



„Was fällt Ihnen spontan zum Reiseziel Mecklenburg-Vorpommern ein?“

Studie Destination Brand wertet Imagebefragung zum Urlaubsland aus

Auch wenn Mecklenburg-Vorpommern bereits 84 Prozent der Deutschen als Reiseziel bekannt ist, gibt es immer noch einen beträchtlichen Anteil in der Bevölkerung, denen der Nordosten als Urlaubsland bisher kein Begriff ist. Besonders in Bayern, Hessen, Rheinland-Pfalz und dem Saarland, sowie bei den jüngeren Bevölkerungsgruppen unter 35 Jahren ist die Bekanntheit Mecklenburg-Vorpommerns noch unterdurchschnittlich. Das ergab eine Imageanalyse des Destination Brand 2017 der inspektour GmbH unter 1.000 Personen zwischen 14 und 74 Jahren.

Im Rahmen der Untersuchung wurden die Deutschen gefragt, was ihnen spontan ohne Antwortvorgaben zum Reiseziel Mecklenburg-Vorpommern einfällt. Die meistgenannten Spontanassoziationen konnten den vier Oberkategorien „Landschaft und Natur“, „Strand, Küste, Wasser und Inseln“, „Orte, Städte und Regionen“ und „Urlaub, Ferien und Freizeitaktivitäten“ (siehe Abbildung Seite 2) zugeordnet werden. Dabei werden Assoziationen zum Thema „Landschaft und Natur“ von jedem zweiten Deutschen (50,8 Prozent) mit dem Nordosten in Verbindung gebracht, „Strand, Kü-

ste, Wasser und Inseln“ jedoch nur von 24,5 Prozent. Mit Blick auf die jeweils drei wichtigsten Unterkategorien fallen 13,7 Prozent der Befragten die Seenplatte ein und nur 11,3 Prozent assoziieren Mecklenburg-Vorpommern mit der Lage an der Ostsee. Die natürlichen und landschaftlichen Stärken prägen stark das Image Mecklenburg-Vorpommerns in der deutschen Bevölkerung. Jedoch ist auffällig, dass das ungestützte Fremdbild des Reiseziels Mecklenburg-Vorpommern deutlich stärker von der Landschaft und Natur rund um die Seen geprägt ist, als von der Ostsee und der Küste. Unter den Top-Nennungen erreicht die Ostsee nur den dritten Rang. Zwar ruft Mecklenburg-Vorpommern bereits überwiegend positive Spontanassoziationen bei der deutschsprachigen Bevölkerung hervor. Aber im Wettbewerb mit anderen Destinationen muss die Bekanntheit weiter gesteigert und ein positives Image befördert werden. Immerhin knapp 19 Prozent der Deutschen – und damit fast jeder Fünfte – hatten keine konkrete Vorstellung von Mecklenburg-Vorpommern als Urlaubsreiseziel.

Fortsetzung auf Seite 2

Aus dem Inhalt

TMV aktuell:

Ergebnisse des Destination Brand > **Seite 01**

Hier spricht der Experte

Martin Schröter, Vorstandsvorsitzender des Tourismusverbandes Vorpommern, über aktuelle Aufgaben und zukünftige Kooperationen des Verbandes > **Seite 03**

TMV aktuell

Ostseetourismusregion stärken > **Seite 05**

Vermischtes:

Bücher *übers Land*: Von Barbizon bis ans Meer: Carl Malchin und die Entdeckung Mecklenburgs; Schlussendlich (124) > **Seite 08**

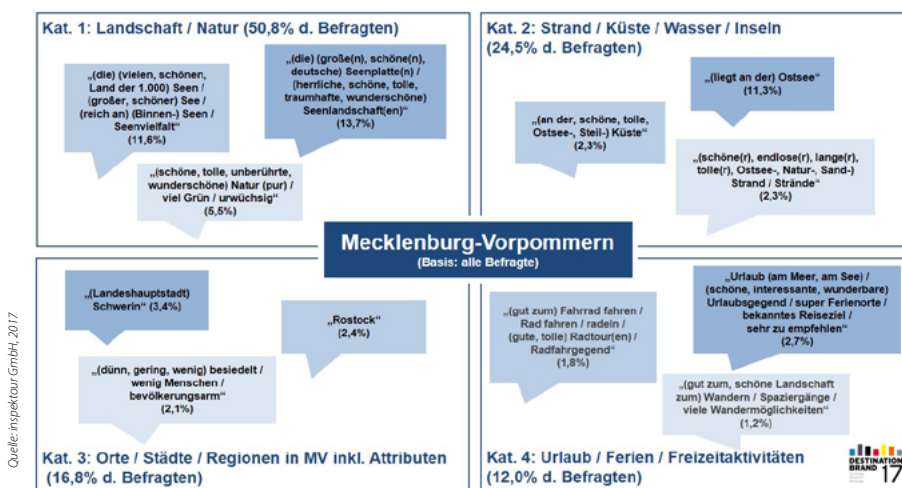
Zahl des Monats

195.000 Gäste aus über 80 Ländern lockte das Festival für elektronische Musik „Airbeat One“ vom 10. bis 14. Juli 2019 nach Neustadt-Glewe. Mehr als 200 DJs und Stargäste wie Felix Jaehn oder der niederländische DJ Armin van Buuren sorgten für einen neuen Besucherrekord.

