

Tourismuszeitung

Mecklenburg-Vorpommern

Ausgabe 9 - 2016



Wirtschaftsfaktor Tourismus

Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern ist Impulsgeber für die gesamte Volkswirtschaft

Die erste Phase der Erarbeitung der neuen Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern ist abgeschlossen. Wichtigstes Ziel war die Messung der wirtschaftlichen Bedeutung der Tourismuswirtschaft in MV.

Die touristische Wertschöpfung beträgt 4,1 Milliarden Euro und macht damit zwölf Prozent der gesamten Bruttowertschöpfung in Mecklenburg-Vorpommern aus. 17,8 Prozent der Erwerbstätigen in MV, also 131.254 Menschen, arbeiten in Tourismusunternehmen und tourismusnahen Unternehmen.

Von den 4,1 Milliarden Euro werden 3,3 Milliarden Euro von Tourismusunternehmen (zum Beispiel Umsätze durch Gäste in Hotels, Restaurants oder im Einzelhandel) erbracht.

Damit liegt die Bruttowertschöpfung des Tourismus, die als Querschnittsbranche gilt, mit 9,6 Prozent noch vor dem Baugewerbe mit einem Anteil von 6,5 Prozent. Deutschlandweit liegt sie bei einem Anteil von 4,4 Prozent (Jahr 2010).

Tourismusnahe Unternehmen (zum Beispiel Zulieferer von Waren) leisten einen

Beitrag von 761 Millionen Euro. Hinzu kommt, dass die Angebote und Leistungen der Tourismuswirtschaft im Wesentlichen auf privater Nachfrage beruhen. Damit unterscheidet sie sich beispielsweise vom Gesundheits- und Sozialwesen.

Die meisten Ausgaben werden für Beherbergung (22,4 Prozent), Gaststättenleistungen (18,7 Prozent) und restliche Güter



Auszug aus dem Faltblatt Tourismuskonzeption

(22,4 Prozent), wie zum Beispiel Souvenirs, Kleidung und Schuhe, ausgegeben. Damit machen die Ausgaben der Touristen etwa zwei Fünftel der Einzelhandelsumsätze aus.

Informationen zur Landestourismuskonzeption auf Seite 5

Aus dem Inhalt

Tourismuskonzeption

Wirtschaftsfaktor Tourismus

> Seite 01

Hier spricht der Experte

Markus Luthé, Geschäftsführer Hotelverband Deutschland, über den Referentenentwurf zur EU-Pauschalreiserrichtlinie

> Seite 03

TMV aktuell

Neue Kernkampagne MV

> Seite 02

Landestourismuskonzeption

> Seite 05

Vermischtes:

Bücher *übers Land*: Mecklenburgische Seenplatte

Schlussendlich (93) > Seite 09

Zahl des Monats

63.366

Besucher verfolgten „Das Geisterschiff“ des Piraten-Open-Air-Theaters in Grevesmühlen und damit sechs Prozent mehr als 2015. Damit endete die zwölfte Episode mit einem neuen Besucherrekord.

Die neue Marketing-Kernkampagne des Urlaubslandes MV

Stärkere Konzentration und Bündelung im touristischen Marketing

Die neue **Kernkampagne** des Urlaubslandes Mecklenburg-Vorpommern soll in finanziell und wettbewerbsseitig herausfordernden Zeiten eine neue Qualität des Marketings, der Zusammenarbeit und Abstimmung bringen. Sie geht von den Schwerpunkten des Kommunikations- und Markenkonzeptes und dessen 2016 erfolgter Evaluierung aus. Sie soll Budgets bündeln, Themen konzentrieren, Aktivitäten vernetzen und gemeinsam mit den Partnern in Richtung Kampagnenfähigkeit wirken. Die Kernkampagne ist der strategische Ansatz, um diese Konzentration zu schaffen und für alle das meiste herauszuholen. Sie wurde für 2017 in der ersten Stufe erarbeitet und wird in den kommenden Jahren konsequent weiterentwickelt und um weitere Bestandteile angereichert. Ziele sind Klarheit und Transparenz nach innen (Branche) und außen (Kunden).

Die Kernkampagne 2017 steht in Verbindung mit dem Jahresthema „Tradition und Brauchtum“. Sie liefert darüber hinaus jedoch genügend Spielraum, eigene Image- und Schwerpunktthemen zu inszenieren, um sich zum Beispiel stärker als **Aktiv-, Familien- oder Kulturreiseziel** zu positionieren. Die Kampagne ist

crossmedial angelegt und vernetzt, zielgruppengenau sowie reichweitenstark geplant. Sie umfasst Marketingmaßnahmen unterschiedlicher Form, welche einzeln und in der Summe eine starke Kommunikation garantieren.

Der Einstieg ist auf sieben Stufen – von Diamant bis Kreide – in vier Themenbereichen möglich. Der **Kerncontent** der Kampagne wird so angelegt, dass er die Verbreitung in möglichst vielen Instrumenten und Maßnahmen erlaubt. Der zeitliche Schwerpunkt liegt im Frühjahr. Ein wesentlicher Baustein der pro Paket bis zu **21 Leistungen** umfassenden Kernkampagne ist das **Urlaubsmagazin 2017**, das als inspirierendes Instrument zur Neukundengewinnung weiterentwickelt wurde und in verschiedenen Ausführungen erscheint – als Kernmagazin ebenso wie als E-Magazin und als Beilage für Zeitungen sowie Zeitschriften. Neu sind drei Beilagen in den genannten Themenbereichen. Bis zu diesen wird der Kerncontent idealerweise verlängert beziehungsweise angepasst, sodass eine nahtlose, effiziente und wirkungsvolle Marketingarbeit entsteht.

