

Tourismuszeitung Mecklenburg-Vorpommern

Ausgabe 3 - 2014



Rückblick: ITB 2014

Branche zieht erfolgreiche Bilanz nach der weltgrößten Reisesmesse



Foto: Bildschön Berlin

Warben auf der ITB für die Mecklenburger Seenrunde: v. l. n. r.: Minister Harry Glawe, Radsprint-Star André Greipel, TMV-Präsident Jürgen Seidel

Die 26 Aussteller am Stand des Urlaubslandes MV haben nach der 48. ITB eine erfolgreiche Bilanz gezogen. Der Nordosten begrüßte zwischen dem 5. und dem 9. März mehrere Tausend Fachbesucher, darunter Reiseveranstalter, Verkehrsgesellschaften sowie Medienvertreter. Mehr als 300 Pressekontakte zählten der TMV und seine Partner an den Fachbesuchertagen sowie im Rahmen begleitender Veranstaltungen wie dem 4. Journalistischen Saisonauftakt im Vorfeld der Messe. An den zwei Publikumstagen konnte MV zudem viele potenzielle Urlaubsgäste vor allem aus dem Berliner und Brandenburger Raum überzeugen. „Die Branche hat auf der ITB Schwung für die kommende Saison geholt. Zahlreiche Geschäfte, gute Bewertungen und Prognosen sowie politischer und öffentlicher Zuspruch untersetzen die gute Ausgangsposition“, sagte Jürgen Seidel, Präsident des TMV. Nachdem MV 2013 mit rund 28,2 Millio-

nen Gästeübernachtungen sein bislang zweitbestes Jahresergebnis erzielte, geht die Tourismusbranche des Landes mehrheitlich positiv gestimmt in die neue Saison. Laut dem aktuellen Tourismusindex des Bundesverbandes der Deutschen Tourismuswirtschaft hält die Reisefreude der Deutschen 2014 an. So waren zu Jahresbeginn bereits mehr als 2,7 Millionen Privatreisen nach MV für dieses Jahr gebucht. Der Deutsche Reiseverband DRV erwartet für den Deutschlandtourismus in diesem Jahr ein Wachstum zwischen zwei und vier Prozent. Laut Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) stehen mit Strand-, Erholungs- und Familienferien solche Urlaubsarten besonders hoch im Kurs, die zu den Stärken im touristischen Angebot Mecklenburg-Vorpommerns zählen. Dem ebenfalls auf der ITB präsentierten ADAC-Reisemonitor zufolge ist Deutschland weiterhin das bevorzugte Reise-land der Deutschen. 37 Prozent der vom ADAC Befragten gaben an, ihren Haupturlaub in diesem Jahr in der Heimat verbringen zu wollen. Dabei sind Bade- und Strandurlaub bei den Hauptreisen nach wie vor die beliebtesten Urlaubsformen (49 Prozent).

Auch viele der auf der ITB vertretenen Unternehmer aus MV hoffen für 2014 auf ein ähnlich gutes Ergebnis wie im Vor-

Aus dem Inhalt

Hier spricht der Experte

Detlef Koepeke, Organisator der Mecklenburger Seenrunde, über die Idee und das Potenzial der Veranstaltung

Seite > 03

Neues in den Urlaubswelten

Geschaffenes und Geplantes

Seite > 05

TMV aktuell

Sechs Wochen bis zur Promotional-Aktion in Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen

Seite > 06

Vermischtes:

Bücher übers Land:

Christine Stelzer: Deutschlands Osten – Polens Westen

Schlussendlich (66)

Seite > 08

Zahl des Monats

20

Jeder 20. Deutsche wird theoretisch mit dem neuen Urlaubsmagazin „Seen und Meer“, das gedruckt in NRW und als E-Magazin vertrieben wird, erreicht. Nebeneinander gelegt, würden die Seiten 204 Fußballfelder bedecken.

jahr. Einen besseren Vorbuchungsstand als 2013 verzeichnen unter anderem die Aquamaris Strandresidenz Rügen, die Seetel-Hotelgruppe oder das Hotel Neptun in Rostock-Warnemünde, das durch neue Investitionen und mit einer konstant hohen Qualität mehr Gäste als im Vorjahr an die Ostsee locken will. Auch das Grand Hotel Heiligendamm rechnet mit einer gesteigerten Nachfrage. Neben der landesweiten Initiative „Natürlich romantisch“ und dem Romantik-Jahr stärken 2014 auch neue Erlebniseinrichtungen, attraktive Kulturveranstaltungen und Sportereignisse sowie neue Qualitätsquartiere den Optimismus der Branche. So öffnete u. a. das Strandresort Markgrafenheide Anfang des Jahres seine Pforten, das Schloss Mirow wird nach umfangreichen Restaurierungsarbeiten wieder Besucher empfangen und auf Rügen kämpfen erstmals Triathleten um die Krone des Ironman. Einen weiteren Höhepunkt bildet die „Mecklenburger Seenrunde“, eine 300 Kilometer „Jedermann-Fahrradtour“ durch die Mecklenburgische Seenplatte, für die unter anderem der Rostocker Radsprint-Star André Greipel die Werbetrommel rührt.

Gute Gespräche und Kooperationen
Vielversprechende Verhandlungen: Starkes Interesse an einer Vermarktung von Urlaubsangeboten in MV zeigten viele große Reiseveranstalter, mit denen Messgespräche geführt wurden. Beispielsweise wurde mit dem DTV und dem Wirtschaftsministerium des Bundes über eine verstärkte Förderung des jugendtouristischen Angebots verhandelt und bei Gesprächen mit dem europäischen Radfahrerverband ECF über eine Einbindung der Radfernwege in das europäische Radfernwegnetz beraten. Dabei wurden konkrete Ansätze entwickelt, den Radfernweg Berlin-Kopenhagen mit Wien zu verbinden. Darüber hinaus gab es Beratungen zur Fortsetzung der Kooperationen mit Niederösterreich und Bayern sowie zum 7. Ostseetourismus-Forum, das am 1. und 2. Oktober dieses Jahres im schwedischen Karlskrona ausgetragen wird.