Fortsetzung von Seite 1

Insgesamt 6,4 Prozent der Deutschen verbinden aber auch negative Aspekte mit MV. Dabei handelt es sich überwiegend um Einzelnennungen. Unter anderem nannten 1,8 Prozent MV „langweilig und öde“, Rassismus und Ausländerfeindlichkeit fielen 1,6 Prozent und die AfD 0,6 Prozent spontan

ein. Kein negativer Aspekt schiebt sich dabei geballt in den Vordergrund. Im Ergebnis der Studie sollte das Selbstbild der touristischen Leistungsträger vor Ort mit dem Fremdbild der tatsächlichen und potenziellen Gäste abgeglichen und das Image des Reiselandes MV weiter differenziert werden.



Die vier häufigsten Nennungen zum Reiseland MV mit je drei Unterkategorien

Deutscher Tourismusverband begrüßt Idee zur Abschaffung des Meldescheins

Gegen Bürokratieaufwand und Papierverschwendung

Der Meldeschein in seiner aktuellen Form ist nicht mehr zeitgemäß. Deshalb begrüßt der Deutsche Tourismusverband (DTV) die Diskussion darüber und den politischen Vorstoß der Grünen. Diese wollen nach der Sommerpause mit einem Antrag im Bundestag das Ende des Meldescheins herbeiführen, weil es sich dabei um eine sehr umfangreiche, verdachtslose Datenerhebung auf Vorrat handele, die den Betrieben zu viel Bürokratie aufhalse, sagte der Fraktionsvize Konstantin von Notz.

Im Sinne der Nachhaltigkeit wäre eine Abschaffung oder Digitalisierung wünschenswert. Angenommen bei jeder Ankunft eines Gastes in Deutschland wird ein Meldeschein auf einem A4-Blatt ausgefüllt, entsteht damit ein Berg von 260 Tonnen Papier – der ein Jahr später entsorgt werden muss. Das kann nicht dem Anspruch an Nachhaltigkeit entsprechen.

„In Deutschland muss der Gast den Meldeschein von Hand unterschreiben. Den Meldeschein abzuschaffen oder zumindest auf eine digitale Variante umzusteigen, würde die Bürokratie für Gastgeber deutlich verringern“ sagte dazu Norbert Kunz, Geschäftsführer des DTV.

Diese Belastung trifft nicht nur große Hotels. Auch die Vermieterin einer einzelnen Ferienwohnung und der Anbieter von Camping- oder Reisemobilstellplätzen ist verpflichtet, von jedem Gast einen Meldeschein ausfüllen zu lassen und diesen ein Jahr lang aufzubewahren. Dabei fließen diese Zahlen nicht einmal in die amtliche Beherbergungsstatistik ein – dafür muss ab neun Betten noch eine gesonderte Meldung erfolgen.

Das Ministerium für Inneres und Europa MV hatte im Juni 2019 der digitalen Abwicklung der Hotelmeldepflicht für Mecklenburg-Vorpommern zugestimmt.

+++ NEWSTICKER +++

+++ Mathias Schilling ist im Rahmen der Auszeichnung zum **Unternehmer des Jahres** mit dem Sonderpreis „Erzeugung trifft Wertschöpfung“ für sein unternehmerisches Engagement auf der Insel Öhe, in Schillings Gasthöfen und beim Hiddenseer Kutterfisch geehrt worden. www.hiddenseer-kutterfisch.de +++ Das Oberverwaltungsgericht in Greifswald hat Anträge der Gemeinden Zingst, Prerow und Born am Darß gegen die **Planung des Windparks Gennaker** vor der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst abgewiesen. www.fischland-darss-zingst.de +++ Roland Becker ist neuer Direktor im **Travel Charme Kurhaus Binz** auf Rügen. www.travelcharme.com +++ Betreiber und Gäste des **Flughafens Heringsdorf** haben am 7. Juli 2019 das 100-jährige Jubiläum des Flughafens gefeiert. www.flughafen-heringsdorf.de +++ Im **Naturpark Nossentiner/Schwinzer Heide** wurden die Modernisierung des Naturparkzentrums für 100.000 Euro und die Einrichtung eines Fledermaus-Lehrpfades für 50.000 Euro aus Mitteln des Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums finanziert. www.naturpark-nossentiner-schwinzer-heide.de +++ Die **Seebrücke im Ostseebad Koserow** wird für knapp 7,4 Millionen Euro neu gebaut. Das Wirtschaftsministerium unterstützt das Vorhaben aus Mitteln der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ in Verbindung mit Mitteln des „Europäischen Fonds für regionale Entwicklung“ in Höhe von knapp 4,9 Millionen Euro. www.usedomer-bersteinbaeder.de/koserow +++ Die Hansestadt Greifswald wird für die Einführung eines Pfandbecher-Systems und der Tourismusverband Rügen für das Projekt „Weniger fürs Meer“ mit dem **Umweltpreis des Landtages Mecklenburg-Vorpommern** geehrt. www.greifswald.de, www.tourismus-ruegen.de +++ Der Bundesverband der deutschen Tourismuswirtschaft schreibt den Start-up-Preis „**Goldener Koffer**“ aus. Bis zum 31. August 2019 können sich Mobility-, Insurance-, Hospitality-, Food- und Payment-Start-ups bewerben. www.goldener-koffer.de +++

„Tourismus stellt nicht selten eine Daseinsvorsorge für die Landbewohner dar.“

Martin Schröter, Vorstandsvorsitzender des Tourismusverbandes Vorpommern, über aktuelle Aufgaben und zukünftige Kooperationen des Tourismusverbandes Vorpommern



Martin Schröter, Vorstandsvorsitzender des Tourismusverbandes Vorpommern

TMV: Seit knapp zwei Monaten sind Sie neuer Vorstandsvorsitzender des Tourismusverbandes Vorpommern und damit Nachfolger von Tilo Braune, der dem Verband die vergangenen 17 Jahre vorstand. Was waren Ihre ersten Aktionen?

