Ostern – erster Höhepunkt und Stresstest der Branche

Umfrage des Tourismusverbandes bestätigt hohe Nachfrage

Ob Osterfeuer-Meile an der Ostseeküste, versteinerte Dinosaurier-Eier im Natureum in Ludwigslust oder das traditionelle Fackelschwimmen in Plau am See: Mecklenburg-Vorpommern bietet Gästen und Einheimischen über die Osterfeiertage eine Vielzahl von Aktivitäten und Veranstaltungen zum Mitmachen und Genießen an. Laut einer Umfrage des Landestourismusverbandes unter mehr als 250 Touristikern aus dem Urlaubsland, darunter Hoteliers, Pensionsbesitzer und Freizeitanbieter, rechnet die Branche über Ostern mit einer durchschnittlichen Auslastung von knapp 73 Prozent, die in den touristischen Zentren häufig übertroffen wird. Mehr als 40 Prozent der Befragten erwartet eine Auslastung auf Vorjahresniveau. Knapp ein Drittel (29,7 Prozent) erwartet eine höhere oder deutlich höhere Auslastung als im Vorjahr. Mit weniger Buchungen rechnen 14,8 Prozent. Dazu Wolfgang Waldmüller, Präsident des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern: „Die Osterfeiertage gelten als erster Saisonhöhepunkt, und das spiegelt sich auch in den Veranstaltungen und Aktivitäten im Land wider. Gleichzeitig ist es auch ein erster Stresstest für die Branche."

Die Bewertungen zum ersten Quartal 2019 fallen recht unterschiedlich aus. Für ein Viertel der Befragten liegt die Auslastung von Januar bis März 2019 auf Vorjahresniveau, 30,4 Prozent hatten eine höhere Auslastung als im 1. Quartal 2018 und 28,1 Prozent mussten Rückgänge vermelden.

Die neue Bäderregelung, die am 15. April 2019 in Kraft trat, wird von weniger als der Hälfte der Befragten als neutral für die Attraktivität MVs in der Nebensaison bewertet. 15,2 Prozent bewerten die neue Regelung in diesem Zusammenhang als positiv und 30,8 Prozent als negativ. Dabei gaben 37,3 Prozent der Befragten an, dass ihre Gäste die Sonntagsöffnung kontinuierlich über die gesamte Saison nutzen. 23,2 Prozent gaben an, dass die Sonntagsöffnung vorrangig in der Hauptsaison von ihren Gästen genutzt wird und bei 2,7 Prozent nutzen die Gäste die Sonntagsöffnung vorrangig in der Nebensaison. Für knapp zwölf Prozent ist die Sonntagsöffnung nicht relevant, da ihr Ort oder ihre Region nicht eingeschlossen sind.

Der Hauptsaison 2019 sehen zwei von drei Befragten positiv entgegen und erwarten ein Ergebnis auf (57,8 Prozent) oder über (10,3 Prozent) Vorjahresniveau. Knapp 13 Prozent erwarten eine weniger erfolgreiche Saison als im Vorjahr 2018.

Aus dem Inhalt

Tourismusnachrichten
Ostern – erster Höhepunkt und Stresstest der Branche
> **Seite 01**

Hier spricht der Experte
Gerald Schmidt, Leiter TUI Produktentwicklung, über Veränderungen beim weltweit führenden Touristikkonzern
> **Seite 03**

TMV aktuell
Neue Bäderregelung in Kraft, Mediadaten MV-Kampagne 2020 erstellt > **Seite 04**

Vermischtes:
Bücher *übers Land:* Das Gretzo, Schlussendlich (121)
> **Seite 08**

Zahl des Monats

5.000 Gäste besuchten die 22 Konzerte und drei Begleitveranstaltungen des 8. Festspielfrühlings Rügen vom 29. März bis 7. April 2019 in 14 Spielstätten an zehn Orten auf der Insel. 14 der 22 Konzerte unter der künstlerischen Leitung von Cellist und Festspielpreisträger Daniel Müller-Schott waren ausverkauft.

Neue Bäderverkaufsverordnung MV tritt in Kraft

Entwurf der Bäderregelung überarbeitet / Gewerkschaft ver.di zieht Klage zurück

Mecklenburg-Vorpommern hat eine neue Bäderregelung, die vom 15. April 2019 bis 14. April 2024 mit einer Option zur Verlängerung um weitere fünf Jahre gültig ist. In insgesamt 76 Orten und Ortsteilen ist jährlich ab 15. April (sofern Ostern im März ist, ab 15. März) der Verkauf an den Sonntagen in der Zeit von 12.00 Uhr bis 18.00 Uhr zulässig. Im Vergleich zur Vorstellung des Entwurfes der Regelung im Januar sind im Ergebnis Bad Doberan (mit Heiligendamm), Klütz (und Ortsteil Wohlenberg) sowie Rambin (Freizeiteinrichtung) in die Bäderregelung aufgenommen worden. Die örtliche Eingrenzung auf bestimmte Straßenzüge entfällt in den Städten Waren (Müritz) und Röbel/Müritz. Zulässig ist der gewerbliche Verkauf eines typischen touristischen Angebotes, das für diese Orte kennzeichnend ist. Eine Begrenzung der Verkaufsfläche entfällt zukünftig. Die Regelung zum gewerblichen Verkauf in den Weltkulturerbestädten Wismar und Stralsund, bei der in den festgelegten Gebieten der Verkauf an zwölf Sonntagen möglich ist, wird beibehalten.

Die Bäderregelung mit einer Übersicht über den Geltungsbereich der Orte und Ortsteile ist auf der Startseite des Wirtschaftsministeriums (www.wm.mv-regierung.de) zum Download verfügbar.