Zudem wurden in Gesprächen mit größeren Verlagshäusern Vereinbarungen über Medienkooperationen vorbesprochen. Zudem brachten weiterführende

Gespräche unter anderem Ansätze für eine schnellere und verbesserte Anreise nach MV – per Flug, Bus und auf der Schiene. Als ein Vorbild dient dabei u. a. das etablierte Modell der Usedomer Hoteliers, welche anfliegenden Airlines eine Grundaustattung an Tickets garantieren.

Neue Trends und Wege

Als wichtigster Treffpunkt der Reisebranche weist die ITB den Weg zu neuen Trends und Konzepten, denen auch die Branche in MV folgt. So bieten immer mehr touristische Unternehmen im Nordosten barrierefreie Angebote wie etwa Segeln für Rollstuhlfahrer in Ueckermünde oder Übernachtungen in dem 2013 eröffneten und behindertengerechten Hotel Sportforum in Rostock an. Darüber hinaus fördern innovative Erlebniseinrichtungen und Hotels wie das Naturerbe Zentrum auf Rügen den nachhaltigen Tourismus und damit den immer stärkeren Wunsch von Urlaubern nach Ursprünglichkeit und naturnahem Urlaub, den unter anderem das Tourismusbarometer des Ostdeutschen Sparkassenverbandes bestätigt. Demnach bestehe bei deutschen Reisenden die Bereitschaft, bis zu 20 Euro mehr pro Tag für umwelt- und ressourcenschonende touristische Angebote auszugeben. Eine weitere Entwicklung zeigt, dass touristische Leistungsträger immer mehr digitale Vermarktungsinstrumente nutzen, um für Urlaub zu werben und Reisen zu verkaufen.

Mit dem gerade erschienenen ersten elektronischen Urlaubsmagazin für MV sowie mit einem auf der ITB weiter entwickelten Social-Media-Konzept zur Ansprache junger Reisender untersetzt auch der TMV diesen Trend.

Weitere Aktivitäten und Maßnahmen

Dazu zählen unter anderem eine vom TMV und seinen Partnern umgesetzte Präsentation bei einer „Road Show“ durch zehn süd- und westdeutsche Städte im Mai. Das neue Urlaubsmagazin „Seen und Meer“ wird Anfang April in einer gedruckten Auflage von mehr als einer Million Exemplaren über Tageszeitungen in NRW vertrieben. Mit einer Frühsummer-Kampagne soll überdies dem aufgrund des engen Ferienkorridors erstmals sommerferienfreien Juni begegnet werden.

+++ NEWSTICKER +++

+++ Rügen mit dem virtuellen Helikopter erleben: Deutschlands größte Insel ist ab sofort mittels „HeliView“ auch aus der Luft erlebbar. Etwa 260 Hotels sowie 360 Kilometer Küste und zahlreiche weitere Attraktionen wurden dafür abgeflogen und mit einer am Helikopter befestigten Kamera mit HeliView-Technologie in HD-Qualität gefilmt. www.ruegen.de
+++ 20 Jahre DTV-Sterne: Nach Entwicklung einer bundesweit einheitlichen Qualitätsrichtlinie für private Unterkünfte im Jahr 1994 sind mittlerweile 60.000 Ferienwohnungen klassifiziert worden. www.deutschertourismusverband.de
+++ Der Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst wird seinen **Internetauftritt** www.fischland-darß-zingst.de zur 2. Jahreshälfte 2014 neugestalten. Der Relaunch wird auf der gemeinsamen touristischen Datenbasis des Landes sowie dem einheitliche Kommunikations- und Markendesign des TMV fußen.
+++ Das Seehotel Binz-Therme Rügen wurde mit dem „Primo“ als eines der 100 besten und beliebtesten Neckermann-Urlaubshotels ausgezeichnet. Nur fünf deutsche Hotels überhaupt können sich 2013 über diese Ehrung freuen, darunter auch das **Hotel Neptun** in Warnemünde.
+++ Die angehende Restaurantfachfrau und Auszubildende der Yachthafenresidenz Hohe Düne, **Angelina Reißmann**, gewann den ersten Preis bei der regionalen Jugendmeisterschaft des Gastgewerbes 2014 des DEHOGA MV.
+++ Neue Verbindung: Vom 5. Juli bis 16. August starten jeden Samstag die Maschinen der InterSky im Auftrag von touropa um 8.00 Uhr in Friedrichshafen und landen um 10.00 Uhr in **Rostock**. Dort geht es um 10.30 Uhr über Erfurt, Abflug 12.00 Uhr, nach Olbia auf Sardinien. Um 16.00 Uhr tritt die Maschine ihren Rückflug von Olbia über **Erfurt** nach Rostock an. Erstmals können dann auch Thüringer an die Ostsee fliegen.
+++ Die Usedomer Bäderbahn bietet seit dem 1. Februar Reisen auf einer eigenen Fernbuslinie an. Nun besteht die Möglichkeit, Fischland-Darß-Zingst, Rügen, Usedom, Stralsund, Greifswald und umgekehrt Hamburg, Schwerin, Güstrow, Wismar, Bad Doberan, Warnemünde, Rostock oder Berlin über zehn verschiedene Linien zu erreichen. www.ubb-online.com

„Widerständen folgt Zuspruch“

Detlef Koepke über die Organisation des 1. Jedermann-Radrennens am 23. und 24. Mai 2014



Detlef Koepke

TMV: Am 23. und 24. Mai veranstalten Sie das landesweit größte Jedermann-Radsportevent in der Mecklenburgischen Seenplatte. Woher stammt die Idee, diese Veranstaltung für Freizeitsportler gerade hier durchzuführen?

