

Roadshow 2014 – eine Zwischenbilanz

Erfolgreicher Start der Aktion / Endspurt für vier weitere Standorte



Promotion 2014: MV-Crew auf dem Marktplatz in Esslingen

Ein Urlaubsland auf Reisen: Seit dem 7. Mai rührt der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern mit Unterstützung seiner Partner und touristischen Regionen im Land in den Bundesländern Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen sowie zum Abschluss in Berlin die Werbetrommel. Esslingen, Stuttgart-Vaihingen, Pforzheim, Ulm - diese Standorte liegen hinter der MV-Crew. Zeit, um eine kurze Zwischenbilanz zu ziehen. 20:80 lautet das Resümee von Bernd Fischer, Geschäftsführer des TMV, der sich selbst ein Bild vor Ort machte. "20 Prozent kennen Mecklenburg-Vorpommern oder waren schon einmal im Nordosten. 80 Prozent haben kaum eine Idee davon, was das Land bietet", so Fischer. Mecklenburg-Vorpommern sei eines der beliebtesten Reiseziele der Deutschen. Diese Position könne nur gehalten werden, wenn es gelingt, noch mehr Menschen in den bevölkerungsreichen Zukunftsmärkten Süd- und Westdeutschlands anzusprechen und zu überzeugen. Kein leichtes Unterfangen, wie die ersten Auftritte zeigten. Immerhin: Rund 10.000 Menschen konnten auf der Promotion-Show bereits erreichet werden, Menschen, denen sonst vielleicht nie in den Sinn gekommen wäre, nach Mecklenburg-Vorpommern zu reisen. Potenzielle Gäste ließen sich im Strandkorb ablichten, blätterten in den Katalogen und Broschüren, ließen sich Fischbrötchen und Sanddornzuckerwatte schmecken und sangen die eine oder andere Zeile der "Mönchguter Fischköpp" mit. Mehr noch: Die große MV-Karte sorgte allerorten für viel Aufmerksamkeit. "Die Karte zieht die Menschen magisch an. Sie liefert Informationen über die Reiseregionen, gibt Orientierung und bietet Anlass für Gespräche", so Fischer weiter. Die Kleinen brauchen laut Fischer nicht überzeugt zu werden. Voller Eifer basteln sie mit Playmais, freuen sich über die Urlaubsbotschafter Maria und Viktor oder lösen Aufgaben, um den Entdeckerpass MV zu erhalten, der zwei Jahre lang kostenfreien Eintritt in 25 Freizeiteinrichtungen garantiert. Zudem wurden im Rahmen der Promotion an drei Standorten - Esslingen, Pforzheim und Ulm - Maritime Stammtische veranstaltet, bei denen die Vielfalt des Urlaubslandes zwischen Ostsee und Seenplatte Journalisten und Veranstaltern präsentiert wurde. "Alle

Aus dem Inhalt

Hier spricht der Experte

Heike Seelenbinder, Projektkoordinatorin für die touristische TMV-Datenbank, über Ziele, Stand und Engagement beim Projekt

Seite > 03

TMV aktuell

Tourist-Information in Feldberg erhält "i-Marke" Jetzt anmelden: Workshops für die Urlaubswelt Genuss & Kultur

Seite > 04

Vermischtes:

Bücher *übers* Land: Martin Simon: Naturparkweg E9A - von Ratzeburg nach Altwarp Schlussendlich (68)

Seite > 05

Zahl des Monats

50.000

Veranstalt u n g e n mit rund

zwei Milionen Teilnehmern wurden einer aktuellen Umfrage des Landestourismusverbandes zufolge im Jahr 2013 im Tagungsland Mecklenburg-Vorpommern gezählt.