Mediadaten der Mecklenburg-Vorpommern-Kampagne 2020 erhältlich

Reichweitenstärkste Marketingkampagne des Urlaubslandes MV

Mit einer **Reichweite** von über **400 Millionen** für die gesamte Kampagne und einer direkten Reichweite pro Partner von bis zu 20 Millionen ist die MV-Kampagne 2020 der stärkste Ausdruck des Urlaubslandes Mecklenburg-Vorpommern. Sie ist die Kampagne im Tourismusmarketing des Landes: crossmedial angelegt, vernetzt, zielgruppengenau und reichweitenstark geplant.

Foto: TMV/Gänsicke/Herr

Titel der Mediadaten der MV-Kampagne 2020 und der Herbst-Winter-Kampagne 2019/2020

Ziel der content-basierten Kampagne mit dem **Storytelling-Ansatz** ist es, über starke Geschichten, Bilder und Charaktere auf die Urlaubsoptionen in Mecklenburg-Vorpommern aufmerksam zu machen, sie gleichermaßen zu inspirieren und zu informieren.

Reichweite und Qualität werden 2020 weiter ausgebaut und die digitale Ausspielung des produzierten Contents rückt stärker in den Fokus: Die Kooperation mit marktführenden Medien und Marken, die effiziente Durchdringung der Kommunikationskanäle des TMV und die Kooperation mit reichweitenstarken Onlineportalen sind die zentralen Bestandteile der Kampagne. Digitale und analoge Vertriebskanäle ergänzen sich dabei in einem ausgewogenen crossmedialen Mediamix. Noch stärker fokussiert wird 2020 die Produktion und Verbreitung von hochwertigem Videocontent. Zentrale Quellmärkte sind West- und Süddeutschland sowie der gesamte deutschsprachige Raum in Österreich und der Schweiz.

Die Herbst-Winter-Kampagne 2019/2020 wird als sinnvolle Ergänzung zur primär im ersten Halbjahr ausgespielten MV-Kampagne integriert. Die multimedialen Leistungen sind ab sofort buchbar. Fokus der Kampagne ist es, eine langfristige Urlaubsentscheidung für die Nachsaison zu erzielen. Die multimedial angelegten Pakete ermöglichen eine direkte Zielgruppenansprache in Großstädten im Nahbereich. Gemeinsam mit der MV-Kampagne werden somit umfassende Werbemöglichkeiten für das Jahr 2020 geboten.

Weitere Informationen und Mediadaten: www.tmv.de/kampagne2020

+++ NEWSTICKER +++

+++ Die Regio Infra GmbH & Co. KG legt die **Strecken zwischen Parchim und Malchow sowie Plau am See und Güstrow** über ein Stilllegungsverfahren nach Allgemeinem Eisenbahn Gesetz in den nächsten Monaten still. www.regioinfra.de +++ Der **Wasserwanderrastplatz in Althagen**, Ahrenshoop, wird für 1,2 Millionen Euro modernisiert. Das Wirtschaftsministerium unterstützt unter anderem die Modernisierung der Steganlage aus Mitteln der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur" in Höhe von rund 966.000 Euro. www.ostseebad-ahrenshoop.de +++ Der Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) hat unter www.btw.de/tourismus-in-zahlen/btwtravelcircus-wellnessreport.html die in Kooperation mit der Online-Buchungsplattform Travelcircus erstellten **Wellnessreports 2019** für Städte und Regionen veröffentlicht. +++ Im **Strandhotel Fischland** wurde am 14. April 2019 die 4.500 Quadratmeter große für 1,2 Millionen Euro erbaute Spa- und Sportwelt „MEERzeit" neu eröffnet. www.strandhotel-fischland.de +++ **Schloss Griebenow** in Vorpommern wird für 3,84 Millionen Euro modernisiert. Das Wirtschaftsministerium unterstützt mit Mitteln des „Europäischen Fonds für regionale Entwicklung" in Höhe von rund 3,45 Millionen Euro. Das Innenministerium gibt zur Verstärkung der Eigenmittel weitere rund 263.100 Euro dazu. www.schloss-griebenow.de +++ Thies C. Bruhn, der die letzten 29 Jahre für Kempinski Hotel & Resorts gearbeitet hat, wird am 1. Mai 2019 neuer General Manager im **Grand Hotel Heiligendamm**. www.grandhotel-heiligendamm.de +++ Das **Upcycling-Hotel „Alles Paletti"** in Karls Erlebnis-Dorf Rövershagen ist von der Jury des „Tophotel Opening Award 2018" mit einem Sonderpreis in der Kategorie „Außergewöhnliches Hotelkonzept" ausgezeichnet worden. www.karls.de +++ Anlässlich des Weltwassertages am 22. März 2019 haben das Netzwerk **„Lebendige Seen Deutschland"** und der Global Nature Fund den Schaalsee zum „Lebendigen See des Jahres" 2019 ernannt. www.schaalsee.de +++

Innerhalb Deutschlands ist MV bei TUI-Gästen die begehrteste Urlaubsregion

Gerald Schmidt, Leiter Produktmanagement der TUI Deutschland, über die Veränderungen des führenden Touristikkonzerns der Welt und die Auswirkungen auf Mecklenburg-Vorpommern

Foto: TUI

Gerald Schmidt, Leiter Produktmanagement der TUI Deutschland GmbH

Die TUI Group, der führende Touristikkonzern der Welt, hat sich strategisch vom traditionellen Reiseveranstaltermodell zu einem integrierten Anbieter von Urlaubserlebnissen entwickelt. Der Konzern hat in ein eigenes, kontrolliertes Produktportfolio investiert, um dadurch attraktive Urlaubserlebnisse für seine Kunden zu schaffen. Dies stellt einen wichtigen Differenzierungsfaktor gegenüber den Wettbewerbern dar. Ein Kunde kann sich von der TUI-Produktvielfalt inspirieren lassen, bei TUI buchen und dann einen TUI-Flug, einen TUI-Transfer in das Zielgebiet, ein TUI-Hotel oder eine TUI-Kreuzfahrt sowie TUI-Aktivitäten im Urlaubsland als Teil des integrierten Produktangebots erleben. TUI bietet ihren Kunden somit einen ganzheitlichen und nahtlosen Urlaub aus einer Hand und erhält dadurch präzise Informationen darüber, was den Kunden im gesamten Urlaubserlebnis wichtig ist.

