



Kampagne für den Herbst

Bewerbung der Nebensaison jetzt auch im Hamburger Markt

Die Herbst-Winter-Kampagne des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern will die Aufmerksamkeit der Urlauber auf die vielfältigen und spannenden Angebote der Nebensaison lenken und langfristige Urlaubsentscheidungen für die Nachsaison beeinflussen. Mit den Slo-

gans „Das Schönste am Herbst“ und „Winterurlaub in MV“ werden bewährte Themen, Veranstaltungen und Werbemaßnahmen unter das Dach der Kampagne gestellt. In Kooperation mit touristischen Partnern aus MV wird vor allem der Berliner und Hamburger Markt gezielt und crossmedial angesprochen. Zu den Maßnahmen zählen unter anderem **Ströer-Großflächen-Plakate** und Info-Bildschirme auf hochfrequentierten Bahnhöfen in Berlin und Hamburg, ein **28-seitiges Booklet im Hamburger Abendblatt** und in der **Berliner Morgenpost** Anfang September mit einer Auflage von insgesamt 100.000 Exemplaren, ein Advertorial auf einem stark frequentierten Online-Portal sowie umfangreiche Online-Werbung. Zusätzlich ist jeweils eine **Mecklenburg-Vorpommern-Seite in der „WELT“** und **„WELT am Sonntag“** bundesweit am 24. und 25. Au-



Titel der Broschüre „Kurzurlaub zum kleinen Preis“

gust und in der „ZEIT:Hamburg“ am 26. September mit redaktionell gestalteten Angebotsfeldern geplant. Zudem werden die Internetseiten des TMV auf Herbst und Winter mit konkreten Angeboten und Veranstaltungen umgestellt.

Die einzelnen Maßnahmen sind zeitlich so aufeinander abgestimmt, dass die Kampagne durchgehend vom **24. August 2019 bis 31. Januar 2020** die Nebensaison in Mecklenburg-Vorpommern bewirbt. Sie richtet sich vor allem an Genussmenschen und Kulturinteressierte, Aktive und Naturliebhaber, aber auch Familien, Wochenend- und Städtereisende mit Themen wie Wellness, Kulinarik, Städtereisen, Schlösserherbst, Romantik, Radfahren, Wandern und Naturerlebnis.

Auch die **Broschüre „Kurzurlaub zum kleinen Preis“** mit einer Auflage von 40.000 Exemplaren erscheint am 26. August 2019 im Rahmen der Kampagne. Sie bewirbt Angebote für eine Übernachtung im Doppelzimmer inklusive Frühstück zum Preis von 60, 80 und 100 Euro im Aktionszeitraum vom 4. November bis 20. Dezember 2019 und 5. Januar bis 3. April 2020. www.tmv.de/herbst-winter-kampagne

Aus dem Inhalt

TMV aktuell:

Kampagne für den Herbst

> **Seite 01**

Ausflüge und Aktivitäten mobil immer besser buchbar

> **Seite 04**

Hier spricht die Expertin

Christin Lemcke, neue Geschäftsstellenleiterin des Landescampingverbandes MV, über die Herausforderungen der Campingwirtschaft > **Seite 03**

Tourismusunachrichten

DTV überarbeitet Kriterien für die Klassifizierung von Ferienwohnungen > **Seite 05**

Vermischtes:

Bücher *übers Land*:

Vorpommern. Von Menschen und Machern am Meer; Schlussendlich (123) > **Seite 08**

Zahl des Monats

1 Euro Pfand kosten die umweltfreundlichen Recup-Mehrwegbecher, die nach Rostock und Greifswald nun auch im Rügen- und Usedom-Design erhältlich sind. Partner des Recup-Netzwerkes können die Becher für ihre Kunden bestellen, die diese deutschlandweit bei allen Recup-Partnern zurückgeben können.

„Blaue Flagge“ für 36 Badestellen und fünf Sportboothäfen verliehen

Grundvoraussetzungen für Bade- und Wassertourismus in MV gegeben

36 Badestellen an den Küsten und Binnengewässern sowie fünf Sportboothäfen sind mit dem begehrten Umweltsymbol „Blaue Flagge“ in Mecklenburg-Vorpommern ausgezeichnet worden.

Das Wasser der Badestellen wird entsprechend der EU-Badegewässerrichtlinie nach mikrobiologischen und physikalisch-chemischen Parametern durch die Gesundheitsämter des Landes untersucht. Diese Parameter werden nach Grenz- und Richtwerten unterschieden. Für die Auszeichnung mit der „Blauen Flagge“ gelten ausschließlich die anspruchsvollen Richtwerte, die während der gesamten Badesaison nicht überschritten werden dürfen.

In den prämierten Häfen wird die Wasserqualität im Hafenbecken während der Saison regelmäßig kontrolliert und bekanntgegeben. Seit 1987 gibt es das Umweltsymbol „Blaue Flagge“, das international in 47 Staaten verliehen wird. Es ist das erste internationale Umweltsymbol, das für die

Dauer eines Jahres an Sportboothäfen und Badestellen an Küsten und Binnengewässern verliehen wird. Der Grundgedanke der Umweltauszeichnung mit der „Blauen Flagge“ für Badestellen und Sportboothäfen orientiert sich an den ökonomischen, ökologischen und kultu-



Die DRK-Rettungsschwimmer Max Cornelius und Sarah Wenzel hissen gemeinsam mit Matthias Fromm, Tourismusdirektor von Rostock & Warnemünde, die Blaue Flagge am Strand von Warnemünde

rellen Zielen der nachhaltigen Entwicklung. Veranstalter der Kampagne ist die Stiftung für Umwelterziehung (Foundation for Environmental Education – FEE), Kopenhagen. In der Bundesrepublik ist die Deutsche Gesellschaft für Umwelterziehung (DGU) der zuständige nationale Koordinator der FEE, der die Kampagne durchführt.

