



dwif
consulting

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

27. Tourismustag Mecklenburg-Vorpommern

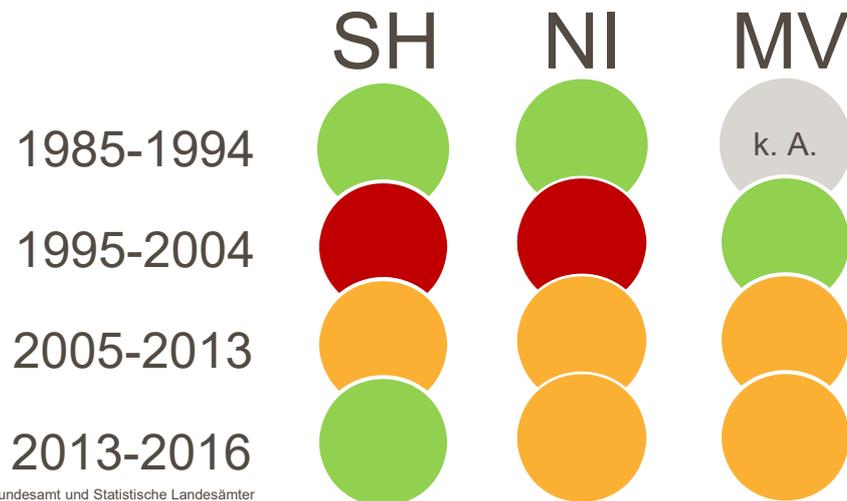
dwif-Consulting GmbH
Lars Bengsch
l.bensch@dwif.de
www.dwif.de

Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. © 2017 dwif-Consulting GmbH.
Dieses Dokument ist Teil der Präsentation und ohne die mündliche Erläuterung unvollständig.

MV-Tourismus im Vergleich

Übernachtungsdynamik in Norddeutschland

Durchschnittliche jährliche Wachstumsraten der Übernachtungen



Quelle: dwif 2017, Daten Statistisches Bundesamt und Statistische Landesämter

29.11.2017

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

Folie 3

dwif
consulting

MV wächst weiter, aber andere auch

Gewerbliche Übernachtungen 2016/2011



Quelle: dwif 2017, Daten Statistisches Bundesamt und Statistische Landesämter

29.11.2017

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

dwif
consulting

Destinationstypen im Vergleich

Gewerbliche Übernachtungen 2016/2011



Destinationstyp	Deutschland	MV
Seenregionen	+10,3%	-0,6%
Städte	+22,5%	+18,8%
Küsten	+12,2%	+12,2%
Ländliche Regionen	+9,1%	+1,4%

Quelle: dwif 2017, Daten Statistisches Bundesamt und Statistische Landesämter

29.11.2017

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

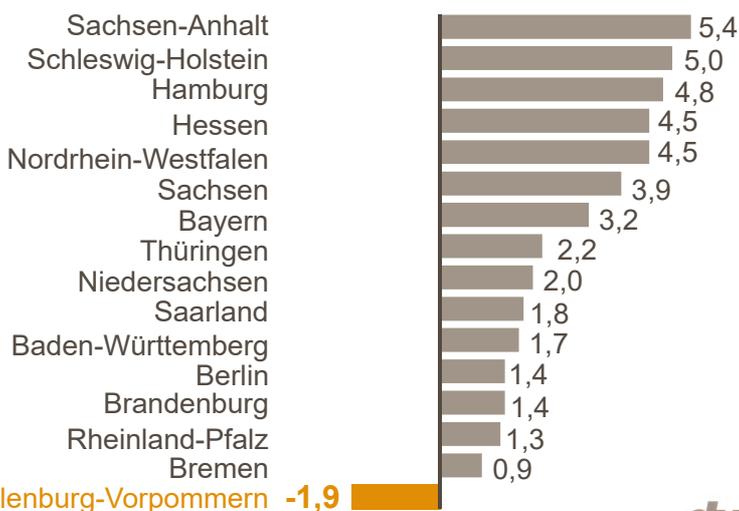
Folie 5

dwif consulting

2017 aktuell: Schlusslicht

Übernachtungen Januar-September 2017 ggü. Vorjahr in %

(D: +2,7%)