Koepke: Nach regelmäßigem Jogging habe ich durch einen Freund die Freude am Radfahren und Rennradfahren wiederentdeckt. Bei meinen vielen Fahrten durch die Mecklenburgische Seenplatte ist mir aufgefallen, wie bezaubernd diese von der Eiszeit geprägte Landschaft wirklich ist. Mir wurde klar, dass es hier tolle Rennradstrecken gibt, die aber niemand kennt, außer den hiesigen Fahrern. Dann hat mich der Gedanke nicht mehr losgelassen: „Genau hier ist der Platz für ein großes Radevent, das der schwedischen Vätternrundan ähnelt.“

TMV: Wieviele Teilnehmer haben sich denn bereits registriert?

Koepke: Die sportiven Radfahrer und Rennradfahrer, die hier zuhause sind, nehmen über das Jahr üblicherweise an anderen Radsportveranstaltungen teil. Viele honorieren mit ihrer Anmeldung den Mut, den wir mit unserem Team daran setzen, die Mecklenburger Seenrunde hier an den Start zu bringen. Insgesamt liegen wir jetzt bei über 2.000 Startern für den 300 km Radmarathon. Das ist eine beachtliche Zahl für ein Newcomer-Event. Hinzu kommen weit über 300 Frauen, die, an der von uns geschriebenen und sportlich anspruchsvollen 90 km langen größten deutschen Frauenradtour teilnehmen.

TMV: Wo kann und soll es einmal mit die-

ser Veranstaltung hingehen?

Koepke: Innerhalb des Teams sehen wir von Beginn an, dass es hier in der Region noch ein großes Potenzial für die Weiterentwicklung unseres Events gibt. Der organisatorische Aufwand ist allerdings immens groß. Nun gilt es erst einmal die Veranstaltung solide an den Start zu bringen. Danach werden wir entscheiden, welche Ziele wir uns als nächstes setzen.

TMV: Ist der wirtschaftliche Impuls der Veranstaltung in der Region bereits spürbar?

Die Belegung der Hotels und Campingplätze in und um Neubrandenburg spricht eine deutliche Sprache, d. h., die Auslastung liegt bei 100 Prozent. Weit über 80 Prozent der Teilnehmer reisen extra für dieses Event an. Das Schöne daran ist, dass etliche Teilnehmer ein bis zwei Tage vorher anreisen und sogar nach der Veranstaltung noch ein paar Tage in der Region bleiben.

TMV: Stoßen Sie im Organisationsprozess überall auf die erhoffte Zustimmung?

Koepke: Wer große Dinge realisieren möchte, der muss auch mit großen Widerständen klar kommen. Es ist ein großes Glück, dass sich um mich herum ein Team gefunden hat, das in der Lage war und ist, den nicht immer ganz leichten Weg zu gehen. Wenn man viele dieser Widerstände überwunden hat, dann kommt letztlich auch immer mehr Zustimmung.

TMV: Braucht es ähnliche neue Veranstaltungsformate in anderen Regionen des Landes?

Koepke: Ja! Selbstverständlich braucht es noch mehr qualitativ anspruchsvolle Veranstaltungen, die eine überregionale Bedeutung haben. Ich bin überzeugt, dass die Leute nach einem tollen Erlebnis wiederkommen werden.

Zwei Fragen an Radprint-Star André Greipel



André Greipel in Aktion

TMV: Herr Greipel, Als Rostocker Radsprint-Star und Botschafter für das Jedermann-Radrennen in der Mecklenburgischen Seenplatte haben Sie auf der ITB Berlin für das Event geworben. Woher rührt Ihr Engagement?

Greipel: Ich liebe diesen Sport und meine Heimat, solche passenden Kombinationen gibt es nicht viele.

TMV: Welches Potenzial sehen Sie für die Mecklenburger Seenrunde?

Es hat mich schon überrascht, dass sich bereits mehr als 2.000 Teilnehmer angemeldet haben – aber ambitioniertes Freizeitradsport ist in. Wenn die Mischung zwischen Sport- und touristischen Angeboten den Nerv der Teilnehmer und Familien beziehungsweise Begleitungen trifft, stehen die Chancen für die Zukunft sehr gut.

Jedermann ist bei der Mecklenburger Seenrunde wörtlich zu verstehen, denn es können sich alle, die Freude am Radfahren haben, zu diesem Ereignis anmelden. Im Vordergrund der Radtour steht nicht etwa der Wettbewerb um die schnellstmögliche Zeit. Vielmehr liegt der Fokus auf gemeinschaftlichem Radfahren und dem Spaß am Radsport. Die Rundtour startet in Neubrandenburg und führt über Neustrelitz, Mirow, Röbel/Müritz und Penzlin.

www.mecklenburger-seen-runde.de

Aktuelle Erfolge und Bewertungen von der ITB 2014

Reiseanalyse 2014: MV nur einen Wimpernschlag hinter Bayern

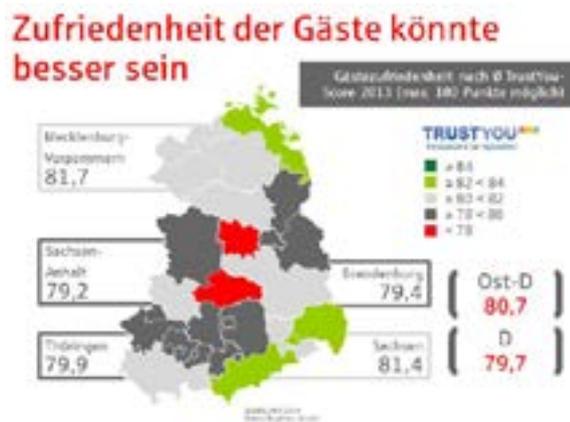
Laut aktueller **Reiseanalyse 2014** der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) hat das Urlaubsland im Nordosten den Anteil an den Urlaubsreisen der Deutschen (ab fünf Tagen Dauer) vergrößert. Hielt MV 2012 einen Marktanteil von 5,5 Prozent, waren es 2013 5,9 Prozent. Damit liegt Mecklenburg-Vorpommern nur noch 0,1 Prozent hinter Spitzenreiter Bayern (6,0 Prozent). Gleichzeitig hat das Urlaubsland den Abstand vor den norddeutschen Mitbewerbern vergrößert. So folgen Schleswig-Holstein mit 4,1 Prozent (2012: 4,3 Prozent) und Niedersachsen mit 3,8 Prozent (2012: 4,4 Prozent) auf den Plätzen drei und vier.