Nach der Reiseanalyse 2018 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen ist es 65,9 Prozent der MV-Urlauber (ab fünf Tagen Urlaubsdauer) besonders wichtig, im Urlaub die Natur zu erleben. 61,2 Prozent der MV-Urlauber bezeichneten ihren Haupturlaub in MV konkret als Badeurlaub und 35,4 Prozent als Natururlaub.

Digital geleistete Unterschrift auf Meldeschein beim Hotel-Check-in in MV möglich

Bürokratieabbau stärkt Wettbewerbsfähigkeit der Branche

Beim Einchecken zum Beispiel in ein Hotel muss der Gast einen Meldeschein ausfüllen und unterschreiben. Auch derjenige, der online gebucht hat, muss am Empfang die übermittelten Daten handschriftlich bestätigen. Die Unterschrift muss in Mecklenburg-Vorpommern jedoch nicht mehr zwingend auf Papier geleistet werden, sondern auch die digital geleistete Unterschrift beim Check-in auf einem Unterschriftenpad oder ähnlichem wird als handschriftlich anerkannt.

Das Ministerium für Inneres und Europa MV hatte mit Blick auf die digitale Abwicklung der Hotelmeldspflicht geprüft, ob die digitale Unterschrift für den Hotelmeldeschein das rechtliche Erfordernis nach einer handschriftlichen Unterschrift erfüllt. Dies wurde bejaht. Die eigenhändige Unterschrift des Gastes ist aber weiterhin erforderlich. Die bisherige Verfahrensweise, bei der die Gäste ein selbst- oder vorausgefülltes Meldeschein-Formular auf Papier unterschreiben, ist weiterhin möglich.

+++ NEWSTICKER +++

+++ **Travel Charme Hotels & Resorts** erweitert sein Management-Team und schafft die Positionen des Director Business Development, Dirk von Bassewitz, des Commercial Director, Olaf Dupke, sowie der Regionaldirektoren Nord, Oliver Gut, und Süd, Ralph Hosbein. www.travelcharme.com +++ Im

Müritz-Nationalpark sind für 210.000 Euro ein neuer Radweg und für 50.000 Euro ein neuer Besucherpavillon entstanden. www.mueritz-nationalpark.de

+++ Für ein **Reiserechtsseminar in Rostock**, das speziell auf die Fragestellungen von Gesundheitsreisen zugeschnitten ist, können sich Interessenten unter www.gesundes-mv.de/infos/interessenten-rechtsseminar anmelden.

+++ Die Freiluftmesse Fishing Masters Show, **Deutschlands größtes Angelergebnis**, gastiert vom 22. bis 23. Juni 2019 in Stralsund. www.angelshow.de +++ <http://magazin.gesundes-mv.de> ist das neue

Online-Magazin zu Yoga-Reisen des TMV. +++ Der circa 12 Kilometer lange **Radweg von Sassnitz bis zum Königsstuhl** ist für rund drei Millionen Euro fertiggestellt. Das Wirtschaftsministerium MV unterstützte den Ausbau mit rund 2,73 Millionen Euro aus Mitteln der Gemeinschaftsaufgabe zur Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur. www.sassnitz.de +++ Der **Erste Nationale Radtourismuskongress** findet am 23. und 24. Oktober 2019 in Duisburg statt. Neben der Präsentation von Trends und Innovationen gibt es Zeit für Vernetzung und Gespräche. www.adfc.de/radtourismus-kongress

+++ Rund 20 Aussteller präsentierten sich auf den Prerower **Gesundheitstagen** vom 14. bis 15. Juni. Auch in Göhren fand unter dem Motto „Gesundes Leben und innere Balance“, das das Ostseebad in den Coachings zur gesundheitstouristischen Profilierung herausgearbeitet hatte, vom 17. bis 31. Mai die ersten Gesundheitstage statt. www.gesundes-mv.de

+++ Der Landkreis Vorpommern-Rügen und die **Rügensche BäderBahn** planen in Putbus die Umwandlung der alten Betriebsgebäude auf dem Bahnhof in ein Museum mit Erlebnisbereich. www.ruegensche-baederbahn.de

+++

„Wir möchten die Stellung der Campingwirtschaft in MV stärken.“

Christin Lemcke, Geschäftsstellenleiterin des Landesverbandes MV der Campingwirtschaft in Deutschland, über Bedeutung, Herausforderungen und Ziele der Campingwirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern



Christin Lemcke, Geschäftsstellenleitung Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland / Landesverband MV

TMV: Seit Februar 2019 sind Sie neue Geschäftsstellenleiterin des Landesverbandes MV der Campingwirtschaft in Deutschland (BVCD/MV). Können Sie uns einen kleinen Einblick zu Ihrem bisherigen Werdegang geben?