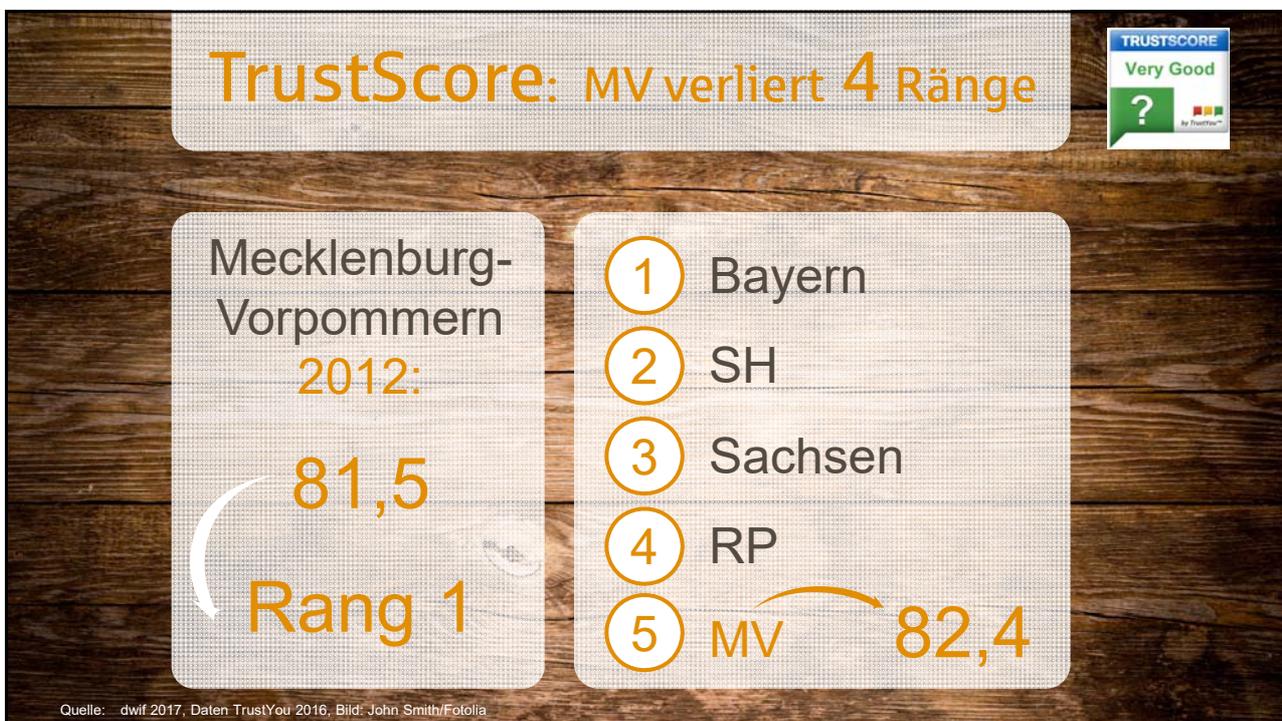
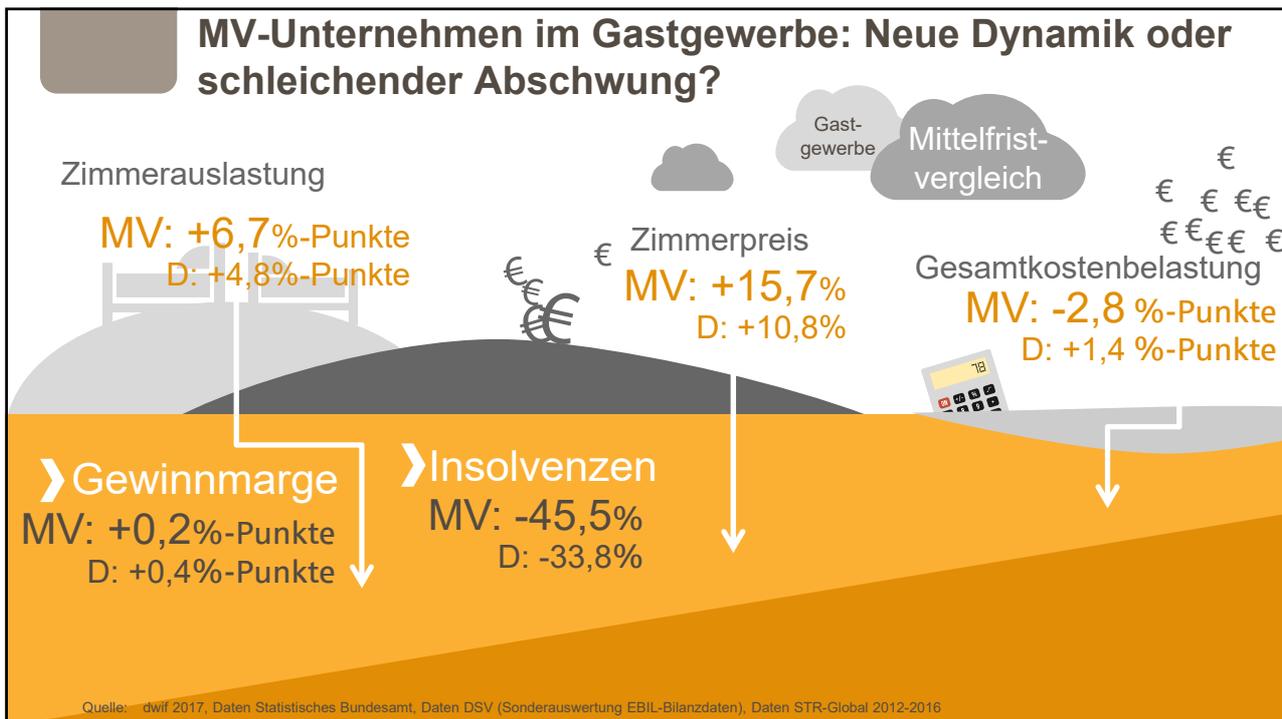
Quelle: dwif 2017, Daten Statistisches Bundesamt