TMV: Strategisch soll auch die Digitalisierung der TUI vorangetrieben werden, unter anderem beim Vertrieb und Einkauf. Was bedeutet das für unsere touristischen Anbieter?

Schmidt: Schon heute profitieren die Hoteliers von der Digitalisierung der TUI. Über DESTIMO, unsere webbasierte Plattform, können unsere Hoteliers minutenaktuell Bettenkontingente und somit Verfügbarkeiten und Raten anpassen. Das ist sicher schon heute ein Hauptgrund für unseren Erfolg in Deutschland. All unsere Hotels der Marken TUI und airtours können somit in Echtzeit ihre Angebote in den TUI-Systemen veröffentlichen.
Auch wenn der Reisekatalog nicht aus deutschen Reisebüros wegzudenken ist: Digitale Tools erobern immer mehr die Beratungsfläche. Große moderne Schaufenster-Monitore, digitale Medien wie unter anderem eine interaktive Weltkarte, iPads und Virtual-Reality-Brillen laden den Kunden zum Verweilen und zur Interaktion ein. Mit den Virtual-Reality-Brillen, die immer öfter zum Einsatz kommen, können Urlauber bereits erste Schritte im potenziellen Urlaubsziel machen. Dank 360-Grad-Panoramen und 3-D-Modus ist die Atmosphäre vor Ort spürbar. Solche digitalen Tools sprechen vor allem moderne, internetaffine Kunden an und sind mittlerweile Standard in den TUI-Stores.

TMV: Welche Rolle spielt Mecklenburg-Vorpommern für die TUI – sowohl im Bereich des Vertriebs als auch in der Regieführung bei Häusern sowie bei Investitionen?

Schmidt: Deutschland ist seit Jahrzehnten bei TUI ganz oben auf der Hitliste der beliebtesten Reiseziele. Dieser Trend zum Urlaub im eigenen Land hält auch 2019 weiter an. Innerhalb Deutschlands ist Mecklenburg-Vorpommern bei TUI-Gästen die begehrteste Urlaubsregion. Rund 25 Prozent aller Deutschlandurlauber der TUI verbringen hier ihre Ferien, Tendenz steigend.
An Fahrt aufgenommen hatte der Deutschlandtrend und insbesondere Mecklenburg-Vorpommern bei TUI vor allem durch die Etablierung eigener Hotels. Mit der Eröffnung von Land Fleesensee im Jahr 2000 hat TUI bereits vor 19 Jahren die moderne Ferienhotellerie mit Resortcharakter nach Mecklenburg-Vorpommern gebracht. Der erste Robinson Club in Deutschland und das familienfreundliche Dorfhotel Fleesensee wurden 2009 durch das TUI Blue Fleesensee ergänzt. Auch heute noch ist das Land Fleesensee das größte Ferien- und Freizeitresort Nordeuropas. Nach dem Vorbild von Land Fleesensee hat TUI mit der „Weißen Wiek Boltenhagen" eine weitere Ferienwelt in Mecklenburg-Vorpommern eröffnet. Zwei Hotelkonzepte – Iberotel für Paare und Dorfhotel für Familien – sowie ein Yachthafen, die Marina Boltenhagen, bieten seit Mai 2008 abwechslungsreichen Urlaub mit maritimem Flair direkt an der Ostsee.

TMV: Welche Voraussetzungen muss Mecklenburg-Vorpommern erfüllen, um Platz eins im Ranking der beliebtesten deutschen Reiseziele bei den TUI-Deutschlandurlaubern zu halten?

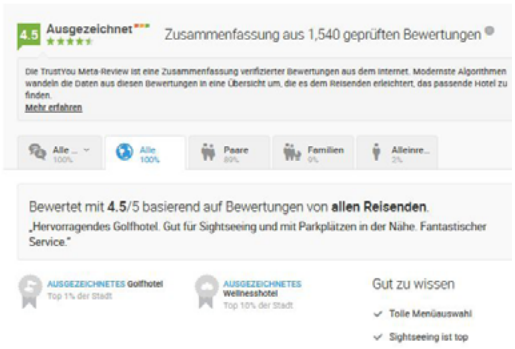
Schmidt: Generell bedient Mecklenburg-Vorpommern alle Reisetrends auf hohem Niveau und bietet für jede Zielgruppe den passenden Urlaub. So wurden die Angebote für Familien stetig ausgebaut und optimiert, ebenso für Wellness- und Gesundheitsurlauber. Aktivurlauber finden innerhalb Mecklenburg-Vorpommern ein umfassendes Sportangebot. Auch gibt es ein breites Angebot für Kultur- und Städtereisen.
Wünschenswert wäre die Förderung von Flagship-Anlagen mit guter Infrastruktur wie beispielsweise Hallenbad, Wellness-Einrichtungen, Kinderpool und Indoor-Spielland, um auch bei schlechtem Wetter gerade für Familien gute Freizeitangebote bereitzuhalten. Ein gutes Beispiel für gelungene Produktentwicklung ist das Best Family Hotel Baltic in Zinnowitz auf Usedom mit drei Badewelten, Spraypark und einem TUI-Kinderclub. Die Unterstützung bei der Vermarktung neuer Resorts vor allem auch bei der vertrieblichen Arbeit – zum Beispiel bei Seminarreisen oder Produktschulungen – wäre ebenfalls hilfreich.