Christin Lemcke: Während meiner Studienzzeit im Bachelorstudiengang „Leisure and Tourism Management“ an der Hochschule Stralsund sowie im Masterstudiengang „International Management Studies“ an der Europa-Universität Flensburg arbeitete ich in den Semesterferien auf einem Campingplatz in Mecklenburg-Vorpommern und erhielt einen übergreifenden Einblick in die Campingbranche. Nach der Studienzzeit war ich zuerst an der Hochschule Stralsund im Bereich Hochschulmarketing und danach in der Marketingabteilung in einem mittelständischen Unternehmen in Rostock tätig. Als neue Geschäftsstellenleiterin des BVCD/MV freue ich mich auf die spannenden und abwechslungsreichen Herausforderungen.

TMV: Welche Ziele haben Sie für das Campingland MV gesetzt?

Lemcke: Nach der Rekordmeldung für das Jahr 2018, in dem die Campingbranche Mecklenburg-Vorpommerns erstmals über fünf Millionen Übernachtungen aufweisen konnte, möchte ich mich für eine weitere positive Entwicklung der Campingwirtschaft einsetzen. Dafür werde ich

den Campingplatz- und Wohnmobilstellplatzbetreibern verstärkt bei politischen, wirtschaftlichen und rechtlichen Fragen unterstützend zur Seite stehen und deren Interessen in der Tourismusbranche vertreten. Darüber hinaus versuche ich mit passgenauen Kommunikations- und Marketingaktivitäten unsere relevanten Zielgruppen zu erreichen, um eine höhere Auslastung auf den Plätzen zu gewährleisten. Besonders im Fokus steht die Wahrnehmung der Campingwirtschaft als wichtige touristische Säule innerhalb Mecklenburg-Vorpommerns. Trotz der positiven Entwicklung der Übernachtungszahlen in den letzten Jahren hat Camping nicht die Stellung in Mecklenburg-Vorpommern, die dieser Branche gerecht wird.

TMV: Was sind die größten Herausforderungen der Campingbranche?

Lemcke: Wie viele andere Branchen hat auch die Campingbranche mit dem Fachkräftemangel zu kämpfen. Ein besonderer Fokus muss daher auf die Mitarbeitergewinnung sowie auf die branchenspezifische Qualifizierung der Mitarbeiter und die Flexibilisierung des Arbeitszeiteinsatzes gelegt werden. Darüber hinaus müssen sich die Campingplatzbetreiber mit der Gewinnung von Saisonkräften sowie mit dem Angebot von Mitarbeiter- und Werkwohnungen auseinandersetzen. Um auch in der Nebensaison für die Gäste attraktiv zu bleiben, müssen saisonverlängernde Angebote weiterentwickelt werden. Einige Plätze bieten schon vielseitige ganzjährige Indoor-Aktivitäten, wie beispielsweise Kreativkurse, Wellness-Bereiche oder Kegelbahnen, an. Auch der Qualitätsstandard auf den Plätzen muss stetig gesteigert werden, um konkurrenzfähig zu bleiben. Das Thema Digitalisierung ist gerade auch für die Campingbranche eine langfristige Herausforderung, da die Breitbandversorgung im ländlichen Raum nicht ausreichend vorhanden ist und beim Ausbau hohe Kosten auf die Campingplätze zukommen können.

TMV: Welche aktuellen Themen sind auf der Tagesordnung des Verbandes?

Lemcke: Die aktuellen Themen sind sehr vielfältig und reichen von den Steuerplänen der SPD, den reduzierten Mehrwertsteuersätzen für Übernachtungen abzuschaffen, über bau- und planungsrechtliche Hürden auf den einzelnen Plätzen bis hin zu den Themen Naturschutz und Klimawandel. Aktuell setzen wir uns unter anderem für den Küsten- und Strandschutz ein, damit Campingplätze, die unmittelbar an der Ostseeküste liegen, langfristig keine Standfläche und damit einhergehend Stellplätze und Einnahmen verlieren.

Ein weiteres Thema ist die Anpassung der amtlichen Statistik, da in dieser Dauercamping nicht erfasst wird und Übernachtungen in Mobilheimen nicht separat den Campingplätzen zugeordnet werden. Dadurch entsteht ein verzerrtes Bild bei den Übernachtungszahlen unserer Branche. Die Durchführung verschiedener Marketingaktivitäten für das Campingland Mecklenburg-Vorpommern, insbesondere im Online-Bereich, steht aktuell ebenfalls auf der Tagesordnung.

TMV: Wie werden diese Themen vom Verband umgesetzt?

Lemcke: Der Verband setzt sich für einen intensiven Austausch zwischen den Mitgliedsbetrieben und den Vorstandsmitgliedern ein. Damit der Verband ein aussagekräftiges Bild über die Problematiken der einzelnen Plätze erhalten kann, werden themenspezifische Umfragen durchgeführt. Nachdem alle Informationen zusammengestellt wurden, wenden wir uns an die jeweiligen Ansprechpartner entweder auf kommunaler Ebene oder bei den Behörden.

Außerdem arbeitet der Landesverband intensiv mit dem Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland zusammen, um über die Landesgrenzen hinaus die Campingwirtschaft zu fördern und weiterzuentwickeln.

Ausflüge und Aktivitäten mobil immer besser buchbar

Digitaler Verkauf von Freizeitangeboten sichert Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil

TUI, Airbnb, Booking.com und weitere touristische Branchenriesen bauen das Angebot an Freizeitaktivitäten auf ihren digitalen Plattformen stark aus. Grund dafür ist nicht zuletzt der Druck seitens digitaler Spezialisten und Startups wie **GetYourGuide** oder **regiando**, die Freizeitangebote in ihren Produkten online verkaufbar machen. Ähnlich der Online-Unterkunftsbuchungen sind heute Freizeiterlebnisse mit allen zugehörigen Geschäftsprozessen digital buchbar.