Martin Schröter: Die stark teamorientierte Zusammenarbeit zwischen dem Vorstand und einem großartigen Mitarbeiterstab um die Geschäftsführerin Fanny Holzhüter ermöglichte einen sehr angenehmen Übergang zu den neuen Aufgaben eines ersten Vorsitzenden. Aktuell beginnen wir die Projektumsetzung von VIBS, dem Vorpommerschen Informations- und Buchungssystem, bei dem es einerseits darum geht, individuelle Urlaubserlebnisse für Gäste leichter buchbar zu machen sowie multimodales Reisen durch den ländlichen Raum zu organisieren und andererseits die notwendige digitale Kommunikation der touristischen Akteure untereinander zu unterstützen. Unter den neueren Initiativen ist mir der Impuls zur Neuauflistung des Landgutes Lüssow besonders wichtig. Gemeinsam mit unserem Mitglied, der Stadt Gützkow, werden wir unser Netzwerk sowie fachliche Expertise beisteuern, um diese einmalige Anlage zur Abbildung ländlichen Lebens in Vorpommern zu erhalten und für die Zukunft wirtschaftlich autark zu machen.

TMV: Welche Hauptthemen bearbeiten Sie aktuell gemeinsam im Vorstand?

Schröter: Die Landestourismuskonzeption aus dem Jahr 2018 beschreibt die strategischen Rahmenbedingungen für die künftige Tourismusentwicklung für ganz MV. Das dort ausgewiesene Drei-Ebenen-Modell, Land-Regionen-Orte, muss nun für die Ebenen der Regionen und Orte praxistauglich ausformuliert werden. Dazu gehört eine ausgewogene institutionelle Finanzierung der Regionalverbände, insbesondere in den Binnenregionen. Hier stellt der Tourismus nicht selten eine tragende Säule der Daseinsvorsorge für viele Landbewohner dar. Tourismusentwicklung im ländlichen Raum bedeutet aufwändige Sacharbeit in der Regionalentwicklung. Hierfür entwickelt der Tourismusverband Vorpommern gemeinsam mit seinen Mitgliedern, den Nachbarregionen und dem TMV ein tragfähiges Zukunftsmodell.

TMV: In welcher Form wird sich der Verband zukünftig neu ausrichten?

Schröter: Der Tourismusverband Vorpommern wird noch mehr als bisher in die Fläche des Vorpommerschen Festlandes hineinwirken. Der Wandel von einer Marketing- zu einer Destinationsmanagementorganisation ist bereits eingeleitet. So wird der Vorstand seine Sitzungen künftig direkt bei den Touristiken vor Ort abhalten und dafür die Synergien der bewährten „TI“-Treffen bei den lokalen Tourismusvereinen nutzen.

TMV: Mit welchen Themen positioniert sich das vorpommersche Festland?

Schröter: Die Flusslandschaft des Vorpommerschen Festlandes steht für Naturerlebnis, Romantik und authentisches Landerleben mit dem Anspruch von Nachhaltigkeit. Nach dem europäischen „EDEN Award“ für nachhaltigen Wassertourismus erhielt unsere Region den Sonderpreis im Bundeswettbewerb als Nachhaltige Tourismusregion für „Biologische Vielfalt und Naturerlebnis“. Für eine wei-

tere Ausrichtung konnten wir auch einen externen Nachhaltigkeitsbeauftragten gewinnen. Ebenfalls ganz oben auf der Agenda stehen für uns und unsere Gäste die Vermittlung zeitgenössischer Kunst und das vielfältige Kulturleben unserer Region.

TMV: Wie wollen Sie über strategische Kooperationen mit anderen Regionen das Binnenland MV stärken?

Schröter: Die regionalen Tourismusverbände in MV weisen ganz verschiedene Strukturen auf, sind aber über das Ziel einer positiven Tourismusentwicklung im Lande eng miteinander verbunden. Mecklenburg-Schwerin, Mecklenburgische Seenplatte und Vorpommern stehen vor ähnlichen Herausforderungen, weil hier Tourismus auf einer riesigen von Agrar-, Forst- und inzwischen Energiewirtschaft geprägten Landfläche entwickelt wird, in einem heiklen Konfliktgebiet zwischen Landnutzung und Naturschutz, ganz ohne Ostseestrand. Mit Blick auf die Metropolregionen liegen hier die Wachstumspotenziale für unsere Branche. Deshalb macht es Sinn, dass sich die Binnenregionen informativ und kooperativ zusammenschließen.

TMV: Welche weiteren Kooperationen sind zukünftig denkbar?

Schröter: Eine Landschaftsregion, die sich Vorpommern mit Brandenburg teilt ist die Uckermark. Es ist sehr naheliegend den bestehenden informativen Austausch in eine strategische Partnerschaft zu entwickeln. Gleiches gilt für die Westpommern im Nachbarland Polen, wohin es starke geschichtliche und landschaftliche Verbindungen gibt und eine langjährige Zusammenarbeit in zahlreichen gemeinsamen touristischen Projekten. Auch lassen sich in Polen noch nennenswerte Quellmärkte erschließen. Auch von Schweden können wir noch eine Menge lernen.