Gästebewertungen zur Qualitätssteigerung nutzen

TrustYou und BestFewo unterstützen bei Qualitätssicherung

Die Gästebewertungsplattform „TrustYou“ unterstützt Hotels, das Feedback während jeder Phase des Reiseverlaufes des Gastes zu nutzen, um Buchungen zu erhöhen, positive Erlebnisse für den Gast zu schaffen und die Reputation des Hotels zu verbessern und bietet noch bis Ende April besondere Konditionen unter http://info.trustyou.com/Listen-Promo-DE. Der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern nutzt seit 1,5 Jahren „TrustYou“ für seine jährliche Qualitätsauswertung der Tourismusbranche in MV, für den Qualitätsaward MV sowie für Sonderanalysen zusammen mit den Regionalverbänden, Kurorten und Partnern im Land. „TrustYou“ liefert eine Datenbasis für das Tourismusbarometer des Ostdeutschen Sparkassenverbandes und das „Destination quality“ des Europäischen Tourismus Instituts.

Aktuell sind rund 1.500 Unternehmen aus MV in „TrustYou“ erfasst, nutzen diese Daten jedoch nur selten für eigene Auswertungen nach Gästegruppen, Bewertungskategorien oder für eigene Gästebefragungen.



Screenshot www.auf-nach-mv.de

Screenshot Auswertung „TrustYou“ auf www.auf-nach-mv.de

Die Plattform „BestFewo“ unterstützt Ferienwohnungsanbieter gemeinsam mit dem eLearning Anbieter Teejit mit der Qualitätsoffensive „noch-besser-vermieten.de“. Kurze Videos vermitteln Insider-Tipps zu unterschiedlichen Themen rund um die erfolgreiche Vermarktung und die optimale Präsentation von Ferienunterkünften.

Baltic Sea Food-Projekt testet Geschäftsmodell

Lokale Produzenten-Netzwerke in ländlichen Regionen entwickeln

Am 3. April 2019 verständigten sich die 24 Teilnehmer und Teilnehmerinnen aus den neun Partnerländern auf ihrem Baltic Sea Food-Projekttreffen in Riga über den aktuellen Projektstand. So wurde ein nachhaltiges und übertragbares Geschäftsmodell – einschließlich einer marktfähigen Handelsplattform – für lokale Produzenten-Netzwerke in ländlichen Regionen entwickelt. Dieses Geschäftsmodell wird in den Pilotregionen der Ostseeanrainer eingesetzt und getestet. In Mecklenburg-Vorpommern wird mit der Vermarktungsinitiative Meck-Schweizer geprüft, mit welchen Maßnahmen und innovativen Vermarktungsoptionen die Vertriebsstrukturen im ländlichen Raum nachhaltig und finanziell unabhängig gestaltet werden können. Diese fast einjährige Testphase begleitet der Tourismusverband MV als deutscher Projektträger mit vielfältigen Veranstaltungen – sowohl zur Weiterbildung der regionalen Produzenten und Vermarktungsnetzwerke als auch zur weiteren Kontaktanbahnung zwischen lokalen Produzenten und Abnehmern aus Gastronomie, Handel und Hotellerie. Ein Handbuch mit den wichtigsten Informationen aus dem Geschäftsmodell und Praxisbeispielen aus den Teilnehmerländern erscheint im Herbst 2019 auch in deutscher Sprache.

www.tmv.de/baltic-sea-food

Foto: Baltic Sea Food Project/EPKK

Teilnehmer des Baltic Sea Food-Projekttreffens am 3. April 2019 in Riga

Barrierefreier Tourismus für Alle

Neue IUBH-Studie veröffentlicht

Was ist für mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkte Gäste beim Reisen wichtig? Wie informieren sie sich? Wie buchen sie? Und wie können sich Reiseanbieter darauf einstellen?

Diesen Fragen gingen die IUBH Internationale Hochschule in Zusammenarbeit mit dem Beratungsbüro NeumannConsult und dem Spezialreiseveranstalter Runa Reisen auf den Grund. Von November 2018 bis Januar 2019 befragten sie online über 1.300 Menschen mit Behinderung und ihre Angehörigen. Dabei zeigte sich, dass sich die Urlaubswünsche behinderter Reisender nicht von denen nicht-behinderter Gäste unterscheiden. Faulenzen und Entspannen gehören genauso wie Wandern und Kulturerlebnisse zu den bevorzugten Urlaubsaktivitäten. Städtereisen gehören zu den beliebtesten Urlaubsarten. Ein weiteres Ergebnis: Reisende mit einer Behinderung buchen besonders gern Individualreisen mit Partner, Familie oder Freunden. Gruppenreisen sind hingegen weniger beliebt.

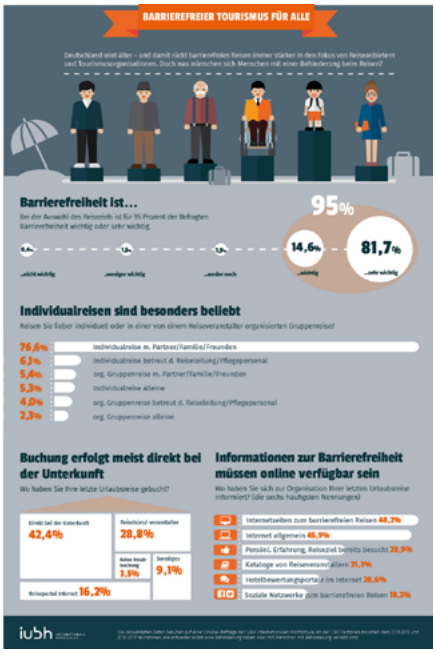


Foto: IUBH

Übersicht der Ergebnisse der IUBH-Studie

Die Ergebnisse der Umfrage und die zusammenfassende Infografik stehen unter www.iubh.de/wp-content/uploads/1903_Themenmappe-Tourismus-mit-Behinderung_fin_web.pdf zum Download bereit.