Laut einer Nielsen-Studie konsultieren Reisende an bis zu 53 Tagen bis zu 30 Webseiten für ihre Reiseplanung. Sie buchen heute selbstverständlich online und oft auch auf dem Smartphone. In den großen städtischen Destinationen der Welt ist die Digitalisierung auf diesem touristischen Feld schon sehr weit. Die Freizeitanbieter aus Mecklenburg-Vorpommern sollten nun nachziehen und die Plattformen ohne Initialkosten mit einem Teilkontingent ihrer verfügbaren Leistungen testen. So können sie die für sie passende Lösung finden. Dabei sollten sie neben der Technik auf die jeweils zu erreichende Zielgruppe achten.



Mobile Darstellung Freizeitangebot

Für kostenlose Reichweite sollten die Möglichkeiten der regionalen Tourismusorganisationen genutzt werden. Freizeit- und Gastronomieanbieter aus MV können sich in die gemeinsame **Informationsdatenbank** unter <https://infosystem.tmv.de> eintragen. Damit wird ihr Buchungs-

oder Webseitenlink über www.auf-nach-mv.de, die Webseiten der regionalen Tourismusorganisationen, Outdoorportale und Apps präsentiert, auf denen sich jährlich insgesamt mehrere Millionen Urlauber informieren.

Die **TUI** hat dazu das italienische Startup Musement, – eine online Plattform, die weltweit Eintrittskarten und Ausflüge anbietet – in ihren Konzern integriert. Dieser Zusammenschluss erlaubt erstmals eine Verfügbarkeit von Ausflugsprodukten nicht nur im Online-Bereich, sondern auch im stationären Vertrieb in den Reisebüros. Entscheidet sich ein lokaler Kanuverleiher, sein Angebot online bei TUI/Musement einzustellen, ist es auch im TUI-Reisebüro präsent, das die Urlauber in nahegelegene Hotel vermittelt. Auch **Airbnb** hat seine Gründungsidee um das Produkt Erlebnisse erweitert und

möchte einzigartige Aktivitäten anbieten. Vorteilhaft für Freizeitanbieter ist, dass TUI als auch Airbnb nur bei erfolgreichem Verkauf eine Provision berechnen. Dies ist auch bei der „**DIGIWERFT**“ aus Rostock so. Deren Webtechnologie wird an die Webseite des Freizeitansbieters angebunden, sodass Urlauber und Hotelangestellte über ein digitales Gutscheinmodell Dienstleistungen kaufen können. Tourist-Informationen können die Technik aber auch ganz normal als Online-Gutschein für ihre Artikel nutzen. Das Geld geht beim Kauf sofort an den Anbieter, anders als bei Voucher-Abrechnungen. Auf Wunsch verbindet die „**DIGIWERFT**“ diesen Prozess mit den bestehenden Kassensystemen und Abrechnungsprozessen, sodass nicht doppelt gebucht werden muss. Letzteres erfordert jedoch ein Mindestmaß an internetfähiger Abrechnungstechnik und ein Einrichtungsentgelt.

Vorabzahlungen sind auch Teil des Ansatzes von Unternehmen wie **Bookingkit** aus Berlin und **trekksoft** aus Interlaken. Diese bringen die Freizeitangebote über Schnittstellen und gegen monatliche Grundgebühr auf die Webseite des Anbieters und zu fast allen großen Vertriebsplattformen.

Die Links der genannten Anbieter sind auf der Webseite des Tourismusverbandes MV unter www.tmv.de/freizeit-buchen zu finden.

Studie zur Standortbestimmung für touristische WLAN-Hotspots in MV

234 Standorte untersucht und priorisiert / Europaweite Ausschreibung zur Umsetzung wird vorbereitet

Im Auftrag des Wirtschaftsministeriums MV wurde eine Studie zur Standortbestimmung von WLAN-Hotspots in Tourismusregionen Mecklenburg-Vorpommerns erstellt. „Mit der Studie werden potenzielle Standorte geprüft und Empfehlungen für mögliche Standorte der WLAN-Hotspots vorgenommen. Das Ziel der Studie ist es, die Orte zu identifizieren, die am besten und ehesten einen Bedarf an WLAN-Versorgung aufweisen. 234 Standorte werden dabei in Betracht bezogen“, sagte der Minister für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit, Harry Glawe.

Grundlage für die Ermittlung der Standorte waren touristisch relevante Orte.

Danach erfolgte eine Auswahl nach Tourismusentwicklungsräumen und -segmenten sowie nach Räumen an Rad- und Wanderwegen und eine Priorisierung der Standorte durch die regionalen Tourismusverbände.