29.11.2017

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

Folie 6

dwif consulting



Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern:

Vom Motor zum Mitläufer im
Deutschland-Tourismus – neue
Perspektiven sind gefragt!

dwif
consulting

29.11.2017

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

Folie 9

Management- und Marketingorganisationen im Tourismus

dwif
consulting

29.11.2017

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

Folie 10

dwif Prüfradar DMO der Zukunft – Entwicklungen



29.11.2017

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

Folie 11

dwif consulting



Alte Strukturen treffen auf neue Herausforderungen!

Bild: motorradabr / Fotolia

Marketing
ohne Budget

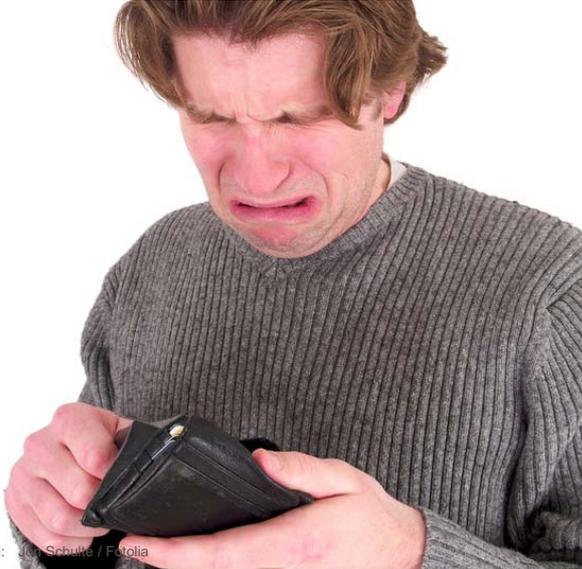


Bild: Juri Schulte / Fotolia

Management
ohne Durchgriff



Bild: leandralacuerva / Fotolia

Neue Wege gehen!