TMV, Fachverband Landurlaub und die Marketinggesellschaft AMV intensivieren Zusammenarbeit

Maßnahmen zur Vermarktung regionaler Produkte geplant

Der Landestourismusverband, der Fachverband Landurlaub Mecklenburg-Vorpommern und die Marketinggesellschaft der Agrar- und Ernährungswirtschaft Mecklenburg-Vorpommern (AMV) wollen zukünftig noch stärker zusammenarbeiten. Dazu wurde kürzlich eine Vereinbarung als Ergänzung zum bestehenden Kooperationsvertrag unterzeichnet, die für 2019 die Umsetzung eines umfangreichen Maßnahmenpaketes vorsieht. Ziel ist es, die Kompetenzen aller drei Organisationen vor allem im Bereich regionaler Produkte zu bündeln. Dazu Wolfgang Waldmüller, Präsident des Tourismusverbandes MV: „Regional ist erste Wahl – das gilt auch für Urlauber. Nach Angaben der Reiseanalyse der Forschungsgruppe Urlaub und Reisen haben im Jahr 2017 57,3 Prozent der MV-Urlauber während ihrer Jahreshaupturlaubsreise (mindestens fünf Tage Dauer) häufig oder sogar sehr häufig regionaltypische Spezialitäten genossen. Das entspricht rund 1,63 Millionen Urlaubern. Dem Interesse müssen wir mit guten Angeboten Rechnung tragen."

Tobias Blömer, Vorsitzender der Marketinggesellschaft der AMV, ergänzte: „Die Ernährungswirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern ist vor allem durch kleine und mittlere Betriebe sowie Kleinstbetriebe aus Industrie und Handwerk geprägt. Ob in der Gastronomie oder als Mitbringsel für Daheimgebliebene – unser Bundesland bietet eine große Vielfalt an authentischen hochwertigen und schmackhaften regionalen Nahrungs- und Genussmitteln. Die Einbindung von für Urlauber besonders geeigneten Produkten sieht der AMV als enorm wichtig an. Sie muss ein Anliegen aller in diesem Bereich Engagierten sein, deshalb freue ich mich über die konkreten gemeinsamen Vorhaben für 2019."

Foto: TMV/pocha.de

Regionale Produkte stehen bei Urlaubern hoch im Kurs

Das Maßnahmenpaket sieht unter anderem den Ausbau einer Datenbank für regionale Produkte sowie die Erarbeitung gemeinsamer Werbestrategien und -aktionen vor. Zudem soll eine enge Zusammenarbeit anlässlich des Norddeutschen Ernährungsgipfels erfolgen, der am 15. Mai in Warnemünde veranstaltet wird.

Themenjahre, Unternehmenskultur und Big Data

21. Deutsches Städte- und Kulturforum am 5. und 6. Juni 2019

Der Deutsche Tourismusverband lädt zum 21. Deutschen Städte- und Kulturforum am 5. und 6. Juni 2019 in die UNESCO-Welterbestadt Quedlinburg ein. Das Programm umfasst die drei Themenfelder „Jubiläen und Themenjahre" mit einem Erfahrungsaustausch und anschließender Diskussionsrunde, „Unternehmenskultur und Kulturwandel" mit Darstellungen des Tätigkeitsfeldes einer Herzlichkeitsbeauftragten, des Upstalsboomer Weges sowie der Herausforderungen durch den Berufseinstieg der Generation Y und „Big Data" mit der Analyse und Lenkung von Besucherströmen, einer Datenanalyse von Mastercard und der Google Zukunftswerkstatt. Erstmals werden Studierende der Hochschule Harz jeden der drei Themenblöcke zur Einführung wissenschaftlich betrachten und einordnen. Das von der Quedlinburg-Tourismus-Marketing GmbH organisierte Rahmenprogramm steht unter dem Motto „Zukunft braucht Herkunft" und lädt zur Zeitreise zu den Quedlinburger Kulturschätzen ein. Anmeldeschluss ist am 29. Mai 2019.

Details zum Programm und zur Anmeldung sind zu finden unter www.deutschertourismusverband.de/skf.

Jetzt weiterbilden zum Gesundheitswanderführer

Fortbildung erstmalig in MV

Durch die Kooperation zwischen dem Tourismusverband MV und dem Landessportbund MV kann die Fortbildung „Zertifizierte Gesundheitswanderführer nach Deutschem Wanderverband" erstmals in Mecklenburg-Vorpommern und zu Sonderkonditionen angeboten werden. Zertifizierte Gesundheitswanderführer nach Deutschem Wanderverband sind Experten für Wandern und Gesundheit. Sie sind ausgebildet im Führen von Wanderungen oder in einem bewegungstherapeutischen Beruf und haben die fünftägige Fortbildung des Deutschen Wanderverbandes erfolgreich abgeschlossen. Bundesweit gibt es rund 400 entsprechend ausgebildete Fachkräfte, jedoch keine in MV. Die zwei Module der Fortbildung finden vom 8. bis 10. November 2019 und 24. bis 26. April 2020 in Güstrow statt. Anmeldung ist unter www.gesundes-mv.de/infos/gesundheitswandern möglich.