„Insbesondere für Orte mit großem touristischen Publikumsverkehr empfiehlt sich die Errichtung eines öffentlich zugänglichen WLAN-Netzes. Dieses soll als Ergänzung zu den bestehenden Mobilfunknetzen einen Internetzugang im Wesentlichen für die Datennutzung bereitstellen. Nutzer erhalten nach Verbindung mit dem WLAN über eine speziell eingerichtete Internetseite relevante Aufenthaltswahlungen, zum Beispiel Veranstaltungstermine, eine Übersicht über geführte Touren sowie aktuelle Hinweise zur Verkehrsinfrastruktur, über ein zentrales System“, so Glawe weiter. Das Standortgutachten wurde durch die DEN GmbH Greifswald in Abstimmung mit dem Landestourismusverband und den regionalen Tourismusverbänden erarbeitet. Die Kosten für die Studie belaufen sich auf rund 44.300 Euro. Gegenwärtig wird eine europaweite Ausschreibung zur praktischen Umsetzung der Standortvorschläge erarbeitet. Die Studie steht zum Download unter www.regierung-mv.de/Landesregierung/wm/Service/Publikationen bereit.

DTV überarbeitet Kriterien für die Klassifizierung von Ferienwohnungen

Neue Anforderungen durch Digitalisierung und gestiegenes Qualitätsbewusstsein der Gäste

Überarbeiteter Kriterienkatalog

Im Rahmen der neuen Klassifizierungsstaffel 2019 bis 2022 für Ferienwohnungen und -häuser hat der Deutsche Tourismusverband (DTV) seine Marketingaktivitäten zur Durchsetzung dieser bewährten Qualitätsinitiative weiter verstärkt. Bereits seit Jahresbeginn gilt ein überarbeiteter Kriterienkatalog, welcher aktuelle Anforderungen durch das gestiegene Qualitätsbewusstsein der Gäste, internationale Reiseerfahrungen und Erfordernisse der Digitalisierung in Präsentation und Vertrieb von Ferienunterkünften widerspiegelt. Gleichzeitig bieten die Kriterien eine effiziente und noch dazu kostenlose Grundlage für ein qualitativ hochwertiges Beratungsangebot an alle Gastgeber, die Verbesserungspotenziale ihres Urlaubsproduktes ausloten und erfolgsorientiert umsetzen möchten. Genau dieser Beratungsaspekt soll zukünftig noch stärker in den Mittelpunkt der Kommunikation gerückt werden. Gastgeber erhalten damit – auf unabhängiger und objektiver Grundlage – wertvolle und vor allem sehr detaillierte Hinweise auf mögliche Qualitätsverbesserungen. Sie können somit ihr Gästesehen stärken und nicht zuletzt mit daraus folgenden, besseren Bewertungen ihr Produkt erfolgreicher am Markt platzieren. Die überarbeiteten Kriterien und viele weitere Informationen sind auf www.deutschertourismusverband.de/qualitaet zu finden.

Interaktive Sternegrafik zur Klassifizierung

Um den Gästen und den Gastgebern die Anforderungen an die einzelnen Sternekategorien in einfacher Form näherbringen zu können, hat der DTV eine Sternegrafik entwickeln lassen. Mit dieser interaktiven Grafik lässt sich mit wenigen Klicks nachvollziehen, wie sich die Sternekategorien voneinander unterscheiden und welche Mindestvoraussetzungen gelten. Die Gäste können so noch einfacher nachvollziehen, was sie von einer klassifizierten Unterkunft erwarten können. Die Sternegrafik ist auf der Seite



Interaktive Sternegrafik: www.sterneferien.de/die-offiziellen-sterne-fuer-ferienwohnungen

www.sterneferien.de zu finden. Sie kann als statisches Bild auf der Homepage der Anbieter eingebunden und verlinkt werden.

Neue Flyer für die DTV-Klassifizierung

Zur weiteren Unterstützung hat der DTV zwei neue Flyer herausgebracht. Der Sterne-Flyer für interessierte Gastgeber fokussiert sich stärker auf die Argumente für die Klassifizierung und ist sehr anschaulich gestaltet. Die positiven Wirkungen einer

Klassifizierung werden im Kontext zu Gästebewertungen erläutert, die Merkmale der einzelnen Sternekategorien gegenübergestellt und Vorteile für den Gastgeber in Marketing und Vertrieb aufgezeigt.

Im Flyer für buchbare DTV-Veranstaltungen finden sich neben den bekannten Seminaren und Vorträgen auch neu entwickelte Workshops zu verschiedenen Themen. Diese Angebote richten sich an Kurverwaltungen, regionale Tourismusverbände und weitere touristische Marketingorganisationen, die ihren Partnerbetrieben ein kompaktes Weiterbildungsangebot bei einer durchschnittlichen Teilnehmerzahl von etwa 20 Personen anbieten möchten.

Darüber hinaus besteht weiterhin die Möglichkeit, auch andere Themen anzufordern, die gegebenenfalls vom DTV neu entwickelt werden können.

Die Flyer stehen zum Download oder zur kostenfreien Bestellung im DTV-Shop unter www.dtv-kundencenter.de/shop.php bereit.



Titel der neuen DTV-Flyer

Aktuelles in Bildern

Klare Aussichten in der Elbphilharmonie und neue Hoteltürme in MV



Foto: TMV



Foto: TMV/Kraus

Unter dem Titel „Klare Aussichten“ lud der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern in Kooperation mit der Tourismuszentrale Rügen, der Usedom Tourismus GmbH, dem Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst, der Tourismuszentrale Rostock und Warnemünde, dem Netzwerk der Naturerlebniszentren und der Hotelgruppe Travel Charme Hotels & Resorts am 22. Mai zu einem Pressefrühstück in das Störtebeker „Taste & Shop“ in der Elbphilharmonie ein. Bei klarer Aussicht auf die Landungsbrücken erhielten rund 25 Journalisten neben dem extra für die Pressekonferenz erstellten 18-seitigen Flyer aktuelle Informationen etwa zur Kampagne „Inselbaukunst“ auf Rügen, zur neuen Erlebnisroute „ManufakTour“ und zu neuen Hotels und Ferienhauseanlagen wie dem „Maremüritz Yachthafen Resort & SPA“ in Waren (Müritz) oder der Ferienhaussiedlung „Haffdroom“ an der Mecklenburgischen Ostseeküste.