Dem **Tourismusbarometer des Ostdeutschen Sparkassenverbandes** zufolge bleibt MV das Tourismus-Flaggschiff der ostdeutschen Bundesländer. Mit 28,2 Millionen entfiel 2013 mehr als ein Drittel der 74,6 Millionen Übernachtungen in Ostdeutschland auf den Nordosten. MV erreichte zudem die höchsten Zuwächse unter den ostdeutschen Ländern (+0,8 Prozent bei den gewerblichen Übernachtungen). Zudem ist laut Tourismusbarometer die Zufriedenheit der Gäste Mecklenburg-Vorpommerns im Vergleich aller Bundesländer überdurchschnittlich hoch und in Ostdeutschland am höchsten: Der so genannte TrustYou-Score, welcher die Gästezufriedenheit widerspiegelt, weist für den Nordosten 81,7 von 100 möglichen Punkten aus.

Was die **Beliebtheit von Radfernwegen** betrifft, ist MV der Radreiseanalyse 2014 des Allgemeinen Deutschen Fahrradclubs (ADFC) zufolge mit dem Elbe-

und dem **Ostseeküstenradweg** gleich zwei Mal unter den Top 3 in Deutschland vertreten. Insgesamt hat MV bei der Radreiseanalyse 2014 in diesem Jahr den vierten Platz belegt. Damit verliert der Nordosten zwei Plätze im Vergleich zum Vorjahr. Das Treppchen der Spitzenreiter

der Tourismuswirtschaft“ ausgezeichnet. Der Award wird an besonders innovative Unternehmen und Institutionen verliehen, Kriterien sind unter anderem Trendrelevanz und Kundennähe, Wirtschaftlichkeit und Vorbildfunktion.



Der TrustYou-Score bildet die Gästezufriedenheit ab und ist in MV mit 81,7 Punkten überdurchschnittlich hoch.

besetzen Bayern, Brandenburg und das Emsland.

Bei der Bewertung von 170 touristischen Pressestellen in der Welt schaffte es der TMV in diesem Jahr auf Rang sieben und damit im achten Jahr in Folge unter die besten Zehn. Die **Kommunikationsabteilung des Verbandes** ist damit erneut der einzige deutsche sowie der einzige regionale Vertreter unter den besten Zehn.

Das **Darwineum im Zoo Rostock** wurde im Rahmen der Vorstellung des Sparkassen-Tourismusbarometers mit dem diesjährigen Marketing Award „Leuchttürme

Die **Seetel-Hotelgruppe** hat mit ihrem Projekt „Seetel sucht Deutschlands Super Azubis“ den **Willy Scharnow-Preis** 2014 gewonnen. Der mit 3.000 Euro dotierte Preis der Willy Scharnow-Stiftung für Touristik wird jährlich für herausragende und beispielhafte Konzepte zur Aus- und Weiterbildung im Tourismus verliehen.

Die **Touristik-Service-Kühlungsborn GmbH** hat auf der ITB den **Tourismus-Filmpreis „Das goldene Stadttor“** für den neuen Imagefilm des Ostseebades verliehen bekommen. Der Imagefilm belegte den dritten Platz in der Kategorie „Region“ und setzte sich damit gegen eine internationale Konkurrenz durch.

„wild-east“: Gute Buchungslage schon im Januar und Februar

Im Januar und Februar hat das Buchungsportal „wild-east marketing“ einen Zuwachs von rund 14,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet (bezogen auf den Buchungstag).

In den beiden Monaten gab es allein 17 Tage, in denen mehr als 1.000 Buchungen an einem Tag gemessen wurden. Derartige Ergebnisse gab es in den Vorjah-

ren nur im Juli und im August. Insgesamt waren es 53.239 Buchungen (Vorjahr 46.491). Der Buchungsumsatz ist um 19 Prozent angestiegen. Statt 22,7 Millionen Euro im Januar und Februar 2013 waren es 2014 27 Millionen. Auf MV entfallen davon rund 37.500 Buchungen, das sind rund 5.000 mehr als im Vorjahr. In MV haben die Anwender des Systems einen

Umsatz von 18,9 Mio. erwirtschaftet (Vorjahr ca. 15,5 Millionen). Damit ist allein in diesen beiden Monaten für den Juli bereits ein Volumen von 42 Prozent im Vergleich zum Vorjahresgesamtvolumen eingefahren, und für den August, dem buchungsstärksten Monat bei wild-east, liegt der Buchungsstand bereits bei 60 Prozent.

Was passiert in den vier Urlaubswelten? Ein Überblick ...

Genuss & Kultur: MV ist Destinations-Partner des **SpaCamp 2014**. Die Ideenwerkstatt, die vom 7. bis 9. November im Hotel Neptun & Spa in Warnemünde stattfindet, ist mit rund 180 Teilnehmern die größte deutschsprachige Fachveranstaltung zu den Themen Spa, Wellness und Gesundheit. Beim Schloßsermarketing-Strategiegespräch im Februar wurde die Neuauflage des Kataloges „**Schlösser, Parks und Herrenhäuser**“ als Kooperation mit den Regionen im Landesinneren beschlossen. Die Akquisi-

Familie & Kinder: Der Monat Juni steht im Familienreiseland MV ganz unter dem Titel „**Huckepack zum halben Preis**“. Familienfreundliche Unterkünfte bieten Familien mit Kindern, die mit befreundeten Familien oder den Großeltern übers Wochenende oder länger in den Nordosten reisen, attraktive Vorteilsangebote an (www.auf-nach-mv.de/huckepack). Auf der ITB wurde die Kampagne, die im Online- und Printbereich durch Anzeigen, Beilagen sowie während der Road-Show im Mai in Baden-Würt-

Lifestyle & Trends: In der kommenden Ausgabe der Zeitschrift „**unterwegs – Kurztrips im Norden**“, die in der Metropolregion Hamburg in einer Auflage von 120.000 Exemplaren ausliegt, wird die Urlaubswelt mit zahlreichen Themen beworben. Daneben wird es im April einen **Themenpressediens**t geben.

