität, Köpfe und Wettbewerbsfähigkeit investiert, sollte »7« und nicht »19« auch die Zahl der kommenden vier Jahre sein.

## Impressum

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