Foto: LANDURLAUB MV

Am 18. und 19. Mai wurde in Neustrelitz das 17. NDR-Landpartie-Fest gefeiert. Traditionell eröffnete Gastgeberin Heike Götz das Spektakel mit über 100 Ausstellern. Über 50.000 Gäste besuchten das Fest. Der Fachverband Landurlaub informierte über Urlaubs- und Ausflugsziele in Mecklenburg-Vorpommern und verteilte mehr als 4.000 Urlaubskataloge, Broschüren und Flyer zu den Themen Radfahren, Wandern, Angeln, Kultur und Hofläden.



Foto: TMV

Vom 23. bis 26. Mai 2019 lud der Tourismusverband MV in Kooperation mit der Tourismuszentrale Rügen und der Usedom Tourismus GmbH zur Pressereise „Wald am Wasser – Unterwegs in den Küstenwäldern von Usedom und Rügen“ ein. Die Teilnehmer besuchten unter anderem den Kur- und Heilwald Heringsdorf, den Streckelsberg auf Usedom und wanderten auf dem Hochuferweg, dem Baumwipfelpfad sowie im Biosphärenreservat Südost-Rügen.



Foto: Usedom Tourismus GmbH

Mit einem „kulinarischen Klönsnack“ am 7. Mai im Jaz Hotel Stuttgart und am 8. Mai im Steigenberger Airport Hotel Frankfurt bewarben die Usedom Tourismus GmbH, die Kaiserbäder Tourismus Service GmbH und das Steigenberger Grandhotel & Spa Heringsdorf die Flugsaison 2019 auf der Insel Usedom. Inselkoch Rainer Henze servierte den geladenen Journalisten ein Vier-Gänge-Menü aus inseltypischen Speisen wie Matjes, Ostseelachs und Käse der Inselkäserei Welzin.



Foto: Stadtmarketing GmbH Schwerin/Tanja Brüggemann

Rund 10.000 Besucher konnten beim Schweriner Schlossfest vom 14. bis 16. Juni sowohl im Burggarten als auch im Inneren des Schlosses das Leben am Hofe Friedrich Franz II. nachempfinden, ihm bei Audienzen zuhören, historischen Tänzen zuschauen und bei weiteren Programmpunkten in das 19. Jahrhundert eintauchen.



Foto: Upstalsboom

Im Ostseebad Trassenheide wurde das Upstalsboom Hotel & Apartments Strandidyll Ende Mai mit 24 Zimmern, 24 Apartments sowie einem Saunahaus neu eröffnet. Die Vakon Immobilien GmbH als Eigentümer hat das Hotel für rund 5,5 Millionen Euro grundlegend modernisiert und zwei hochwertig ausgestattete Apartmenthäuser neu gebaut.



Foto: Veloform/slube GmbH

Die slube GmbH stellt in Kooperation mit der Stadt Neustrelitz bis 1. Juli 2019 elf Hoteltürme der Veloform GmbH – sogenannte slube homes – am Stadthafen auf. Der zylindrische Bau aus isoliertem Stahlbeton ist mit Doppelbett, Bad inklusive WC und Dusche, Tisch mit Sitzbank, leistungsfähigem Heizungssystem und innovativen SmartHome-Lösungen ausgestattet.

Von Gesundheitslotsen und Flaggschiffen

Neues und Traditionelles aus den Regionen, Städten und Verbänden

Warnemünde bekommt einen Gesundheitslotsen

Rostock/Warnemünde. Die Tourismuszentrale Rostock und Warnemünde ist mit dem Vorhaben „GLOW – Der Gesundheitslotse im Thalasso-Seebad Warnemünde“ eine der sechs Gewinner des zehnten Ideenwettbewerbs Gesundheitswirtschaft MV, zu dem das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit MV unter dem Motto „Innovative Ideen für die Gesundheitswirtschaft“ aufgerufen hatte.



Foto: WW/Joachim Möck

V. r. n. l.: Wirtschaftsminister Harry Glawe übergibt den Preis des zehnten Ideenwettbewerbs der Gesundheitswirtschaft MV an Sandra Fieber und Ulf Riedel von der Tourismuszentrale Rostock und Warnemünde.

Ziel des Rostocker Projektes ist es, die gesundheitsfördernde Wirkung des Meeres und des Klimas stärker erlebbar zu machen und individuelle Pakete für die Gäste des Seebades Warnemünde zu schnüren. Dazu soll eine Kontaktstelle aufgebaut werden, die als Lotsenfunktion für den Gesundheitsurlaub und speziell für das Thema Thalasso in Warnemünde sowie als Schnittstelle zwischen lokalen Leistungsanbietern und dem Gast dienen soll. Dabei werden Service und Qualität der Angebote noch stärker in den Fokus gerückt, indem spezifische Kundenbedürfnisse herausgearbeitet und die notwendigen organisatorischen und finanziellen Voraussetzungen für ein erfolgreiches Agieren am Markt geschaffen werden.