93 Betriebe tragen Qualitätssiegel Familienurlaub

Drei Neu- und neun Rezertifizierungen erfolgreich durchgeführt

Im Rahmen des Qualitätsmanagements „Familienurlaub MV – Geprüfte Qualität“ (QMF) wurden in diesem Jahr das Suite Hotel Binz, das Stadtgeschichtliche Museum der Hansestadt Wismar im Schabellhaus und das Nationale Naturmonument Ivenacker Eichen neu zertifiziert. Weitere neun Tourismusbetriebe konnten die drei Jahre gültige Zertifizierung erneut bestätigen. Dazu gehören die Bernsteinreiter Hirschburg, die Jugendherbergen Born-Ibenhorst und Güstrow, Karls Erlebnis-Dorf Koserow, das Müritzparadies in Boeker Mühle, das Müritzeum in Waren (Müritz), das Steigenberger Grandhotel and Spa in Heringsdorf, das Klax Indianerdorf in Klocksinn und das Postel Usedom in Wolgast.

Der aktuellen Reiseanalyse 2019 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen zufolge kann sich Mecklenburg-Vorpommern erneut als beliebtestes Familienreiseziel in Deutschland behaupten. Fast ein Viertel (24,0 Prozent) aller 3,58 Millionen inländischen Familienurlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer hatten den Nordos-

ten zum Ziel (vor Schleswig-Holstein mit 18,4 Prozent und Bayern mit 15,6 Prozent Marktanteil). Auch im internationalen

Vergleich steht MV gut da und platziert sich bei allen Urlaubsreisen der Deutschen mit Kindern unter 14 Jahren mit einem Marktanteil von 6,5 Prozent hinter Italien (9,3 Prozent) und Spanien (9,2 Prozent). 37 Prozent aller Familienurlauber des Jahres 2018 interessieren sich im Zeitraum 2018 bis 2020 für einen Urlaub in Mecklenburg-Vorpommern. Das entspricht rund 4,2 Millionen Deutschen. Tourismusanbieter, die auch mit dem Qualitätssiegel prämiert werden wollen, können sich ab dem 15. Januar 2020 für die neue Zertifizierungsrunde bewerben. www.tmv.de/qmf



Qualitätssiegel „Familienurlaub MV – Geprüfte Qualität“ für zertifizierte Orte, Erlebnispartner, Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe

Mehr als 20.000 Angelbegeisterte bei der Fishing Masters Show in Stralsund

Deutschlands größte Angelshow erstmals in Mecklenburg-Vorpommern

Am 22. und 23. Juni 2019 fand die Fishing Masters Show – Deutschlands größtes Angelevent – mit mehr als 100 Ausstellern erstmals in Mecklenburg-Vorpommern auf der Stralsunder Hafeninsel statt. Der Tourismusverband MV präsentierte gemeinsam mit den Tourismus-Informationen Neustrelitz und Stralsund das Thema Angelurlaub in Mecklenburg-Vorpommern.

Fachlich unterstützt wurden sie vom Angelguide Mario Bolinski vom Kummerower See und vom Angelguide Jörn Hetzel vom Strelasund, der stündlich kostenfreie Bootstouren auf dem Strelasund – eines der besten und beliebtesten Angelrevie-

re Europas – anbot. Zusätzlich sorgte eine Foto-Box am TMV-Stand inklusive verschiedenster Angel-Utensilien für ein kreatives Erinnerungsfoto für die Gäste.

Des Weiteren präsentierten die Aussteller modernste Angelgeräte, Motoren und Boote, die am und auf dem Wasser vorgeführt und von den Besuchern getestet werden konnten. Die gefangenen Fische wurden direkt vor Ort zubereitet und zum Probieren angeboten.

Die Royal Fishing Kinderhilfe, Veranstalter des Angelevents, feierte vor Ort ihr 20-jähriges Jubiläum. Der gemeinnützige Verein organisiert und finanziert Fischereilehrgänge für benachteiligte Jugendliche.



Fishing Masters Show 2019 auf der Stralsunder Hafeninsel

Touristen wollen nachhaltig mobil sein

Sparkassen-Tourismusbarometer erschienen

Ostdeutsche Reiseziele sind weiter beliebt. Vor allem der Rekordsommer 2018 belebte die Nachfrage. Das aktuelle Sparkassen-Tourismusbarometer des Ostdeutschen Sparkassenverbandes (OSV) verzeichnet für das vergangene Jahr in Ostdeutschland ein Plus von drei Prozent bei den Ankünften auf 28,4 Millionen und einen Anstieg um 2,7 Prozent bei den Übernachtungen auf 82,6 Millionen. Allein das Campingsegment in Ostdeutschland profitierte mit einem Übernachtungsplus von über zehn Prozent. Allerdings ist das Wachstum in Ostdeutschland weiter schwächer ausgeprägt als in Gesamtdeutschland. Die Marktanteile sinken zudem weiter auf 17,3 Prozent. Ausschlaggebend waren 2018 unter anderem die Nachfragerückgänge in der Hotellerie Mecklenburg-Vorpommerns und Thüringens sowie die Profiteure des Reformationsjubiläums 2017, die im Folgejahr Rückgänge auf das Normalniveau verzeichneten. Für 2019 stehen die Zeichen im ostdeutschen Tourismus auf Wachstum. In allen ostdeutschen Bundesländern fiel die Übernachtungsentwicklung im ersten Tertial (Januar-April 2019) positiv aus. Spotlights in diesem Jahr sind die Jubiläen rund um Bauhaus, Fontane und den Mauerfall.