Foto: TMV/H2F Kommunikationsagentur

Fastenwandern in der Gruppe am Strand

Neue Praktikumsbörse für Mecklenburg-Vorpommern

Unternehmen sowie Studenten und Jobsuchende verbinden

Die Praktikantenbörse MV (www.praktikum-mv.de) ist eine vom Projektbüro des Technologiepark Warnemünde erstellte und betreute Datenbank mit dem Ziel, den wissenschaftlichen Nachwuchs und somit hochqualifizierte junge Menschen im Land zu halten und gleichzeitig die Unternehmen bei der Entwicklung neuer Produkte zu unterstützen. Vorrangig genutzt wird die Praktikantenbörse von Studenten und Fachkräften, denen eine aktuelle Übersicht von angebotenen Praktikumsthemen zur Verfügung steht. Unternehmen können freie Praktikumsplätze eintragen und aktualisieren.

Aktuelles in Bildern

Präsentiert, prämiert und informiert – in und für MV

Foto: TMV

Vom 8. bis 10. März 2019 besuchten fast 11.000 Endkunden, Fachbesucher und Journalisten das zweite Berlin Travel Festival in der Arena Berlin. Mehr als 130 Aussteller, darunter auch Mecklenburg-Vorpommern mit dem Ostseebad Zingst und dem Dock-Inn, sowie 150 Redner und Veranstaltungen sorgten für eine sehr erfolgreiche zweite Auflage dieser Reisemesse speziell für die junge Zielgruppe.

Foto: TMV

Am 5. und 6. April 2019 präsentierte sich das Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern in der Innenstadt von Essen. Diese Promotion wurde im Rahmen der Medienkooperation mit der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung (WAZ) innerhalb der MV-Kampagne 2019 vereinbart. Die teilnehmenden Partner waren mit dem großen Interesse der Besucher sehr zufrieden. Gleichzeitig zur Promotion erschienen redaktionelle Beiträge einiger Kampagnenpartner im Reiseteil der WAZ-Tageszeitungen und auf derwesten.de.

Foto: Bäderverband/Rösler

Mehr als 100 Mitglieder, Kooperationspartner und langjährige Wegbegleiter des Bäderverbandes Mecklenburg-Vorpommern diskutierten beim 25. Bädertag MV am 4. April 2019 auf der Seebrücke Sellin die Herausforderungen des Gesundheitstourismus für das Land sowie die neuen Chancen in der Präventions- und Gesundheitsentwicklung und die neuen Chancen für Kur- und Erholungsorte der Zukunft.

Foto: DEHOGA MV

Am 10. und 11. April 2019 kämpften 27 Auszubildende bei den 27. Landesjugendmeisterschaften in den gastgewerblichen Grundberufen Koch, Restaurant- und Hotelfach um die Qualifikation zu den Deutschen Jugendmeisterschaften. Die ersten Plätze belegten im Hotelfach Anna-Lena Dietrich vom Robinson Club Fleesensee, Koch Simon Meurer vom Hotel Kurhaus Kühlungsborn und im Restaurantfach Daniel Steven Gutierrez Gomez vom Best Western Seehotel Frankenhorst.

Foto: TMV

Am 25. und 26. März 2019 fand das vorletzte Treffen des EU-Projektes „Biking South Baltic", welches Ende 2019 abgeschlossen wird, in Stettin statt. Hauptthema war die Weiterführung des Ostseeküsten-Radweges „EuroVelo 10" nach Projektende. Vertreter aus Dänemark, Polen, MV und der European Cycling Federation erarbeiten eine Langzeitstrategie für den Ausbau und die nachhaltige Weiterentwicklung des Radweges in Kooperation mit Radreiseanbietern.

Foto: LANDURLAUB M-V e.V.

Auf der weltgrößten, alle zwei Jahre stattfindenden Reitsportmesse Equitana in Essen präsentierten Mecklenburg-Vorpommern zusammen mit der Bundesarbeitsgemeinschaft „Deutschland zu Pferd" vom 9. bis 17. März 2019 den mehr als 180.000 Besuchern Angebote für Pferdetourismus. Die sehr interessierten Besucher fragten vermehrt nach Wanderreitwegen, insbesondere dem Gestütsreitweg, nach exklusiven Reiterlebnissen sowie Reiten und Wellness. Die nächste Equitana findet vom 13. bis 21. März 2021 statt.

Foto: Zoo Rostock

Vom 22. bis 23. März 2019 fand der FAM-Trip MV statt, eine touristische Informationsveranstaltung von 19 touristischen Partnern in MV. Anlässlich der Eröffnung des Polariums lud der Rostocker Zoo am 22. März die rund 60 Teilnehmer von 30 Reiseveranstaltern und Busunternehmen zum Workshop ein. Am 23. März erkundeten die Teilnehmer die Mecklenburgische Seenplatte, Stralsund und Rügen oder Rostock und Umgebung. Organisatoren und Teilnehmer waren sehr zufrieden. Erste Anfragen wurden bereits getätigt.

Foto: LANDURLAUB M-V e.V.

Mit 24 Teilnehmern ging es vom 4. bis 8. April 2019 mit dem Fachverband Landurlaub MV auf Studienreise nach Niederösterreich. Besonders die Erfahrungen in der Vermarktung regionaler Produkte, ein Qualitätssystem für Direktvermarkter sowie die Genussregionen Österreichs bieten vielfältige Ansatzpunkte. Durch hochkarätige Vorträge mit anschließenden Gesprächsrunden wurden spannende Einblicke in die Arbeit gewährt, neue Perspektiven aufgezeigt und Kontakte für eine Zusammenarbeit geknüpft.