oto: TMV

Standorte haben gut funktioniert, nur in Stuttgart-Vaihingen war das Interesse nicht so groß, was zum Teil auf das kühle Wetter zurückzuführen ist", sagte Fischer. Endspurt: Essen (22. bis 24. Mai), Bochum (26. bis 28. Mai), Dortmund (29. bis 31. Mai) und Berlin (31. Mai bis 1. Juni) stehen noch bevor. Auch hier werden auf rund 300 Quadratmetern Bewerbungsfläche – die Größe eines Tennisplatzes - regionale Spezialitäten, norddeutsche Kultur und interaktive Spiele angeboten sowie Gewinne verlost. Nach zehn Jahren Pause setzt der TMV erstmals wieder auf Werbung in Form einer Roadshow. Zielstellung sind 25.000 qualifizierte Kontakte zu potenziellen Urlaubsgästen. Bereits im Vorwege der Werbetour wurden rund 240.000 Haushalte in Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen mit einer "MV-Postkarte" über die Stationen und Programme der Roadshow informiert. Zudem machen in den Veranstaltungsorten Werbefahnen und -flächen, Plakate und Promotion-Aktionen auf die geplanten Auftritte des Urlaubslandes aufmerksam. Mit einer breit angelegten Anzeigenkampagne in regionalen und überregionalen Tageszeitungen sowie über Werbespots bei örtlichen Rundfunkanstalten erreicht das Urlaubsland MV zusätzliche Aufmerksamkeit.

Hintergrund:

In den vergangenen drei Jahren kamen nach Angaben des Statistischen Landesamtes MV rund 420.000 Gäste aus Baden-Württemberg und etwa 1,4 Millionen Gäste aus Nordrhein-Westfalen für längere Reisen nach Mecklenburg-Vorpommern. Nahezu eine Million der Einwohner dieser Länder planen, den Nordosten in naher Zukunft zu besuchen. Gar 1,21 Millionen Baden-Württemberger und rund drei Millionen Nordrhein-Westfalen interessieren sich für Urlaub in MV.

Mecklenburger Seen Runde in Berlin präsentiert



Dr. Stefan Rudolph, Staatssekretär im Ministerium für Wirtschaft, Bau und Tourismus MV stellte Mecklenburger Seen Runde in Berlin vor

Im Rahmen eines Pressebrunches mit einigen bekannten Gesichtern wie der Moderatorin und Schauspielerin Annabelle Mandeng stellten Dr. Stefan Rudolph, Staatssekretär im Ministerium für Wirtschaft, Bau und Tourismus MV, sowie die Veranstalter, Botschafter und Sponsoren der Mecklenburger Seen Runde die Radsportveranstaltung am 6. Mai vor Journalisten in Berlin im Radsportladen "Laktat" vor. Am 23. und 24. Mai 2014 wird mit der "Mecklenburger Seen Runde" (www. mecklenburger-seen-runde.de) in MV ein

einzigartiges Radsport-Event veranstaltet. Das Event ist neben dem Ironman auf Rügen am 14. September die zweite neue Großveranstaltung im Urlaubsland MV und sorgt schon im Vorfeld für touristische Impulse.

Die Rundtour, zu der bereits mehr als 2.500 Anmeldungen vorliegen, startet in Neubrandenburg und führt über Neustrelitz, Mirow, Röbel/Müritz und Penzlin. Zudem ist eine Frauenrunde ausgewiesen.

+++NEWSTICKER+++

+++ Die Kurverwaltung Binz hat eine weitere Bewegtbild-Panoramakamera online. Technik und Vertrieb der feratel sorgen dafür, das Interessierte morgens auf 3sat jetzt auch die Ostsee sehen können. Auch der TMV hat den neuen Blick auf Binz auf seiner Livecam-Seite eingebunden http://www.auf-nach-mv. de/live-cams und ergänzt damit die Kamerastandorte von ostseelive.tv. Informationen: feratel, rainer.egen@feratel.de, ostseelive.tv: mail@ostseelive.tv +++ Das Badewasser in Mecklenburg-Vorpommern ist nach Angaben des Ministeriums für Gesundheit und Soziales des Landes sowohl an der Ostsee als auch in der Seenlandschaft von hervorragender Qualität. Rund 96 Prozent der 486 geprüften Badestellen im Nordosten kann danach eine sehr gute oder gute Wasserqualität bescheinigt werden. Die Qualität der Badegewässer in Mecklenburg-Vorpommern wird von den Gesundheitsämtern über die gesamte Saison vier- bis fünfmal überprüft. www.badewasser-mv. de +++ Pünktlich zur Hauptsaison nimmt das Ostseebad Göhren auf Rügen im Juni 2014 mit einer neuen Seilbahn eine weitere Attraktion in Betrieb. Mit ihrer runden, voll verglasten Fahrkabine für zwölf Personen überwindet sie den Höhenunterschied von über 30 Metern zwischen Nordstrand und Ortszentrum in nur einer Minute und bietet dabei einen Panoramablick auf die Ostsee. den breiten, weißen Sandstrand und auf die Bernsteinpromenade. +++ Bester Azubi 2013: Der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband Mecklenburg-Vorpommern würdigte im Rahmen des Großen Gourmetpreises am 17. Mai im Grand Hotel Heiligendamm den 21-jährigen Toni Kamieth mit dem "AZUBI AWARD". +++ Festlich eröffnet Schloss Mirow am Pfingstsonnabend, dem 7. Juni 2014, seine Pforten erstmals nach der Sanierung für die Öffentlichkeit. Nach langjähriger Restaurierung glänzt das Schatzkästchen in der Mecklenburgischen Seenplatte nun wieder mit kostbar ausgestatteten Räumlichkeiten. Die 300-jährige Geschichte des Schlosses wird in der musealen Präsentation lebendig. Berühmteste Bewohnerin des Schlosses war Prinzessin Sophie Charlotte. www. schlossmirow.de. +++