Bild: th schnuerer / Fotolia

DestinationsMarketingOrganisation
↓
DestinationsManagementOrganisation
und
DestinationsServiceOrganisation

Quelle: dwif, u.a. in Anlehnung an WERKSCHAU DESTINATIONCAMP 2015

29.11.2017

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

Folie 15

dwif
consulting

Tourismusmanagement
↓
Regionalmanagement

Quelle: dwif, u.a. in Anlehnung an WERKSCHAU DESTINATIONCAMP 2015

29.11.2017

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

Folie 16

dwif
consulting

Entscheidend:
Ein positives Tourismusklima
Bevölkerung – Betriebe – Beschäftigte –
Besucher

29.11.2017

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

Folie 17

dwif
consulting

politische Strukturen
↓
kundenorientierte Strukturen

Quelle: dwif, u.a. in Anlehnung an WERKSCHAU DESTINATIONCAMP 2015

29.11.2017

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

Folie 18

dwif
consulting

Vermarktung
↓
(Daten-)Management & Service

Quelle: dwif, u.a. in Anlehnung an WERKSCHAU DESTINATIONCAMP 2015

29.11.2017

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

Folie 19

dwif
consulting

Einzelkämpfer
↓
Partnerschaft auf Augenhöhe

Quelle: dwif, u.a. in Anlehnung an WERKSCHAU DESTINATIONCAMP 2015

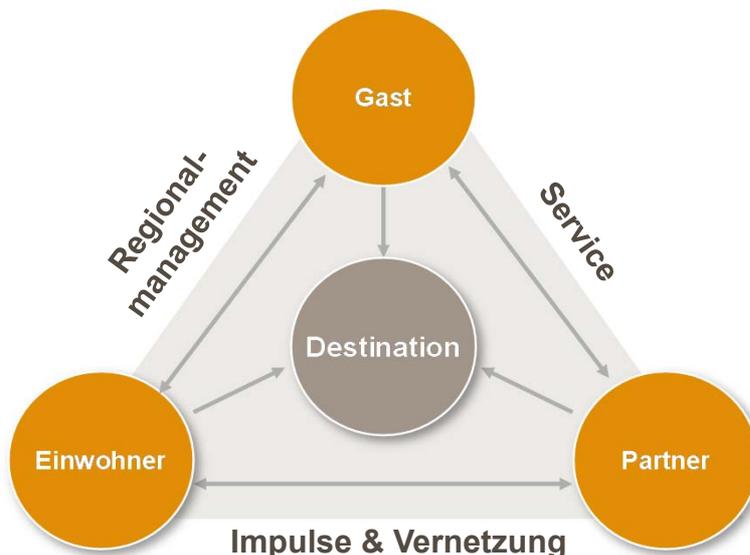
29.11.2017

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

Folie 20

dwif
consulting

Wohin führt der Wandel?



Quelle: dwif, u.a. in Anlehnung an WERKSCHAU DESTINATIONCAMP 2015

29.11.2017

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

Folie 21

dwif
consulting

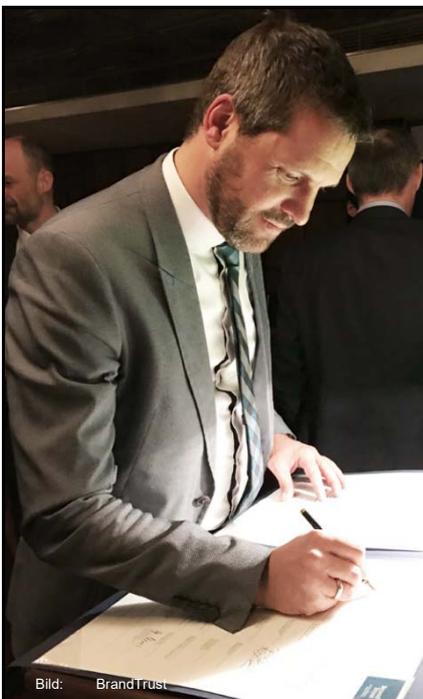
Aufbau und Pflege einer eigenen, starken Marke sind Kernaufgaben

29.11.2017

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

Folie 22

dwif
consulting

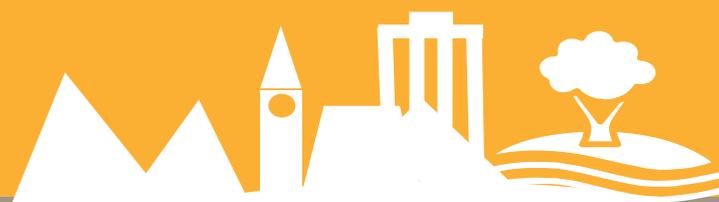


„Warum ist das
neue Wohin“

dwif
consulting



Wie können die Destinationen die Qualitätswünsche der Gäste erfüllen?