Für die sechs ausgewählten und zur Förderung vorgeschlagenen Projektideen des Ideenwettbewerbs mit einem Gesamtprojektvolumen in Höhe von bis zu 1,19 Millionen Euro steht insgesamt ein Fördervolumen in Höhe von bis zu 862.000 Euro aus Mitteln des „Europäischen Fonds für regionale Entwicklung“ zur Verfügung. www.rostock.de

„pommernArche“ wird Flaggschiff der Metropolregion Berlin-Stettin

Vorpommern. Das Projekt „PommernArche – Ur-Typisch Pommern! – Marke + Netzwerk für Kraft und Vielfalt im ländlichen Wirtschaftsraum“ ist eines von fünf Gewinnern im Wettbewerb „Flagship-Projekte für den Deutsch-Polnischen Verflechtungsraum“, der vom Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat in Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Investition und wirtschaftliche Entwicklung der Republik Polen ausgerichtet wurde. Der Verein „pommernArche“ aus Stralsund gewann, da sich in ihm zahlreiche Akteure grenzübergreifend für die nachhaltige Entwicklung der Region zwischen dem Darß und Danzig auf der Grundlage des ländlichen Erbes engagieren und ihr somit neue Perspektiven eröffnen. www.pommernArche.com

Bloggercamp generiert über eine Million Social-Media-Reichweite

Usedom. Am 25. Mai ging das Bloggercamp auf Usedom zu Ende, das bisher eine Social-Media-Reichweite von 1,1 Millionen, rund 50.000 Interaktionen, 48.000 Likes und 2.300 positiven Kommentaren erzielen konnte. Vier Wochen lang recherchierten rund 30 Blogger und Influencer aus ganz Deutschland und Österreich auf Einladung der Usedom Tourismus GmbH auf der Insel Usedom. Mit etwa zehn Posts pro Tag in den sozialen Medien ließen die Teilnehmer ihre zahlreichen Follower unter dem Hashtag #meinusedominselerlebnis kontinuierlich an ihren Erlebnissen teilhaben. Im Nachklang werden sie ihre authentischen Blog-Beiträge veröffentlichen, welche die Berichterstattung über die Insel dauerhaft bereichern werden.

Top-Ausbildungsbetriebe auf der Insel Usedom ausgezeichnet

Usedom. Die IHK Neubrandenburg hat für das östliche Mecklenburg-Vorpommern den Titel „TOP-Ausbildungsbetrieb 2019“ an elf Unternehmen für ihren vorbildlichen Einsatz bei der Aus-

bildung junger Menschen verliehen. Zu den Betrieben gehören das Ahlbeck Hotel & Spa, das Upstalsboom Hotel Ostseestrand, die Meeressterne GmbH, das Steigenberger Grandhotel and Spa, die Seetel-Hotels, das Usedom-Palace Hotel, die Pier 14 Unternehmensgruppe, die Penene-Werft, das Strandhotel Ostseeblick, das Strandhotel Seerose und die Usedom



Preisverleihung an die Top-Ausbildungsbetriebe der Insel Usedom

Tourismus GmbH. Jedes Jahr können sich Ausbildungsbetriebe, die mindestens seit fünf Jahren durchgehend in sehr guter Qualität in IHK-Berufen in der Region ausbilden, für die Auszeichnung „TOP-Ausbildungsbetrieb“ bewerben. Die TOP-Ausbildungsbetriebe werden mit einer eigens kreierten Trophäe, einer Urkunde und Blumen geehrt. Vergeben wird der Titel an Unternehmen in den Kategorien mit bis zu 49 Mitarbeitern und ab 50 Mitarbeitern. www.usedom.de

Greifswald-Info neu eröffnet

Greifswald. Nach nur knapp dreiwöchiger Umbauphase wurde die Greifswald-Information wiedereröffnet. Für rund 50.000 Euro wurde der Besucherbereich vergrößert. Dabei wurden maritime Materialien wie Holz und Seile, typisch norddeutsche Farben wie Weiß, verschiedene Blautöne und als Akzent ein Backsteinrot verwendet. Regionale Produkte wie Honig oder Sanddornlikör sowie eine Auswahl der Verkaufsartikel des Greifswalder Uni-Ladens, der vor kurzem geschlossen wurde, ergänzen das Sortiment der Greifswald-Information. Unter dem Motto „Heimathafen Greifswald“ rücken Stadt und Uni nun in der Greifswald-Info enger zusammen. www.greifswald.info

Foto: IHK Neubrandenburg

Neue Studie „Wissensmonitor Deutschlandtourismus“ gestartet

DTV und Teejit suchen konkrete Weiterbildungsbedarfe der Branche

Der Deutsche Tourismusverband (DTV) und der Weiterbildungs-Anbieter Teejit haben gemeinsam die Studie „Wissensmonitor Deutschlandtourismus“ gestartet, welche erstmalig den konkreten Wissensbedarf verschiedener touristischer Akteursgruppen im regionalen Kontext untersucht. „Mit der Studie möchten wir Einblicke bieten, welche Schulungsinhalte und -formate sich Leistungsträger wirklich wünschen, damit anschließend auf den konkreten Weiterbildungsbedarf vor Ort reagiert werden kann“, sagt Teejit-Gründer Hubertus Stock. Um ein möglichst genaues Bild der Lage zeichnen zu können, sind nun alle Regionen und tou-

ristischen Organisationen aufgerufen, ihre Akteure und Leistungsträger zum Mitmachen zu motivieren. „Alle teilnehmenden Regionen erhalten für Ihr Mitwirken im Anschluss einen kostenlosen Bericht darüber, in welchen Themenfeldern der größte Schulungsbedarf vor Ort besteht“, erklärt Stock. Die DMO wird also in die Lage versetzt, ihre Maßnahmen im Interesse und mit Bedarfsmeldung ihrer Leistungsträger zu planen. Auch eine tiefere Betrachtung der Detailergebnisse ist gegeben.