"Noch ist keine Region perfekt vertrteten."

Heike Seelenbinder, Projektkoordinatorin bei der NFMG, über die Datenbank für die Freizeitinfrastruktur



Heike Seelenbinder

TMV: Sie sind seit Kurzem für das Projekt zur Erstellung einer Datenbank für die Freizeitinfrastruktur (DaFi) in Mecklenburg-Vorpommern zuständig. Was ist das für ein Projekt und welches Ziel hat es?

Seelenbinder: Ziel ist die Erfassung, Zusammenstellung und einheitliche Darstellung der in unterschiedlichen Qualitäten und in unterschiedlichen Datenbanken vorhandenen Informationen der Freizeitinfrastruktur des Urlaubslandes Mecklenburg-Vorpommern und die Bereitstellung der Daten für die Information der Einwohner, Gäste, der Multiplikatoren und Unternehmen und aller Menschen, die sich für den Nordosten interessieren.

TMV: Rund 15.000 tourismusrelevante Einträge landesweit sind ein sportliches Ziel, aber gleichzeitig Basis für attraktive und funktionierende Internetseiten des TMV und seiner Partner. Wie und von wem werden die Daten erfasst?

Seelenbinder: Die Erfassung erfolgt vorrangig durch die Regionalverbände. Hier wurden Vereinbarungen getroffen, die die Erfassung, Datenpflege und Bereitstellung der Daten regeln.

TMV: Die bewachte Badestelle am See, das pittoreske Schloss, die komfortable Pension – wie werden die Daten auf auf-nach-mv.de dargestellt und welches Preismodell liegt dem zugrunde?

Seelenbinder: Die Erfassung erfolgt in einem vollständigen Grundformat, die Aus- und Weitergabe durch Regelung mit den Regionalverbänden oder Portalbetreibern in zwei Formaten, dem Basiseintrag und dem Basiseintrag light. Regulär kostet der Basiseintrag für kommerzielle Leistungen 100,00 Euro für zwölf Monate, für nichtkommerzielle Leistungen ist der Eintrag kostenfrei. Der Basiseintrag setzt sich zusammen aus bis zu vier Bildern (in festgelegter Auflösung), Name/Titel der Einrichtung, einem Kurztext, einem Langtext, Anschrift, Tel./ Fax./E-Mail, Verortung auf der Karte (Koordinaten) sowie einem Link zur Website Die Ausspielung als Basis light-Eintrag umfasst lediglich den Namen, ein Bild, die zugehörige Kategorie sowie die Verortung. Sie ist kostenfrei.

TMV: Wie ist der aktuelle Arbeitsstand? Wo gibt es weiße Flecken, d. h., wo wünschen Sie sich mehr Beteiligung?

Seelenbinder: Mit derzeit rund 2.000 Ausflugszielinformationen, Beherbergungsanbietern und angeschlossenem Veranstaltungskalender haben wir noch einiges vor uns. Derzeit ist noch keine Region perfekt vertreten. Jeder, der sich nicht bei auf-nach-mv.de findet, dort kann man es am schnellsten prüfen, kann sich sofort registrieren. Von der Datenbank gehört haben sollte inzwischen jeder Leistungsanbieter des Landes, auch Dank der Unterstützung durch die zahlreichen Verbände des Landes. Bestes Beispiel ist hier der Museumsverband. Er hat in seiner letzten Mitgliederversammlung beschlossen, die Datendrehscheibe zur Erfassung aller im Land vorhandenen Museen zu nutzen und diese Daten dann auf der www.auf-nach-mv.de als offiziellen Museumsführer für MV den Gästen und Interessierten zugänglich zu machen.