29.11.2017
Folie 26





Ohne Qualitäts-Strategie geht es nicht! Qualitätsprozessaktiv steuern

Wie lautet unser
Q-Versprechen?

Wie sehen unsere
Q-Management –
Ziele aus?

Welche Rolle
übernehmen wir im
Q-Prozess in und
für unsere Region?

Wer sind unsere
Partner im
Q-Prozess?

Quelle: dwif 2017

29.11.2017

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

dwif
consulting

Qualität als Perpetuum mobile



Quelle: dwif 2017

29.11.2017

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

Folie 29

dwif
consulting

**„Qualität kann
man nicht
organisieren.“**

**# Wahrheit: Qualität
MÜSSEN Sie sogar
managen!**

29.11.2017

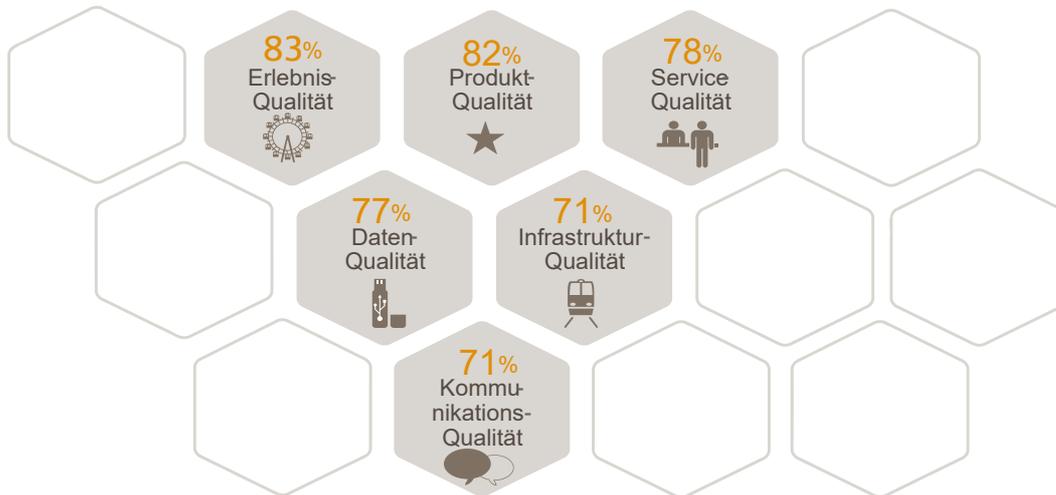
Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

Folie 30

dwif
consulting

Produkt- und Erlebnisqualität nicht vergessen

TOP-Qualitätsfaktoren aus Sicht der DMO mit (sehr) hohem Handlungsbedarf



Quelle: dwif 2017, Daten Onlinebefragung der Destinationen in Mecklenburg-Vorpommern