Gefragt waren im Jahr 2018 in Ostdeutschland Städtereisen. Hier gingen die Impulse vor allem von Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern aus. So hatten auch 2018 vor allem die größeren Städte über 100.000 Einwohner die Nase vorn und entwickelten sich in Ostdeutschland vielerorts dynamischer als ihre westdeutschen Wettbewerber, nicht zuletzt durch Wachstumsgaranten wie Leipzig, Potsdam, Rostock und Magdeburg. Allerdings sind die Großstädte in den neuen Ländern nur für knapp zwei Drittel der städtetouristischen Nachfrage verantwortlich. Für jede siebte im Tourismusbarometer befragte ostdeutsche Destination ist nachhaltige Mobilität ein wichtiges Thema. So soll der ÖPNV durch zusätzliche touristische Nutzung und damit verbundene Einnahmen in den meist ländlichen Regionen stabilisiert werden.

Ostseetourismusregion in Wien und London präsentiert / Revision der EU-Ostseestrategie diskutiert

Touristische Potenziale der Ostseeregion sollen gestärkt und politische Arbeitsfelder enger verknüpft werden

Nachdem das **Baltic Sea Tourism Center** (BSTC) bereits im Januar österreichische Reiseveranstalter in Wien zu einer Informationsveranstaltung geladen hatte, präsentierte sich das Projekt jetzt potenziellen Urlaubsgästen in Wien und London. Unter dem Motto „Take a break“ bekamen Besucher des Wiener Einkaufszentrums „Shopping City Süd“ am 24. und 25. Mai 2019 Einblicke in die Urlaubsregionen entlang der litauischen, polnischen, dänischen und deutschen Ostseeküste.



Promotionsfläche des BSTC im Wiener Einkaufszentrum „Shopping City Süd“

Auf etwa 90 Quadratmetern luden Strandkörbe zum Verweilen ein, während Bilder und Videos der vier Regionen auf einem 18 Quadratmeter großen Multimedia-Bildschirm präsentiert wurden. Kulinarische Köstlichkeiten aus den Partnerregionen, eine Fotoaktion für bleibende Ostseerinnerungen sowie ein Gewinnspiel lockten hunderte Besucher an den Stand.

Eine zweite Kampagne fand am 15. Juni 2019 im Einkaufszentrum Westfield in London statt. Das Projekt-Team nutzte die Aktion, um das Bewusstsein für das touristische Potenzial der Ostseeregion zu stärken. Auf einer 35 Quadratmeter großen Werbefläche konnten die rund 1.000 Besucher über einen Touchscreen und Virtual-Reality Brillen mehr über die Ostseeregionen erfahren.

Das Projekt **Biking South Baltic** hat sich in den vergangenen Monaten verstärkt auf das Marketing des Ostseeküstenradwegs (EuroVelo10) konzentriert. Die Produktion von Foto- und Videomaterial für europäische Print- und Onlinemedien sowie die Bewerbung des Ostseeküstenradwegs auf der Online-Plattform Komoot sollen die Ostseeküste als Radreisedestination auch international weiter stärken.



Schematische Darstellung des EuroVelo-Netzwerkes

Ergänzend ist der Radweg jetzt neu auf der Internetseite des EuroVelo-Netzwerks www.eurovelo10.com mit Informationen und Anregungen für den

Radurlaub in Europa zu finden und wird Ende Juli als App verfügbar sein.

Im Rahmen des **Politikbereichs Tourismus**, der vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit Mecklenburg-Vorpommern in Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband MV koordiniert wird, trafen sich am 25. Juni 2019 die Mitglieder der internationalen Lenkungsgruppe aus den verschiedenen Ostseeanrainerstaaten in Stockholm. Die Teilnehmer diskutierten über die Revision der EU-Ostseestrategie zur stärkeren Verknüpfung mit politischen Arbeitsfeldern auf nationaler und regionaler Ebene und zur verbesserten Sichtbarkeit und Kommunikation der Strategieergebnisse. So wird zukünftig zur Förderung des nachhaltigen Tourismus in der Ostseeregion unter anderem eine verstärkte Zusammenarbeit mit anderen Politikbereichen angestrebt.

Am 12. September 2019 sind Partner touristischer Interreg-Projekte aus Mecklenburg-Vorpommern zum **Workshop zur Tourismuskoooperation** ins Internationale Haus des Tourismus eingeladen. Neben der Präsentation von Zielen und Ergebnissen aktueller Projekte wird der derzeitige Stand des Revisionsprozesses der Ostseestrategie besprochen und die zukünftige Gestaltung und Ausrichtung der Projektarbeit diskutiert.

Tagestourismus in Deutschland: Stabile Umsätze trotz weniger Reisender Tagesreisevolumen an der Ostseeküste zwischen Flensburg und Rostock gestiegen

Im Vergleich zu 2017, als die Grenze von vier Milliarden Tagesreisen noch in greifbarer Nähe lag, ist die Anzahl der Tagesreisen der Deutschen im vergangenen Jahr um zehn Prozent zurückgegangen. Das ist das Ergebnis des aktuellen Tagesreisenmonitors des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr (dwif). Regional betrachtet verzeichnen Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Hessen die größten Rückgänge, während in Thüringen und an der Ostseeküste zwischen Flensburg und Rostock das Tagesreisevolumen ent-

gegen dem Bundestrend sogar gestiegen ist. Insgesamt führte fast jede zweite Tagesreise in eine Großstadt. Ebenfalls erfreulich: Die Tagesausgaben – vor allem bei geschäftlichen Motiven – sind spürbar angestiegen, sodass der Markt inzwischen rund 100 Milliarden Euro schwer ist. Bei privaten Ausflügen variieren die Ausgaben pro Kopf im Schnitt zwischen rund 19 Euro beim Besuch von Freunden, Verwandten und Bekannten und knapp 70 Euro bei Shopping-Ausflügen. Die Top-Anlässe für private Tagesreisen sind zum einen der Besuch von Verwand-

ten, Bekannten und Freunden, die Ausübung einer sportlichen Aktivität sowie die Einkaufsfahrt. Der motorisierte Individualverkehr bleibt mit 70 Prozent das Haupt-Anreiseverkehrsmittel. Die Bedeutung des öffentlichen Nahverkehrs hat im Vergleich zum Vorjahr um fast ein Viertel zugenommen und liegt bei elf Prozent (2017: neun Prozent). 45 Prozent der Tagesreisen werden an Wochenenden und Feiertagen unternommen (+zwei Prozent im Vergleich zu 2017). Der Anteil der Tagesreisen an Werktagen ist leicht zurückgegangen auf 55 Prozent.