TMV: Was muss ich als Leistungsträger tun, um in der Datenbank erfasst und vom potenziellen Gast gefunden zu werden? Seelenbinder: Beim Regionalverband nachfragen oder auf tmv.de/webmediadaten die notwendigen Unterlagen. herunterladen, ausfüllen und an den zuständigen Regionalverband zurücksenden. Das ist alles einfach und schnell am PC möglich.

TMV: Wie soll nach dem Projekt bzw. in Zukunft die Pflege und damit die Attraktivität der Daten gewährleistet werden?

Seelenbinder: Die Regionalverbände sind Ansprechpartner. Zudem wird in regelmäßigen Abständen per E-mail nachgefragt, ob mit dem Eintrag noch alles stimmt.

Projektinfo DaFi

Mehr als ein Dutzend Nutzer hat die gemeinsame touristische Datenbasis bereits, weitere haben sich angekündigt. Für diese Datenbank weitere Objekte der Freizeitinfrastruktur zu erfassen, zusammenzustellen und in geprüfter Qualität weiterzugeben, das ist das Ziel des Projektes DaFi. Der TMV soll dafür in Kürze zusätzliche Mittel vom Ministerium für Wirtschaft, Bau und Tourismus erhalten, vor allem um in den nächsten Wochen zügig weitere Inhalte in die gemeinsame Datenbasis der Tourismusorganisationen des Landes einzupflegen. Diese stehen dann direkt noch in der Saison Gästen und Multiplikatoren, Einheimischen und Unternehmen als Erlebnistipp oder Veranstaltungsort mobil, in Apps und auf Tablet und Desktop zur Verfügung. Kontakt: Heike Seelenbinder, h.seelenbinder@auf-nach-mv. de

Tourist-Information in Feldberg erhält i-Marke

Minister Harry Glawe stellt Projekt "FeldBürger" vor



Übergabe der "i-Marke" an die Tourist-Information in Feldberg durch TMV-Geschäftsführer Bernd Fischer und Minister Harry Glawe an Bürgermeisterin Constance Lindheimer

Bewaldete Kuppen, glasklare Seen und dörfliche Geruhsamkeit: Der Naturpark Feldberger Seenlandschaft im Süden Mecklenburg-Vorpommerns rund um die Kleinstadt Feldberg begeisterte vor achtzig Jahren bereits den Schriftsteller Hans Fallada derart, dass er ihr in seinen "Geschichten aus der Murkelei" ein literarisches Denkmal setzte.

Um diese ursprüngliche wie einzigartige Landschaft sowie das umfassende Naturund Erlebnisangebot abseits der Ostsee touristisch attraktiver und bekannter zu machen, gründete sich das Unternehmernetzwerk "17zwo58", das im Rahmen des zur Förderung des Tourismus im ländlichen Raum initiierten Projektes "LandArt" des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern und des Vereins Landurlaub Mecklenburg-Vorpommern im Jahr 2012 ausgezeichnet wurde.

Über das Netzwerk informierte sich am

8. Mai 2014 Tourismusminister Harry Glawe; zugleich wurde der Tourist-Information der Feldberger Seenlandschaft die "i-Marke" für geprüfte Servicequalität überreicht. "Es gibt viele Möglichkeiten seinen Urlaub in ländlichen Regionen in Mecklenburg-Vorpommern zu gestalten. Diese sind oft noch zu wenig bekannt. Mit LandArt wollen wir diese noch bekannter machen", sagte Glawe.

Infotafel zum "FeldBürger"-Projekt eingeweiht

Zudem wurde Minister Harry Glawe am 8. Mai die Ehrenfeldbürgerschaft verliehen sowie eine Infotafel zum "FeldBürger"-Projekt im Kurpark eingeweiht. Mit den so genannten "FeldBürgerschaften", an Einheimische und Besucher der Region vergebene Wiesenpatenschaften, wirkt das Netzwerk seit Kurzem der Zerstörung der artenreichen Seenlandschaft durch intensiven Ackerbau entgegen und wirbt für den Schutz der heimischen Natur.

Mit den Patenschaften, die für 60 Euro über das Internet zu erwerben sind, werden für ein Jahr notwendige Pflegemaßnahmen auf einer Wiesenfläche von rund 1.000 Quadratmetern sichergestellt. Zudem erhalten die Käufer eine Urkunde, eine fachkundliche Wiesenparkführung sowie ein Glas Honig.