Teilnahme an der Studie ist möglich unter <https://mailchi.mp/739bbc6057a7/wissensmonitor-deutschlandtourismus>.

Schlussendlich (123)

Sich zu melden, fiel manchen schon in der Schule schwer. Eine förmliche Meldepflicht besteht dort zwar nicht, jedoch empfiehlt sich die aktive Mitarbeit, weil sie von den meisten Lehrern honoriert wird und das Unterrichtsgeschehen bereichert. Sanktionen können direkt auf dem Fuße folgen, es sind schon viele Sechsen auf Grundlage spontanen Lehrerärgers ausgeteilt worden. Ob sich die beflissenen Meldepennäler auch in der Schule des Lebens, wie wir den Tourismus gelegentlich nennen, insgesamt besser und mit größerem Ansehen bewegen, wäre zu prüfen. Sicher ist, dass hier das Melden nicht nach Lust, Laune oder Erfolgsabwägung geschieht, sondern in manchen Bereichen obligatorisch ist. Sagen wir es einfach: Das Melderecht regelt die Meldepflicht. So hat jeder Beherbergungsbetrieb – hier kommt es definitiv nicht auf die Größe an – für jeden Gast einen Meldeschein auszustellen. Das Bundesmeldegesetz macht's nötig (§§ 29, 30). Und da wir eine zukunfts-gewandte Branche in einem fortschrittlichen Rechtsstaat sind, lassen sich die Gastdaten bereits seit drei, vier Jahren auch elektronisch erheben. Die nächste Innovationstufe bahnt sich auch mit Hilfe einiger vorreitender vorpommerscher Visionäre bereits an: Der digitale Meldeschein wird nicht mehr ausgedruckt und händisch

unterschrieben werden müssen, sondern bleibt im Gerät, die Unterschrift wird elektronisch geleistet. MV sagt, das geht schon, der Bund sagt, wir sind da noch nicht ganz überzeugt. Doch kommen wird es und daher: Wow! Die digitale Gastmeldung dann noch schnell mit der digitalen Kurkarte, den digitalen Hotelleistungen und den digitalen Destinationserlebnissen verknüpft, und wir vermelden den Tourismus der Zukunft – in dem natürlich weiter ganz irdische Meldepflichten gelten. Zum Beispiel auch nach dem Beherbergungstetigesetz (§ 6). Auch bei der Meldung von Gästezahl und -herkunft zahlt sich für Hotels, Pensionen, Campingplätze und Ferienwohnungsanlagen eine grundsätzlich gute Meldemoral absolut aus. Denn zuletzt haben sich dank Prüfung des Statistischen Amtes in MV noch Meldesäumige in erheblicher Zahl angefunden. Diesen droht nun ein Zwangsgeld. Die 300-Euro-Strafe plus Bearbeitungsgebühr ist die Sechse des großen Mannes. Wir mutmaßen mal: Wer das System von Meldung und aktiver Mitarbeit bereits in der Schule verinnerlicht hat, dürfte sich im touristischen Meldedickicht leichter zurechtfinden. Soweit unser Beitrag zu einer Beziehung zwischen Schule und Tourismus, eine weitere aktuelle lässt sich mit einem Worte sagen: Sommerferien.

Impressum

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

Bücher übers Land



Ostsee und Achterwasser, Flüsse und zahlreiche Seen, über 2.000 Sonnenstunden im Jahr, die längste Strandpromenade Europas, die älteste Seebrücke des Kontinents und die größten Inseln Deutschlands – Vorpommern ist ideal für alle, die Wasser lieben. Lars Herde erzählt – in Wort und Bild – von Menschen, die nicht nur mit dem, sondern auch vom Meer leben. Das vorliegende Buch wurde durch das Projekt South Coast Baltic aus Mitteln der Europäischen Union gefördert.

Vorpommern. Von Menschen und Mächern am Meer, Lars Herde

Erschienen im Mai 2019 im Hinstorff-Verlag, 20,00 Euro, 120 Seiten, Flexibler Einband, ISBN 978-3356022407

Staffelstabübergabe beim DTV

Claudia Gilles übergibt Geschäftsführung an Norbert Kunz

Nachdem sich der Vorstand des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) im Februar für Norbert Kunz als neuen Geschäftsführer entschieden hat, erfolgte zum 1. Juni die Staffelstabübergabe. Der 47-jährige Politikwissenschaftler übernimmt von der langjährigen Geschäftsführerin Claudia Gilles, die sich nach 22 Jahren in dieser Position in den Ruhestand verabschiedet. Bis Ende Juni steht sie dem Verband und dem neuen Geschäftsführer noch beratend zur Verfügung. Norbert Kunz war zuvor als tourismuspolitischer Referent für den DTV tätig und bringt langjährige Erfahrung in politischer Arbeit als Büroleiter einer Bundestagsabgeordneten in seine Arbeit ein.