Darüber hinaus wird der produzierte **Webclip**, der unter www.auf-nach-mv.de/fun angeschaut werden kann, in 130 Intersport-Stores und Karstadt-Sports-

Aktivität & Gesundheit:

Pünktlich zur ITB ist eine **Radkarte** über die neun Fernwege des Landes erschienen. Ende April wird eine neue **Wasserkarte** – ein Kooperationsprojekt mit Brandenburg – veröffentlicht. Für den Sommer ist zudem die **Herausgabe eines Tourenheftes** für den Bereich Wandern geplant. Auch in verschiedenen Magazinen wird wieder Lust auf einen Aktiv- bzw. Gesundheitsurlaub in Mecklenburg-Vorpommern gemacht. So unter anderem im Magazin „Wanderbares

tion dazu, mit der gleichzeitig die Teilnahme am Schloßserherbst 2014 und/oder 2015 abgefragt wird, startet im Frühjahr. Der Auftritt des Urlaubslandes auf der **ITB** stand in diesem Jahr unter dem Titel „**Natürlich romantisch**“. Zu diesem Thema ist im März unter anderem ein **Themenpressediens**t erschienen und ein Bericht des **dpa-Themendienstes** wird im Frühjahr für Aufmerksamkeit sorgen. Leistungsträger, die Angebote zum Romantikjahr präsentieren wollen, finden Infos unter: www.tmv.de/romantik

temberg und NRW begleitet wird, angestoßen. Zusätzlich zu allen Angeboten erhalten Kinder bis 14 Jahre den „**Entdeckerpass MV**“, der zwei Jahre lang zum kostenfreien Eintritt in derzeit 25 Erlebniseinrichtungen in MV berechtigt. Online müssen die Kinder dafür unter www.auf-nach-mv.de/entdeckerpass einen Aufgabenparcours absolvieren, der auf verschiedene Altersgruppen zugeschnitten ist. Weitere Erlebnispartner können sich an diesem Kooperationsprojekt beteiligen. Die Teilnahme ist kostenfrei, le-

Shops gezeigt. Mittlerweile haben sich seit der Veröffentlichung am 24. Februar bereits mehr als **12.000 Nutzer** diesen Clip auf YouTube angesehen.

Des Weiteren liegt der Fokus im Marketing auf **Social-Media-Aktivitäten** und der Planung der ersten Kampagne für den Sommer, die im Mai gestartet werden soll. Die Urlaubswelt Lifestyle & Trends wird zudem bei der **Promotion-Aktion** im Mai in Baden-Württemberg und NRW beworben. Zwei **Aktivitäten mit Blog-**

Deutschland 2014“, welches Ende März mit einer achtseitigen MV-Strecke an den Start geht. Weiterhin sind eine dreiteilige Serie im Wandermagazin sowie Advertorials in den Magazinen „Tambiente Aktiv“ und „Tambiente Gesundheit & Wellness“ vorgesehen. Zudem liegt bereits eine Buchung für das ADFC-Tourenmagazin „Deutschland per Rad entdecken 2015“ vor, welches ab Sommer in die Umsetzung geht. Wie auch in den vergangenen Jahren präsentiert sich Mecklenburg-Vorpommern auf dem **Deutschen Wander-**

Über Beteiligungsmöglichkeiten zur Kampagne der Schlossfestspiele Schwerin können sich Interessierte unter www.tmv.de/nabucco informieren. Das Thema Genuss und Kultur ist zudem mit Kultur-tipsps und buchbaren Angeboten im **Urlaubsmagazin MV 2014** vertreten. Darüber hinaus ist Anfang des Jahres der **kulinarische Flyer** mit Veranstaltungshöhepunkten und Tipps zu regionalen Spezialitäten erschienen. Das **Kompetenznetzwerktreffen** am **8. April** steht unter dem Titel Online-Auftritt.

diglich der freie Eintritt für den Passinhaber bzw. eine vergleichbare Leistung muss gewährleistet werden. Die Kooperationspartner werden unter anderem in den Aufgabenparcours integriert und verlinkt.

Zudem wird die neue **Familienbroschüre** „Urlaub mit Kind und Kegel“ im Sommer erscheinen. Die Auftragsunterlagen sowie weitere Informationen werden Anfang April im Branchentreff unter www.tmv.de/familie zu finden sein.

gern – zum einen zum Thema Fotografie und zum anderen in Kooperation mit der Kreativsaison MV – stehen außerdem auf dem Programm. Für April ist ein **Workshop** zum Thema „**Social Media**“ geplant. Hinzu kommt ein weiterer zum Thema „**Produktentwicklung**“.

Willkommen sind weiterhin zielgruppen-gerechte und buchbare Angebote sowie Offerten für den Bereich Schul- & Jugendreisen für die Internetseiten www.auf-nach-mv.de/fun und www.auf-nach-mv.de/jugend.

tag im Harz (13.8.-18.8.2014) sowie auf der **TourNatur Düsseldorf** (5.-7.9.2014), um die Zielgruppe der Aktivurlauber für einen Aufenthalt in Mecklenburg-Vorpommern zu begeistern. **Aktuelle Beteiligungsmöglichkeiten:** Zu den Themenfeldern Gesundheit und Wassersport ist eine **Fotoproduktion** geplant, an der sich Interessierte beteiligen können. Weiterhin können Leistungsträger unter www.auf-nach-mv.de/aktiv sowie www.auf-nach-mv.de/gesundheitsurlaub buchbare Angebote präsentieren.