Weitere Informationen finden Interessierte unter www.feldbuerger.de.

Workshops in der Urlaubswelt Genuss & Kultur

Zusätzlich zu den Kompetenznetzwerktreffen der Urlaubswelt werden in den kommenden Monaten themenbezogene Workshops stattfinden, deren Ziel es ist, in kleineren Gruppen Kompetenzen zu bündeln und die strategische Ausrichtung für die Bereiche des Themenmarketings der Urlaubswelt Genuss & Kultur abzustimmen.

Wellness

• strategische Positionierung, Qualitätsmanagement, 27. Juni 2014 direkt im Anschluss an die Marketing-Klausurtagung

Kunst und Kultur

• gemeinsamer Auftritt Kulturland MV, Produktentwicklung, 15. oder 17. Juli 2014

Schlössermarketing 2015

• gemeinsame Maßnahmen inklusive Schlösserherbst 2014/2015, 21. August 2014

Kulinarik

• strategische Positionierung, Qualität, regionale Produkte, voraussichtliche August 2014 **Kontakt:** Nora Will, n.will@auf-nach-mv. de, Tel.: 0381 40 30 678

Erfolgreich: GTM 2014 in Bremen

Der 40. GTM Germany Travel Mart™ der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) vom 11. bis 13. Mai 2014 in Bremen und Bremerhaven ging nach Angaben der DZT mit hervorragenden Zahlen und hochzufriedenen Teilnehmern zu Ende. An der wichtigsten B2B-Plattform für das Reiseland Deutschland nahmen 601 internationale Key Account Manager und Journalisten aus 43 Ländern sowie 340 deutsche Anbieter teil. Nach Rostock (2009) war es der erste GTM im Deutschen Küstenland, MV und seine Partner, darunter Wismar, Rostock, Schwerin, das Hotel Neptun, die arcona Hotels, der Alter Speicher Wismar und das Resort Van der Valk, waren sehr gefragt. Besonders aus den Niederlanden gab es großes Interesse von Reiseveranstaltern (Belvilla, ADE, Sundio Group, TUI und Thomas Cook) an Kooperationen mit Hotels und Ferienwohnungen in Mecklenburg-Vorpommern. Die Kontakte und Angebote der Veranstalter sind zu finden unter: www.tmv.de/reiseveranstalterkooperationen-im-ausland. Zudem wurde der GTM unter anderem für ein DKL-Seminar genutzt, bei dem sich rund 40 internationale Teilnehmer über die Werbegemeinschaft und deren touristisches Angebot informieren konnten. Des Weiteren gab es eine DKL-Lounge in der Messehalle des Workshops mit Strandkörben, Liegen und einer DKL-App mit Fotos und Videos, die über I-Pads angeschaut werden konnten. Bereits im Vorfeld des GTM führten drei Preconvention-Touren durch Mecklenburg-Vorpommern.

TMV präsentiert neue

englischsprachige Webseite

Nach dem Relaunch der TMV-Internetseite Ende 2013 steht die Seite jetzt auch für englischsprachihe Interessenten im neuen Design zur Verfügung. Die Navigation von www.off-to-mv.com ist an die deutsche Seite angepasst. Aktuell gibt es Basis- und Image-Informationen zu MV, die zukünftig im Zusammenspiel mit Kampagnen in den jeweiligen Auslandsmärkten noch ausgebaut werden. Es gibt die Möglichkeit, sich mit einem Angebot zu präsentieren. Die Mediadaten sind zeitnah verfügbar.



Usedom hat den größten Strandkorb der Welt: Sechs mal vier mal drei Meter misst der Strandkorb, der am 1. Mai neben der Heringsdorfer Seebrücke eingeweiht wurde. Monate arbeiteten die Schreiner und Flechter im Heringsdorfer "Korbwerk", der ältesten noch produzierenden Strandkorbmanufaktur Deutschlands, an dem Strandmöbel.