Touristiker-, Projekt- und Mitgliedertreffen

Neues und Traditionelles aus den Regionen, Städten und Verbänden

Erste Rügener Tourismusbörse

Insel Rügen. Am 10. und 11. Mai 2019 findet im Marstall in Putbus erstmalig die Rügener Tourismus Börse statt – eine Messe, auf der sich touristische Anbieter der Urlaubsinsel, darunter Freizeiteinrichtungen, Verkehrs- und Beherbergungsbetriebe, präsentieren. Fachbesucher erfahren

Foto: TZN/Thiele

Der Marstall in Putbus

am 10. Mai unter anderem Aktuelles zum Projekt „Weniger fürs Meer", mit dem der Tourismusverband Rügen, die Tourismuszentrale Rügen, das Biosphärenreservat Südost-Rügen sowie die Hansestadt Stralsund einen gemeinsamen Beitrag zum Umweltschutz in der Region leisten wollen. Gäste und Einheimische können sich am 11. Mai über Urlaubsangebote und touristische Neuigkeiten informieren. Der Eintritt zur ersten Rügener Tourismus Börse ist frei. Fachbesucher werden gebeten, sich im Voraus für den 10. Mai anzumelden. www.tourismus-ruegen.de/rtb

EU-Projekt zu Gutshäusern nimmt Fahrt auf

Vorpommern. Im Interreg-Projekt „South Baltic Manors" trafen sich vom 2. bis 4. April 2019 die Partner aus Schweden, Dänemark, Deutschland, Polen und Litauen in Bukówko, Polen, zum Austausch der Arbeitsergebnisse. So soll die Markenentwicklung, die das Dach zur Vermarktung aller Gutshäuser im südlichen Ostseeraum bildet, bis Mai fertiggestellt werden. Im Anschluss sollen Webseite, Blog und Social-Media-Kanäle des Projektes gelauncht werden. Zudem wurde am Konzept der gemeinsamen Ausstellung gearbeitet, die an sieben Standorten in Schweden, Dänemark, Deutschland, Polen und Litauen umgesetzt wird, die bewegte Geschichte der Gutshäuser im südlichen Ostseeraum erzählen und Besucher dazu einladen soll, die Häuser in der jeweiligen Umgebung zu entdecken. In Vorpommern ist das Wasserschloss Quilow, welches aktuell noch saniert wird, für diese Ausstellung vorgesehen.

Foto: TVV/SBM

Teilnehmer des Projekttreffens in Bukówko, Polen

Leadpartner des Projektes mit einem Gesamtbudget von 2,7 Millionen Euro und insgesamt 13 Partnern aus fünf Ländern ist der Tourismusverband Vorpommern. Weitere Partner aus MV sind der Regionale Planungsverband Vorpommern, der Verein Vorpommersche Dorfstraße und der Verein für Schlösser und Herrenhäuser MV. www.vorpommern.de

Usedom will Online-Buchbarkeit der Freizeitangebote steigern

Insel Usedom. Die Usedom Tourismus GmbH plant die Online-Buchbarkeit touristischer Leistungen auf der Webseite www.usedom.de gemeinsam mit der Firma Bookingkit zu steigern. Bookingkit ist das in Deutschland führende Online-Buchungs- und Managementsystem für Touren und Aktivitäten. Interessierte Erlebnisanbieter von Touren, Freizeitaktivitäten, Kultur- oder kulinarischen Highlights informierten sich am 15. April darüber, wie sie ihre Angebote auf dem reichweitenstärksten Portal der Insel Usedom online vermarkten können. www.usedom.de

Foto: UTG

Teilnehmer der Infoveranstaltung

Neuer Vorstand beim Landurlaub

Landurlaub. Am 30. März 2019 fand die Mitgliederversammlung mit Vorstandswahl vom Fachverband Landurlaub MV statt. Nach dem Bericht des Vorstandsvorsitzenden, Dietmar Eifler, über die Arbeit des Verbandes im Geschäftsjahr 2018 mit einer insgesamt positiven Bilanz präsentierte Thomas Kortenjan, Leiter LandReise.de, einen Auszug aus der Deutschen Landurlaubsanalyse 2019. So ist der Landurlauber hoch gebildet und verfügt über ein hohes Einkommen (30 Prozent verfügen über ein Nettohaushaltseinkommen zwischen 3.200 und 4.500 Euro). 81 Prozent der Urlauber sind zwischen 30 und 59 Jahre alt und wollen die Ruhe des Landlebens genießen und der Hektik des Alltags entfliehen. Hauptquellmärkte für MV sind Brandenburg, Berlin, Sachsen, Niedersachen, Sachsen-Anhalt und Schleswig-Holstein. Dem Landurlauber sind persönliche Bewertungen und Online-Buchbarkeit (vor allem für kurzfristige Reisen) sehr wichtig. Aber auch Printmedien spielen immer noch eine beachtliche Rolle.
Bei der Vorstandswahl wurde Dietmar Eifler, MdL, als Vorsitzender im Amt bestätigt. Als Stellvertreterin wird weiterhin Edda Krüger, Schloss Duckwitz, agieren. Neu im Vorstand sind Carolin Knust vom Müritzhof Knust und Dirk Klein vom Haffhus in Ueckermünde.

Foto: LANDURLAUB e. V.

Vorstand des Fachverbandes Landurlaub (v. l. n. r.): Axel Günther, Salzreich, stellvertretende Vorsitzende Edda Krüger, Schloss Duckwitz, Hans-Erich Meier, selbstständiger Unternehmer, Anne Carolin Knust, Müritzhof Knust, Volkert Thomsen, Hof Thomsen, Vorstandsvorsitzender Dietmar Eifler, MdL, Dirk Klein, Haffhus, Friedhelm Brockmann, Landhaus im Grünen

Aufruf zum Deutschen Tourismuspreis 2019

Originelle Angebote, Vertriebs- und Finanzierungskampagnen gesucht

Der Deutsche Tourismusverband sucht zum 15. Mal originelle Angebote, kreative Kampagnen, kluge Finanzierungskonzepte und erfolgreiche Vertriebsstrategien für den Deutschlandtourismus. Bis 21. Juni 2019 können sich Unternehmen, Vereine und Kommunen unter www.deutschertourismuspreis.de bewerben. Ausschlaggebend sind die vier Kriterien Innovationsgrad, Qualität & Kundenorientierung, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit. Die Preisträger werden am 21. November 2019 auf dem Deutschen Tourismustag in Rostock ausgezeichnet. Premium-Partner des Deutschen Tourismuspreises sind der ADAC und die Deutsche Bahn. Als Medienpartner begleiten fvw, die Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung und PUBLIC MARKETING den Wettbewerb. Mit der wissenschaftlich-konzeptionellen Begleitung ist die Agentur „PROJECT M" mit ihren Partnern neusta Grafenstein, Teejit und TN-Deutschland beauftragt.