Promotion-Show in Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen

An 21 Aktionstagen im Mai wirbt der TMV mit vielen Partnern für das Urlaubsland



Modell des MV-Standes mit Bühne und Zelten



Leuchttürme im CD des Urlaubslandes weisen auf den Auftritt MVs hin.

Auf der Zielgeraden: In rund sechs Wochen startet die groß angelegte Promotion-Aktion des Landestourismusverbandes in Zusammenarbeit mit den touristischen Regionen sowie den Partnern Landurlaub MV, Arbeitsgemeinschaft „Junges Land für junge Leute“ sowie dem Verband für Camping- und Wohnmobiltourismus MV, in **Baden-Württemberg** und in **Nordrhein-Westfalen**. Dafür wurden sieben stark frequentierte Plätze in **Stuttgart, Esslingen, Ulm, Pforzheim, Dortmund, Bochum und Essen** ausgewählt.

An 21 Aktionstagen vom 7. bis zum 31. Mai 2014 werden Gäste dort über Neuigkeiten aus dem Urlaubsland informiert und mit **Störtebeker Bier**, einem Fischbistro vom Fischerwerk Rügen, den **Shantys** der **Mönchguter Fischköpp** und Alleinunterhalter Charly Frommke animiert, einen Urlaub im Nordosten zu planen.

Begleitend zur Promotion-Aktion sind **Medienkooperationen** mit der lokalen Presse und Postwurfsendungen vereinbart, die den Auftritt Mecklenburg-Vor-

pommerns ankündigen. Für Aufmerksamkeit sollen eine große begehbare MV-Karte, Strandkörbe, Liegestühle, Foto- und Gewinnspielaktionen sorgen. Kleine Besucher können einen Parcours mit Aufgaben durchlaufen und erhalten dafür den Entdeckerpass MV, der ihnen zwei Jahre freien Eintritt bei zahlreichen Erlebnispartnern bietet.

Weitere Informationen zur Promotion-Show erhalten Interessierte bei: Silvia Möhring, Tel. : 0381 40 30 661, s.moehring@auf-nach-mv.de

8. Baltic Sea Tourism Forum 2015 in Danzig



Danzig ist 2015 Austragungsort des Ostseetourismusforums, darauf verständigten sich die Vertreter der Initiative während eines Workshops auf der ITB. Das polnische Ministerium für Sport und Tourismus erklärte sich bereit, als Ausrichter des bereits **8. Forums**, die jährliche Konferenz 2015 an der polnischen Ostseeküste durchzuführen. Dies unterstreicht die Bedeutung und das gemeinsame Interesse mit Polen und weiteren Ostseerainern an einer verstärkten Kooperation im Ostseeraum.

MV hat sich in den vergangenen Jahren hinsichtlich des Aufbaus eines internationalen touristischen Netzwerkes im Ostseeraum stark engagiert. Seit 2008 finden dazu regelmäßig Treffen von tou-

ristischen Leistungsträgern in den Ostseerainern statt. Neben einer Reihe von begleitenden Workshops, Projektinitiativen und Kooperationen wurde mit dem Ostseetourismusforum eine stetige Plattform geschaffen, die es touristischen Organisationen, Leistungsträgern und Partnern im Ostseeraum ermöglicht, sich über aktuelle Trends und Entwicklungen auszutauschen und länderübergreifende Projekte zu initialisieren. Für die **zukünftige strategische Ausrichtung** der internationalen Kooperation mit dem Ziel, die Ostseeregion als ganzheitliche Reisedestination zu etablieren, wettbewerbsfähig zu machen und damit einen Mehrwert für einzelne Ostseeregionen zu generieren, bedarf es einer kontinuierlichen Weiterentwicklung der bisherigen Aktivitäten. Die Konvertierung und Bündelung von Projekten in eine stetige und langfristige Zusammen-

arbeit spielt dabei eine Schlüsselrolle. Die Voraussetzungen sind in den vergangenen Jahren geschaffen worden. Der Fokus der Zusammenarbeit liegt nun darauf, eine **zentrale Anlaufstelle für länderübergreifende Tourismusaktivitäten im Ostseeraum** und einer Wirkung über die Ostseeregion hinaus zu entwickeln, einen strategischen Lenkungsausschuss von politischen Vertretern der Anrainerländer zu etablieren, und das Ostseetourismusforum als jährlichen Branchentreff für touristische Anspruchsgruppen im Ostseeraum zu konsolidieren. Um diese Zielstellungen zu erreichen, arbeitet der TMV eng mit der Staatskanzlei MV, in ihrer Rolle als Koordinator für den Schwerpunktbereich Tourismus im Rahmen der EU-Ostseestrategie, zusammen. Das diesjährige Ostseetourismusforum finden vom 1. bis 2. Oktober 2014 in **Karlskrona** statt.

Erste Ergebnisse der Radverkehrsanalyse in MV

Spitzenwert: Mehr als 100.000 Radler im Juli in Zingst

Im Rahmen des Nationalen Radverkehrsplans der Bundesregierung wurde in Brandenburg von 2008 bis 2011 ein Projekt gefördert, das das Ziel hatte, das Radverkehrsaufkommen und die Zusammensetzung der Radler zu untersuchen, um erstmals Aussagen zur Nutzung der Radwege zu ermitteln, welche Hochrechnungen erlauben. Im Anschluss an diese Förderungen konnte das Projekt mit Mitteln von Landkreisen und Städten weitergeführt werden. Im Zuge dessen kamen zahlreiche neue Projektpartner aus Schleswig-Holstein, Niedersachsen, Mecklenburg-Vorpommern, Hessen und Rheinland-Pfalz hinzu.