Aktuelles in Bildern

Untewegs in Deutschland, der Schweiz und Österreich



Foto: TMV (2)



Im Juli und August laufen die Foto- und Filmproduktionen für die MV-Kampagne 2020 unter anderem in der Feldberger Seenlandschaft für das Netzwerk Naturerlebniszentren (Foto links) und im Ostseebad Binz (Foto rechts). Durch Kooperationen mit marktführenden Medien und Marken und reichweitenstarken Onlineportalen sowie die effiziente Durchdringung der Kommunikationskanäle des TMV erzeugt die Kampagne eine Reichweite von über 400 Millionen und ist der stärkste Ausdruck des Urlaubslandes Mecklenburg-Vorpommern.



Foto: TMV

Auf Einladung des Tourismusverbandes MV und der Stadtmarketing Gesellschaft Schwerin erkundeten neun Reiseblogger und Journalisten vom 27. bis 30. Juni 2019 „Schwerin auf den zweiten Blick: Die kleinen Feinheiten und Geheimtipps der Landeshauptstadt Schwerin“. Neben einem Altstadttrundgang, der Schlossbesichtigung „Vom Keller bis zur Kuppel“, dem Besuch des Alten Friedhofs, des Staatlichen Museums und des Freilichtmuseums Mueß standen die Schlossfestspiele und eine Floßtour auf dem Programm.



Foto: DZT/Bekula Janos

Mecklenburg-Vorpommern war gemeinsam mit Stralsund und dem Ozeaneum im Rahmen der weltweiten Kampagne „German Summer Cities“ der Deutschen Zentrale für Tourismus auf dem 36. Donaunisfest in Wien vom 21. bis 23. Juni 2019 mit 2,7 Millionen Besuchern präsent. Unter anderem konnten die Besucher VR-Filme einer Bootstour bei Stralsund und einer Skateboard-Tour entlang des Ostseeküstenradweges in Stralsund erleben.



Foto: DZT Schweiz

Im Rahmen der Kampagne „German Summer Cities“ der Deutschen Zentrale für Tourismus präsentierte sich der TMV gemeinsam mit Partnern der Insel Usedom beim „Züri Fäscht“, dem größten Schweizer Volksfest vom 5. bis 7. Juli 2019 mit etwa 2,5 Millionen Besuchern. Neben einer Fotobox und einer VR-Lounge mit Stralsundfilmen nahmen fast 500 Besucher am Gewinnspiel für einen von sieben Strandkörben, die direkt am Zürichsee zum Verweilen einladen, und eine Reise nach Usedom teil.



Foto: TMV

Beim diesjährigen Duda-Kinderfest am 6. und 7. Juli in Köln besuchten viele Gäste das Zelt des Tourismusverbandes MV und nahmen am Gewinnspiel für einen sechstägigen Familienurlaub im Wellness-Hotel Seeklause, Trassenheide, teil. Über 500 Kinder absolvierten den Parcours von TMV, PlayMais, dem Deutschen Bernsteinmuseum, der Piraten-Insel-Usedom und „JAKO-O“ und erwarben damit den Entdeckerpass MV.



Foto: Marion Plege

Vom 5. bis 7. Juli 2019 feierten mehr als 17.000 Besucher das Pferdesportfestival Equitana Open Air auf dem Maimarktgelände in Mannheim. Mecklenburg-Vorpommern präsentierte am Gemeinschaftsstand der Bundesarbeitsgemeinschaft Deutschland zu Pferd Themen wie Strandreiten, Kinderreitferien oder Reitlehrgänge.



Foto: LANDURLAUB

Der 165 Kilometer lange Gestütsreitweg zwischen Redefin und Neustadt (Dosse) wurde vom Fachverband Landurlaub und dem Forstamt instand gesetzt, Äste weg- und Schilder frei geschnitten. Bis der Verein Gestütsweg e. V. eine einheitliche Beschilderung umgesetzt, zeigen jetzt Baummarkierungen „R“ den Weg in Richtung Redefin und „N“ nach Neustadt (Dosse).



Foto: Kastlerat

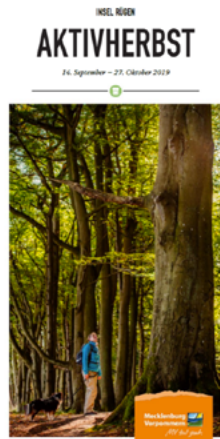
Der österreichische Busreiseveranstalter Reiseparadies Kastler hat einen Bus seiner Flotte mit Motiven aus Mecklenburg-Vorpommern bedruckt und fährt damit österreichische Gruppen durch ganz Europa. Mit seinen gestalteten Bussen konnte Kastler bereits mehrfach den Fotowettbewerb „Schönster Bus Österreichs“ von busplaner.de gewinnen.