Schlussendlich (121)

„End of Landschaft" ist ein krasser Titel. Er drückt aus, was die größten Pessimisten und Kritiker der Windkraft in Bezug auf diese meinen. „End of Landschaft" ist ein in manchen dünn besiedelten Regionen erfolgreicher Kinofilm. Regisseur Jörg Rehmann setzt sich mit seinem kürzlich auch in den hinteren Winkeln MVs gezeigten und sich als unabhängig verstehenden Dokumentarfilm kritisch mit der deutschen Energiewende auseinander: Die Politik wird in der Stadt gemacht, zu spüren bekommt's das Land. Sicher: Angst fördert Übertreibung. Im Moment der Angst gibt es nichts Anderes. Die überhöhte Schlagzeile „End of Landschaft" spielt mit der Übertreibung und damit auch mit der Angst. Angst essen Seele auf? Nun ja: Der Streifen füllt dort die Säle, wo die Cineasten-Seele lange keine Nahrung fand. An der Peripherie erzeugt die Windkraft so viel Energie, dass jeder Anflug von Lethargie wie weggeblasen ist. Es dreht sich was auf dem Land in Orten wie Anklam oder Demmin. Dies zeigt, wie eine Bewegung (Mühle) eine andere erzeugt (Mensch) und wie viel Leben an den Rändern des Lands zum Leben steckt. Während mancher Dorfbewohner den Schlagschatten der Mühle fürchtet, während mancher Hotelier eine abschreckende Wirkung auf Gäste prophezeit, während fleißige Zeitungsleser gebetsmühlenartig die Unschlüssigkeiten der Energiewende bemängeln, gibt es Menschen, die noch weiter gehen, die in den Rädern im Wind gar die bösen Boten eines großen Kultur- und Landschaftswandels sehen. Eines Wandels, wie es ihn in der Entwicklung der Ebenen, der Prägung einer Kultur- und Reiselandschaft, der Weite der Horizonte menschengemacht über Jahrhunderte nicht gegeben hätte. Die Romantiker und Landschaftsmaler früherer Zeit würden sich demnach im Grabe drehen und ihre Bilder (beflügelt oder durchgedreht) umwidmen oder übermalen müssen. Ob das alles nun so stimmt oder eine krasse Übertreibung ist, kann weder der Film, noch will es diese Kolumne belegen. Vielleicht sollte man sich daher zum Filmtitel eine kleine Einschränkung denken. Zum Beispiel so feinsinnig, wie die aus der US-amerikanischen Peripherie stammende Band R.E.M. mit ihrem energetischen „It's the end of the world as we know it" vor nun auch schon mehr als 30 Jahren. Wir hätten dann anzubieten: „End of Landschaft as we know it." Ein echter Trostspender wäre das allerdings auch nicht.

Screenshot Film Jörg Rehmann

Bücher *übers Land*

Das Gretzo ist klein, schlau und wuselig. Es lebt am Meer und isst am liebsten Sanddorn. Wenn das Gretzo nicht weiter weiß, geht es zu seinem Freund Benedikt, dem Fischer. Zusammen erleben die beiden viele spannende Abenteuer. Gretzos Haus in den Dünen ist in Gefahr. Ein Pferd steht in seinem Garten und knabbert ihm das Dach an. Das neugierige Gretzo geht los, findet Hilfe und neue Freunde. Ein Abenteuer für Pferdefreunde und Urlauber. Kinderbuchautor Lars Engelbrecht stellt mit dem Gretzo spannende Themen aus dem Norden für Kinder und Familien vor. Regionalität ist ein Anliegen.

Das Gretzo auf dem Pferdehof
Audio-CD von Lars Engelbrecht
Erschienen: Juni 2017 im Nova MD-Musikvertrieb, 12,00 Euro, ISBN 978-3961111725

Chancen kirchlicher Angebote im Tourismus

Fachkongress verbindet Kirche und Tourismus

Auf dem zehnten Fachkongress „Kirche und Tourismus im Norden" am 19. und 20. März 2019 in Lübeck-Travemünde wurden die Chancen touristischer Angebote im kirchlichen Raum diskutiert. Neben einem Einblick in den Kulturtourismus im ländlichen Raum und in spirituelle Angebote im Tourismus wurde betont, zielgruppenorientierte, kirchliche Angebote zu entwickeln und einen regelmäßigen Austausch aller beteiligter Partner von Kirche und Tourismus zu fördern. Ziel sollte es sein, dass kirchliche Institutionen engagierte und professionelle Partner der Tourismusbranche werden. Der elfte Fachkongress findet vom 17. bis 18. März 2020 in Kühlungsborn statt.

Impressum
Herausgeber: Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V. · Konrad-Zuse-Straße 2 · 18057 Rostock
Tobias Woitendorf (verantw.) · Petra Schierz · Tel. +49 381 4030 615 · tourismuszeitung@auf-nach-mv.de
Titelfoto: TMV/Gänsicke

Europäische Fonds EFRE, ESF und ELER in Mecklenburg-Vorpommern 2014-2020