Schlussendlich (68)

Was in der Betrachtung des falsch französisch beflaggten Rathauses in Stralsund während des touristischen Kurzbesuchs des französischen Staatspräsidenten auf Einladung der Bundeskanzlerin zu kurz kam, ist die Tatsache, dass es sich trotz der relativen Schwere des Fehlers in mehrfacher Hinsicht um Glück im Unglück handelte. Denn während die Presse zwischen einerseits Amüsement über die längs statt quer gestreifte blau-weiß-rote Fahne und andererseits Angriff auf die Protokollverantwortlichen in der Hansestadt hin und her kritzelte, blieb ein unbeschriebenes Blatt, dass alles noch viel schlimmer hätte kommen können und in anderen Fällen schon gekommen ist. Aus drei gleichen Farben verschnitten sind nämlich nicht nur die Flaggen des von Präsident Hollande vertretenen Landes und der oft als Holland umschriebenen Niederlande. Man erinnere sich nur an die Olympischen Spiele in London vor zwei Jahren, als die rot-weiß-blaue Palette politisch deutlich brisanter durcheinander gemischt wurde und nordkoreanische Sportlerinnen mit südkoreanischer Flagge begrüßt wurden. Diese systemische Folgenschwere hatte das Malheur in Stralsund zum Glück nicht. Oder man denke zurück an ein Länderspiel der deutschen Fußballnationalmannschaft vor ein paar Jahren, zu dem sich die "Tagest-

hemen" mit der schwarz-gelb-roten Flagge Belgiens blamierten. Auch nicht ist es den Fehlbeflaggern vom Strelasund passiert, dass sie zu der auch sehr ähnlichen russischen Flagge griffen, die in diesen Tagen in Deutschland und Europa nicht allzu gern gesehen ist. Über diesen Brückenschlag zwischen Europa und Eurasien hätte vermutlich höchstens Alt-Franzose und Neu-Russe Gerard Depardieu gelacht. Was in Stralsund tatsächlich passierte und kaum jemandem auffiel, ist, dass die Fahne gar nicht die niederländische gewesen ist, sondern eine von mehreren Ländern, Regionen, Städten zugleich genutzte. In Wirklichkeit nämlich wurden Merkel und Hollande mit der Flagge Serbien-Montenegros begrüßt, die vielleicht zum ersten Mal überhaupt im Stralsunder Wind flatterte. Ebenfalls eine Premiere dürfte sein, dass man aus dem Stralsunder Rathaus die Rostocker Fahne hängte. Und um noch einen drauf zu setzen: Auch der größte Wettbewerber im Tourismus Mecklenburg-Vorpommerns wurde von den stolzen Stralsundern mit wehender Fahne gegrüßt – die Schleswig-Holsteiner sollten dies den Vorpommern danken. Wie werten wir den Stralsunder Mut zur falschen Flagge nun? Pragmatismus? Farbenblindheit? Politische Naivität? Nein, wir bezeichnen dies als Geste hanseatischer Großzügigkeit.

Impressum

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

Bücher übers Land



In 18 Etappen von Ratzeburg nach Altwarp: Das Buch "Naturparkweg E9A" von Martin Simon richtet sich an alle Wanderfreudigen, die Lust haben, MV auf Schusters Rappen zu entdecken. Mecklenburg-Vorpommern durchquert der Naturparkweg von West nach Ost auf über 400 Kilometer, bis es nicht mehr weiter geht, es sei denn, man nimmt das Schiff. Das Fischerdorf Altwarp, am Stettiner Haff gelegen, ist Ziel des Wegs. Vier weitere, großartige Naturparks durchläuft der Weg, das hat ihm das Attribut Naturparkweg eingebracht. Aber nicht nur die ungezählten Seen, die vielen Flüsschen mit ihren Durchbruchstälern, die großen Waldgebiete, die Moore und Heiden, die seltene Flora und Fauna bereichern den Weg. Kleine Dörfer mit Kirchen aus Feldsteinen und Ziegeln, die oft noch aus der Zeit der ersten christlichen Besiedlung stammen, Gutshofanlagen, Schlösser und spannende Städte wie Schwerin und Wismar liegen am Weg.

Naturparkweg E9A von Ratzeburg nach Altwarp

Martin Simon
1. Auflage 2014
OutdoorHandbuch Band 331
192 Seiten
ISBN 978-3-86686-431-3
Conrad Stein 5Verlag GmbH
14,90 Euro

TMV sucht Elternzeitvertretung

Der TMV sucht zum 1. Juli 2014 eine Elternzeitvertretung für die Marktforschung und Projektkoordination. Die Stelle ist befristet bis voraussichtlich 31. August 2015. Die Bewerbungsfrist endet am 2. Juni 2014. Informationen: www.tmv.de