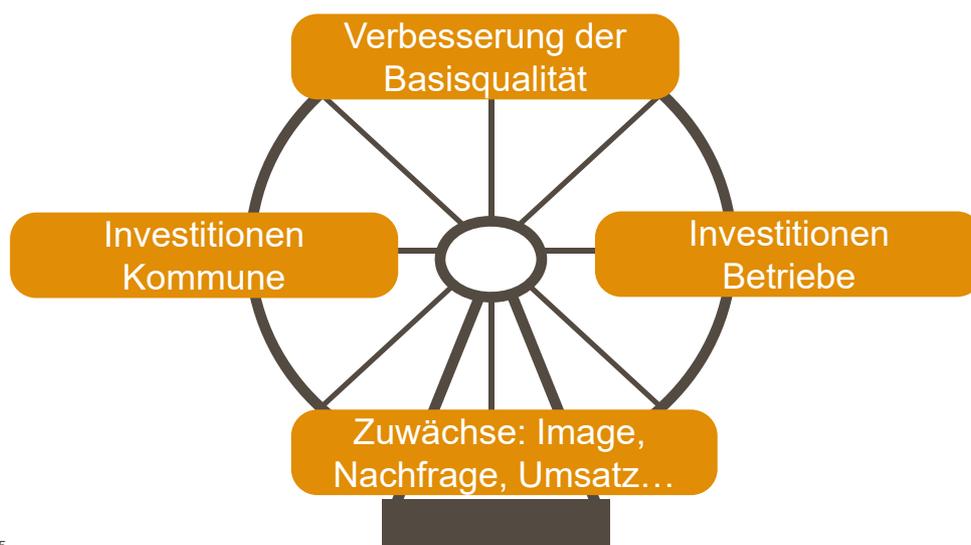
29.11.2017

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

Folie 31

dwif consulting

Ziel: Dauerhafter Kreislauf von öffentlichen und privaten Investitionen



Quelle: dwif 2015

29.11.2017

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

Folie 32

dwif consulting

„Bei Qualität geht es vor allem um Infrastruktur- und Servicequalität.“

**# Wahrheit:
Ja, aber der Erlebniswert zählt.**

29.11.2017

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

Folie 33

dwif
consulting

DMO: Erlebnis-Architekt

Ganzheitlicher Blick und Gespür für Erlebniswert gefragt.



- Von der Angebotsdarstellung zur Glücksgestaltung übergehen
- Erlebnisnetzwerk aus Qualitätsanbietern knüpfen
- Verbindendes Erlebnismoment der Region herausarbeiten und gemeinsam mit Leben füllen.

29.11.2017

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

Folie 34

dwif
consulting



**DMO:
Erlebnisqualität
verbessern**

**Q-Prozess
steuern**

**Gäste-Glück
gestalten**

Q-Strategie

Q-Erlebnis

Quelle: dwif 2017, Bild: weseetheworld / Fotolia

Organisatorische Verankerung des Themas Qualität auf Landesebene

Mecklenburg-Vorpommern **Marketing** Urlaubsdesign Service Verband

Qualität und Nachhaltigkeit



Harald Machur
Leiter Qualität und Nachhaltigkeit
Telefon: 03 81 - 40 30 620
e-mail: h.machur [at] auf-nach-mv.de



Annette Rösler
Projektmanagerin „Tourismus für Alle“
Telefon: 03 81 - 40 30 676
e-mail: a.roesler [at] auf-nach-mv.de



Horst Klüber
Projektmitarbeiter „Tourismus für Alle“
Telefon: 03 81 - 40 30 664
e-mail: h.klueber [at] auf-nach-mv.de



Reinhard Schwarz
Mitarbeiter Qualitätsmanagement
Telefon: 03 81 - 40 30 627
e-mail: r.schwarz [at] auf-nach-mv.de

Mitgliederversammlung 16.06.2016

Qualität

Die Geschäftsstelle des Verbandes wird das Thema Qualität in der Struktur personell verankern.



tmv.de

Quelle: www.tmv.de

29.11.2017

Standortbestimmung: Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Deutschlandvergleich

Folie 36

dwif
consulting

Vom Motor zum Mitläufer im Deutschland-Tourismus – neue Perspektiven sind gefragt

- ✓ Angebot wettbewerbsfähig halten und weitere Wertschöpfungspotenziale erschließen.
- ✓ Innovations- und Investitionsstärke (wieder-)erlangen.
- ✓ Offen sein, neue Wege zu gehen.
- ✓ Wandel im Destinationsmanagement aktiv gestalten.
- ✓ Marke als Kernaufgabe verstehen – Bedeutung generieren.
- ✓ Q-Strategie entwickeln und Q-Erlebnisse schaffen.

Quelle: dwif 2017, Bild: R. Kneschke/Fotolia





dwif-Consulting GmbH
Beratung und Forschung für die Tourismusbranche und Freizeitwirtschaft

Ihr Ansprechpartner

 **Lars Bengsch**
Tel.: +49(0)89 / 237 028 9-11
l.bensch@dwif.de

Büro München
Sonnenstr. 27
80331 München

www.dwif.de

dwif
consulting

    
twitter | facebook | google+ | xing | rss

Urheberschutz
Alle Rechte vorbehalten. © 2017 dwif-Consulting GmbH. Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes und des Vertrags zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer ist ohne Zustimmung der dwif-Consulting GmbH unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Übersetzung, Mikroverfilmung und Speicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.