Am 13. Februar 2014 erfolgte in Neubrandenburg die zweite Auswertung zu den sechs Zählgeräten, die am Radweg Berlin-Kopenhagen in Waren und Dalmsdorf, am Oder-Neiße-Radweg in Penkun sowie am Ostseeküstenradweg in Zingst, Dierhagen sowie zwischen Wieck und Perow aufgestellt sind.

Bei dieser Auswertung konnten für MV im Juli 2013 in Zingst Spitzenwerte von 103.000 Radlern und in Waren von 87.000 Radlern gezählt werden. Aus den Zähl- und Befragungsdaten können um-

fangreiche Informationen sowohl zum Alltagsradverkehr als auch zu touristisch motivierten Tagesreisen und zum Radreiseverkehr abgeleitet werden. Ein interessanter Aspekt ist dabei das Ausgabeverhalten der Radtouristen, das durchschnittlich 67 Euro beträgt und sich aus Tagesausgaben von 31 Euro und Übernachtungskosten von 36 Euro zusammensetzt.

Laut der Online-Befragung von Trendscope 2012 sind 40 Prozent der Urlauber in MV, die ihr Fahrrad im Urlaub benutzen, Streckenradler (befahren z. B. einen Radfernweg) und Regioradler (erkunden von einem Ort aus ihre Umgebung mit dem Fahrrad). Davon ausgehend hätten 40 Prozent der 103.000 Radler in Zingst der Tourismuswirtschaft Einnahmen von 2.760.400 Euro allein im Juli 2013 beschert. Interessierte, die mehr zur Studie wissen möchten, können diese unter www.radverkehrsanalyse-brandenburg.de einsehen.

Für Informationen rund um die Zählgeräte in MV 2013 können sich Interessierte an Marianne Schulz unter Rufnummer 0381 40 30 667 bzw. per Mail an m.schulz@auf-nach-mv.de wenden.

Seminar und Workshop „GoEast“ in Amsterdam



Foto: ©DZT/Patrick Feuer

Marie Zdechlikiewitz vom TMV bei der Präsentation in Amsterdam

Die DZT in Amsterdam organisierte für deutsche Anbieter aus den neuen Bundesländern und niederländische Einkäufer im Februar ein Seminar zum Thema „Duitsland ANDERS – Go-East“.

Insgesamt mehr als 100 Vertreter der Reisebranche folgten der Einladung, zu der der TMV zusammen mit der Insel Rügen und dem Niederländischen Hof aus Schwerin vertreten war. Auch

wenn Deutschland das wichtigste Auslandsreiseziel für die Niederländer ist (2013: 162.733 Übernachtungen), ist Ostdeutschland tatsächlich noch ein eher unbekanntes Gebiet, und die Präsentationen der Bundesländer zeigten die Vielfalt von Natur, Kultur und Wasserreichtum.

Auf der Branchenseite www.tmv.de/reiseveranstalterkooperationen-im-ausland/ stellt der TMV unter anderem die niederländischen Veranstalter vor, die Interesse an Kooperationen haben, auf der Suche nach Hotelpartnern sind oder Marketing und Buchungsplattformen für den Niederländischen Markt anbieten. Kontakt: Marie Zdechlikiewitz, Tel.: 0381 40 30 656

Die andere Meinung

IHK-Vollversammlung Neubrandenburg lehnt Bettensteuer und Tourismusabgabe ab

Die Mitglieder der Vollversammlung der IHK Neubrandenburg für das östliche MV haben sich in ihrer jüngsten Sitzung einstimmig gegen die Einführung einer Bettensteuer und einer Tourismusabgabe ausgesprochen. Das entsprechend verabschiedete Positionspapier bezeichnet die Neueinführung bzw. Erhöhung von Abgaben angesichts von Steuereinnahmen und Finanzzuweisungen auf Rekordniveau als nicht nachvollziehbar: „Die Kommunen haben ein Ausgaben- und nicht ein Einnahmeproblem.“ Weiter heißt es darin, der Tourismus sei für MV von hoher Bedeutung für die wirtschaftliche Wertschöpfung und als Imageträger. Die Einführung von weiteren Abgaben schade dem Ansehen des Tourismuslandes Mecklenburg-Vorpommern und gefährde damit seinen Spitzenplatz. MV werde gegenüber Mitbewerbern wie bspw. Bayern oder Sachsen-Anhalt, die solchen Überlegungen eine klare Absage erteilt haben, geschwächt. „Die Gewerbetreibenden tragen bereits heute über ihre Einkommens- und Körperschaftsteuer bzw. über die Gewerbesteuer zur Finanzierung des Gemeinwesens maßgeblich bei. Der Ausbau und die Erweiterung der touristischen Infrastruktur sowie die Werbung dafür sind Aufgabe der öffentlichen Hand. Dafür ist nicht die Einführung neuer Abgaben erforderlich. Jede Investition in die touristische Infrastruktur ist gleichzeitig für die Gemeinde eine Investition für ihren Haushalt“, so die Unternehmer.

Darüber hinaus werde die Erhebung einer solchen Abgabe einen erheblichen Verwaltungsaufwand sowie eine zusätzliche Bürokratie- und Kostenbelastung für die Unternehmen nach sich ziehen. Zudem sei die Bestimmung des Kreises der zahlungspflichtigen rechtlich schwer abzugrenzen, so dass umfangreiche Rechtstreitigkeiten zu erwarten seien. Statt auf die Einführung neuer Abgaben sollte verstärkt auf die bereits heute vieler Orts gelebte freiwillige Beteiligung der Unternehmen am Tourismusmarketing gesetzt werden. www.neubrandenburg.ihk.de

Branche lädt am 2. April zum Saisonauftakt der Tourismuswirtschaft ins Schloss Teschow ein

Den Startschuss in die Saison der Tourismuswirtschaft gibt der Saisonauftakt am 2. April 2014 im Landhotel Schloss Teschow. Dieser wird gemeinsam durch den Dehoga MV, den Golfverband sowie den Landestourismusverband ausgerichtet. Mit von der Partie sind Ministerpräsident Erwin Sellering, der Minister für Wirtschaft, Bau und Tourismus, Harry Glawe, sowie die Präsidenten der drei Verbände: Jürgen Seidel (Landestourismusverband), Rüdiger Born (Golfverband Mecklenburg-Vorpommern), sowie

Guido Zöllick (Dehoga Mecklenburg-Vorpommern).