Angebote für Freizeit und Weiterbildung

Neues und Traditionelles aus den Regionen, Städten und Verbänden

Neue Aktivherbst-Broschüre

Insel Rügen. Die Tourismuszentrale Rügen hat die Broschüre zum diesjährigen Aktivherbst mit rund 90 Aktivangeboten herausgegeben. Zu den überwiegend kostenfreien Formaten zählen auch in diesem Jahr wieder geführte Wanderungen, Radtouren, Lauf- und Yogaangebote, sowie Fitness und hochkarätige Sport-Events, wie der Kap Arkona Lauf oder der Baaber Heidelauf. Die Auftaktveranstaltung am 14. September ist thematisch angelehnt an die Jahreskampagne zur Inselbaukunst der



Titel der Broschüre

Tourismuszentrale Rügen. Die Wanderung führt von Sassnitz zum UNESCO-Welterbeforum mit Wissenswerten zur Baukonstruktion und zu den Herausforderungen eines denkmalgeschützten Bauobjekts in einem Nationalpark. Neben den Informationen zu den einzelnen Aktivangeboten gibt die Broschüre Auskunft über Anresemöglichkeiten mit den öffentlichen Verkehrsmitteln. Die neue Broschüre ist sowohl online als auch in gedruckter Form verfügbar. www.ruegen.de/aktivherbst

Dreiecksgeschichten erleben

Mecklenburg-Schwerin. Der Städteverbund Ludwigslust, Grabow und Neustadt-Glewe, der unter der Bezeichnung „Dreiecksgeschichte“ kooperiert, hat den neuen Aktiv-Atlas für die Region heraus-

gegeben. Auf 60 Seiten sind Tipps zu Wasserwanderrastplätzen, Trabant- und Floßverleih, zum Gestütsweg für Reiter, zu Kutsch- und Kremserfahrten, zu Radtouren, Sehenswürdig-

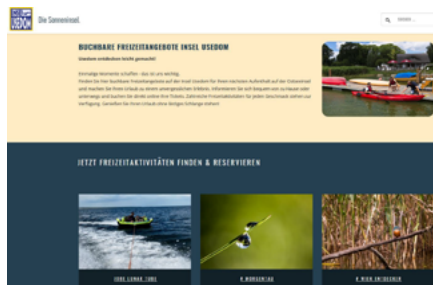


Titel des Aktiv-Atlas

keiten, Manufakturen und der Entdecker-routen-App zusammengestellt. Unter der Rubrik „Hits für Kids“ sind unter anderem der Barracuda Beach, das Luna Filmtheater und Hof Willi in Glaisin enthalten. Ziel des Städteverbundes ist es, die Touristen länger in der Region halten zu können. www.dreiecksgeschichte.de

Freizeitangebote online buchbar

Insel Usedom. Die Usedom Tourismus GmbH (UTG) geht mit der Online-Buchbarkeit touristischer Leistungen auf der eigenen Webseite an den Start. Anbieter von Freizeitaktivitäten können dank der Software-Lösung von bookingkit ab sofort ihre Angebote auf www.usedom.de/buchbare-freizeitangebote vermarkten.



Screenshot der Webseite www.usedom.de

Sie profitieren nicht nur von der Reichweite des größten Portals der Insel, sondern auch von der Einbindung bei weiteren Drittanbietern wie Expedia, Mydays, „Reserve with Google“ oder „GetYourGuide“. Durch Einbindung auf der Startseite, Google-Werbung, Präsentation im Newsletter an rund 100.000 Endkunden, einen Blog-Beitrag und ein separates Schreiben an alle Gäste, die ihren Sommerurlaub über die Zimmervermittlung der UTG gebucht haben, wird über diesen neuen Service informiert. www.usedom.de

Top-Up-Studium für Berufstätige

Schwerin. Ab Oktober 2019 bietet die Fachhochschule des Mittelstands (FHM) Schwerin ihren berufsbegleitenden Bachelorstudiengang „International Hotel & Tourism Management“ im neuen Studienformat Top-Up an. Berufstätige Tourismus- und Veranstaltungskaufleute, die eine abgeschlossene Berufs- oder Fachschulausbildung vorweisen, kön-

nen durch die Anrechnung dieser Vorqualifikationen ihre berufsbegleitende Studiendauer auf zwei Jahre verkürzen.



Logo der Fachhochschule des Mittelstands

Für die Vorstellung des neuen Studienkonzepts lädt die Fachhochschule am 23. Juli 2019 in die FHM Schwerin, August-Bebel-Straße 11/12, ein. Die Veranstaltung findet von 16.00 bis 17.30 Uhr statt. www.fh-mittelstand.de

Audiotour zur Romantik

Vorpommern. Für die Route der Norddeutschen Romantik zwischen Greifswald und Wolgast, vorbei an Originalschauplätzen, Lebens- und Wirkungsstationen berühmter romantischer Künstler, hat der Tourismusverband Vorpommern ein zehnteitiges Faltblatt in Deutsch, Englisch und Polnisch neu aufgelegt und eine neue Audiotour in Deutsch und Englisch mit interessanten Informationen entlang aller Stationen und finanzieller Unterstützung aus dem Vorpommern-Fonds erstellt. In Kooperation mit der Hochschule Stral-



Hinweis zur Audiotour entlang der Romantik-Route

sund und dem Projekt „DigiMED&TOUR Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Rostock“ ist die Audiotour als digitaler Reiseführer über die Plattform und App „izi.TRAVEL“ abrufbar. Der kostenfreie Download bietet auch die Möglichkeit vor oder nach der Tour Inhalte abzurufen. Sprachneutrale QR-Code-Aufkleber auf den Infotafeln und Printprodukten machen zukünftig auf das Audio-Erlebnis aufmerksam. www.romantik.vorpommern.de