Der Saisonauftakt der Tourismuswirtschaft wird gleichzeitig zum Anlass genommen, ein Dankeschön an die Helfer zu Land und auf dem Wasser zu richten, insbesondere geht der Dank an die Bäderpolizei, die Gesellschaft zur Rettung Schiffbrüchiger sowie an die drei Träger der Wasserrettung, DRLR, ASB und DRK-Wasserwacht. Informationen: Dehoga MV, Tel. : 0385 5925520.

Schlussendlich (66)

Zuletzt ist Mecklenburg-Vorpommern in öffentlich-rechtlichen Nachrichten hinsichtlich seiner Größe und Einwohnerzahl einige Male mit der Krim verglichen worden. Nun, mit Vergleichen ist es eine Sache. Manche veranschaulichen, manche hinken. Rostock ist nicht das Sewastopol des Nordens, Binz nicht das Nizza des Nordens, die Peene nicht der Amazonas des Nordens, Ludwigslust nicht das Versailles des Nordens, der Sanddorn nicht die Zitrone des Nordens, Schwerin nicht das Berlin Mecklenburg-Vorpommerns und Schleswig-Holstein nicht das echte Mecklenburg-Vorpommern. Und umgekehrt wird jeweils auch kein Schuh draus.

Und so werden schlussendlich auch die in der hiesigen Tourismusbranche Tätigen verstehen, dass eine einfache begriffliche Verknüpfung von zwei Paar Schuhen das Marketing noch lange nicht zum Laufen bringt. Schuster und Destinationsmanager des Nordens, bleibt bei eurem Leisten!

Eine breitformatige Postkarte fragt jetzt: „Malediven?“ Und antwortet: „Nein, Meck-Pomm!“ Es ist ein schönes, ein sonniges Motiv mit Wasser, ein paar Buhnen und strahlendem Himmel über dem Stettiner Haff. Doch ganz ehrlich, ohne den in dicken Lettern in das Himmelsblau über dem Haff gesetzten Ver-

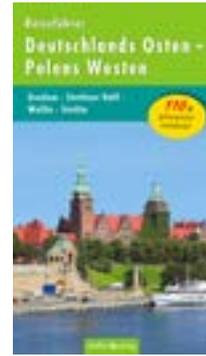
gleich hätte keiner je auf die Malediven getippt. Das Bild ist im besten Sinne ein Heimatbild. Und so bleibt's dabei: Das Stettiner Haff ist nicht der Indische Ozean, und Ueckermünde ist nicht das Malé – so heißt die Hauptstadt der Malediven – des Nordens.

Im Grunde ist das auch ganz gut so, denn bekanntlich wird befürchtet, dass der Inselstaat wegen der Erderwärmung und dem daraus resultierenden Anstieg des Meeresspiegels in ein paar Jahrzehnten versinken könnte.

Daher böte sich, werden die Böartigen denken, perspektivisch eher ein Vergleich mit Vineta an, dessen Lage von einigen ja auch am Stettiner Haff vermutet wurde, genauer gesagt in Wolin. Ganz aktuell könnte auch der Bezug zur Insel Hiddensee hergestellt werden, die auf einer touristischen Karte fehlt und daher in einigen Zeitungen als untergegangen bezeichnet wurde.

Weil Hiddensee in Wirklichkeit da ist und auch bleibt, kann es durchaus sein, dass sich die heute so gegenwärtige Anlehnung des Nordens an den Süden in ein paar hundert Jahren ins Gegenteil verkehrt. Infolge klimatisch bedingter Verschiebungen könnte man sich dann wie folgt erinnern: Die Malediven waren so etwas wie das Hiddensee des Südens.

Bücher übers Land



In die deutsch-polnische Grenzregion an der Oder begleitet dieser handliche Reiseführer und führt von der Ostsee nach Westpommern über Usedom, Stettin und das Stettiner Haff. Urlauber können damit Entdeckungen beidseits der Oder in Deutschland und Polen in einem Korridor von jeweils 60 bis 80 Kilometer ins jeweilige Landesinnere hinein unternehmen und u. a. Wisente auf Usedom und Wolin, das Dörfchen Rieth am Stettiner Haff und die Metropole Stettin und Klöster nahe der Oder bestaunen. Dieser Reiseführer ist historisch sensibel, mit viel Neugier auf Entdeckenswertes und unterhaltsam geschrieben, mit hilfreichen Registern, Karten einschließlich der Grenzübergänge und einem kleinen Sprachführer versehen und damit bestens geeignet für grenzenloses Unterwegssein von Einheimischen und Gästen. Im Buch sind übrigens viele Tipps der Pressereise „Vorpommersche Flusslandschaft“ aus dem Jahr 2012 eingeflossen.

Christine Stelzer
Deutschlands Osten – Polens Westen,
160 Seiten, 230 Abbildungen, Broschur
ISBN 978-3-942477-73-4, 12,95 €

Marktforschungsecke

So reist der Deutschlandurlauber
 BestFewo, der Experte für Deutschlandurlaub, hat eine Research-Studie zum Reiseverhalten seiner Nutzer durchgeführt und das Reiseverhalten der Deutschlandurlauber analysiert. Demnach in Mecklenburg-Vorpommern das beliebteste Familienreiseziel der Deutschen. Der Anteil mitreisender Kinder in MV mit 55 Prozent am höchsten, gefolgt von Niedersachsen (51 Prozent) und Schleswig-Holstein (49 Prozent).

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 Weitendorf