Zoover-Award für Deutschland als bestes Campingland Europas

Befragung von knapp 30.000 Niederländern ausgewertet

Deutschlands Beliebtheit als Campingreiseziel steigt in der Gunst der Niederländer rasant an. Laut einer Befragung von knapp 30.000 Nutzern des Onlineportals Zoover.nl stieg Deutschland vom neunten Platz im Jahr 2016 auf den Spitzenplatz 2019. Im Ranking erhielt Deutschland 8,47 Punkte, auf den Plätzen folgen Österreich (8,39), Tschechien (8,02), Frankreich (7,95) und Luxemburg (7,85). Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der Deutschen Zentrale für Tourismus, erklärte dazu: „2018 stieg die Zahl der Übernachtungen aus dem Nachbarland auf

deutschen Campingplätzen im Vorjahresvergleich um 8,6 Prozent. Damit generierten niederländische Urlauber die Hälfte der 4,8 Millionen internationalen Camping-Übernachtungen. Die Verleihung des Zoover-Awards ist ein eindrucksvoller Beleg für die Qualität und Professionalisierung unseres Campingangebotes.“ Die Niederlande sind mit insgesamt 11,4 Millionen Übernachtungen der wichtigste Quellmarkt für den deutschen Incoming-Tourismus. Acht Prozent aller niederländischen Urlauber sind Camper und generieren mehr als 20 Prozent der Übernachtungen.

Schlussendlich (124)

Das ewig Weibliche zieht uns hinan. Es ist dieses leicht antiquierte, weil gegen den Augenhöhe-Trend stehende Schlusswort aus dem Goetheschen Faust, das uns in diesen Tagen Trost und Halt spendet. Denn das ewig Männliche zieht heran, und das auch nicht eben gentleman- oder gender-like: DER Ostsee kommt, und wird zum Namensbegleiter und womöglich auch touristischen Konkurrenten der Ostsee, was also unsere Ostsee bzw. DIE Ostsee ist. In diesem Frühjahr wurde mit dem Fluten der vielleicht bald größten künstlichen Seenlandschaft Europas in der Lausitz begonnen. Ist das der Kampf der Geschlechter mit wässrigen Mitteln? Das Ringen der Geschlechtswörter, uns geläufiger als Artikel? Das Messen der Attribute: natürlich vs. künstlich? Droht die Ostsee ihren Nimbus als die(!) touristische Marke in Deutschland zu verlieren? Das fühlte sich dann ein wenig so an wie damals für die hiesigen Fußballfans, als Energie Cottbus dem F. C. Hansa Rostock den Rang als einziger und damit erfolgreichster ostdeutscher Bun-

desligist streitig zu machen anschickte. So weit ist es im weiblich-männlichen Wasserstreit noch nicht. Denn es ist ausgerechnet der auch unsere (die) Seenplatte belastende aktuelle Wassermangel, der dem Cottbuser Ostsee vorläufig den Hahn abstellt. Zurzeit läuft da nichts. Und wir werden sehen, ob das Ziel, bis 2030 einen ehemaligen Braunkohleabbau zu einem 1.900 Hektar großen Landschaftspark zu wandeln, gehalten werden kann. Vermeintlich eine Galgenfrist für die Einzigartigkeit der einzigen, unserer Ostsee mit ihren Buchten, Busen und Buckelwalen (hin und wieder). Wenn allerdings der Klimawandel inzwischen schneller als der Strukturwandel verläuft, liegt das Gute daran überhaupt nicht so nah, um Goethe nochmal zu berühren. Auch unsere schönsten Schwestern – die Ostsee und die Seenplatte – sehen sich nicht in erster Linie männlichen, sondern menschlichen Bedrohungen ausgesetzt. Der Wandel. Die Gefahr. Das Risiko. Jedes Kapitel ein Artikel für sich.

Bücher übers Land



Carl Malchin (1838–1923) gilt als Entdecker der Landschaften Mecklenburgs. Wie die französischen Künstler der Schule von Barbizon malte er direkt in der Natur und gehörte zu einer modernen Generation von Landschaftsmalern, die das Nebensächliche und Beiläufige zu ihrer Kunst erhoben. Vor allem die sich türmenden Wolken und vom Wind durchwehten Landschaften der Schweriner Umgebung und der Ostsee hielt er gekonnt mit dem Pinsel fest. Für die Großherzoglichen Kunstsammlungen in Schwerin wirkte er als Restaurator und vermachte dem Museum zu Lebzeiten seine eigene Ölskizzensammlung. Der Katalog stellt Malchins Skizzen und Gemälde im Besitz des Staatlichen Museums Schwerin vor, das die gleichnamige Ausstellung noch bis 6. Oktober 2019 zeigt.

Von Barbizon bis ans Meer: Carl Malchin und die Entdeckung Mecklenburgs

Tobias Pfeifer-Helke

Erschienen im Juli 2019 im Deutscher Kunstverlag, 29,90 Euro, 256 Seiten, gebunden, ISBN 978-3422980280

Ausbildungsangebot im Tourismus erweitern

DTV entwickelt Leitfaden zur Orientierung für Betriebe

Der Deutsche Tourismusverband (DTV) beschäftigt sich verstärkt mit dem Thema Ausbildung und Bildung im Deutschlandtourismus. Neben der Auswertung von Umfragen bei verschiedenen Zielgruppen in den Jahren 2018 und 2019 wurde ein Leitfaden zur Orientierung für touristische Ausbildungsbetriebe erstellt. Diese Informationen sind zu finden im Downloadbereich der DTV-Webseite www.deutschertourismusverband.de.

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