Weitere Informationen sind in Kürze unter www.tmv.de/kernkampagne verfügbar.

Bis zu 21 Leistungen pro Paket

und weitere Zusatzoptionen hier geht der text weiter und kann durchaus auch zweizeilig sein.



Die Palette von Einzelleistungen innerhalb der Pakete reicht vom Urlaubsmagazin 2017 (Kernmagazin) über Beileger in Zeitungen und Zeitschriften bis hin zu Maßnahmen im PR-Bereich.

- Kernmagazin
- Beileger Zeitung
- Beileger Zeitschrift
- Marco Polo Travelmagazin
- Webvideo
- 360-Grad-Video
- 360-Grad-Panoramafoto
- Gruppenpressereise
- Medienkooperation WAZ | Print und Online
- Medienkooperation WAZ | Promotion
- Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden«
- auf-nach-mv.de | Startseiten-Keyvisual
- auf-nach-mv.de | Startseiten-Teaser
- auf-nach-mv.de | Content-Integration
- auf-nach-mv.de | Angebot
- facebook.com/aufnachmv
- Endkundennewsletter
- PR | Versand und Reportage
- PR | Partnerdarstellung und Themenpressediens
- PR | Versand von Short News

+++ NEWSTICKER +++

+++ Die **Hansestadt Stralsund** trägt seit dem 1. August den Titel „staatlich anerkannter Erholungsort“ und ist damit die erste große kreisangehörige Stadt in Mecklenburg-Vorpommern mit diesem Titel. www.stralsund.de +++ **Alte-fähr**, einer der ältesten Orte der Insel Rügen, wurde am 26. August 2016 zum „Seebad“ ernannt. www.altefaehr.de +++ Der **Stadthafen Waren (Müritz)** wurde für 9,98 Millionen Euro erweitert. Das Ministerium für Wirtschaft, Bau und Tourismus förderte den Ausbau mit rund 6,6 Millionen Euro aus Mitteln der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“. www.waren-mueritz.de +++ Guido Zöllick, Präsident des **Dehoga MV** und stellvertretender Chef des Bundesverbandes, tritt am 21. November 2016 zur Wahl um die Nachfolge von Ernst Fischer als Präsident des Dehoga Bundesverbandes an. www.dehoga-mv.de +++ In der **Stadt Usedom** wurde offiziell mit den Bauarbeiten für das Usedomer-See-Zentrum, einem Stadthafen mit Wasserwanderrastplatz und touristischem Zentrum, begonnen. www.stadtinfo-usedom.de +++ Der **Flughafen Rostock-Laage** sucht einen neuen Geschäftsführer. Dr. Rainer Schwarz, der seit Dezember 2014 den Flughafen leitete, übernimmt demnächst die Geschäftsführung beim Regionalflughafen Münster/Osnabrück. www.rostock-airport.de +++ Das Wirtschaftsministerium fördert mit 1,15 Millionen Euro den 1,54 Millionen Euro teuren Ausbau des **Flughafens Heringsdorf**. Unter anderem wird ein neues Gepäckförderband, eine mobile Gangway, sowie ein leistungsfähiges Bodenstromaggregat finanziert. Der Hauptanteil der Mittel fließt jedoch in die Modernisierung der Verkehrswege auf dem Rollfeld. www.flughafen-heringsdorf.de +++ Die **Müritz-Saga** hat ihre elfte Episode „Das Vermächtnis“ mit einem leichten Besucherplus mit mehr als 18.500 Besuchern beendet. www.mueritz-saga.de +++ Der Fahrradverleih Warnemünde und das Braugasthaus „Zum alten Fritz“ haben sich als 21. und 22. Qualitätsbetrieb in Rostock erfolgreich für ihre „**ServiceQualität**“ zertifizieren lassen. www.rostock.de/qualitaetsstadt +++

Ausschnitt aus der Broschüre zur Kernkampagne 2017, die beim TMV bestellt oder unter www.tmv.de heruntergeladen werden kann.

Wird die Hotelbuchung zur Pauschalreise?

Markus Luthé, Hauptgeschäftsführer Hotelverband Deutschland (IHA), über den Referentenentwurf des Bundesjustizministeriums zur Umsetzung der neuen EU-Pauschalreiserichtlinie



Foto: Hotelverband Deutschland

Markus Luthé, Hauptgeschäftsführer Hotelverband Deutschland

TMV:

Der neue Gesetzentwurf des Bundesministeriums für Justiz und Verbraucherschutz (BMJV) zur Umsetzung der EU-Pauschalreiserichtlinie in deutsches Recht liegt vor. Was stört Sie daran am meisten?

Markus Luthé:

In unseren Augen ist der Referentenentwurf des BMJV schlichtweg unangemessen und unverhältnismäßig. Auf die ohnehin schon überzogenen Vorgaben der EU-Richtlinie sattelt das Bundesjustizministerium noch drauf.

Zudem kritisieren wir die Fülle schwammiger und schlicht unverständlicher Vorschriften, die der Referentenentwurf enthält. Selbst in den Passagen, bei denen er sich um eine originalgetreue Umsetzung bemüht, fehlt es an Rechtsklarheit und Rechtssicherheit.

Insbesondere über die Anwendung des Pauschalreiserechts auch auf Einzelleistungen ist die gesamte Tourismusbranche besorgt. Der unklare Wortlaut der Vorschrift macht nahezu jede Leistung zur Pauschalreise, gleichgültig ob es sich um eine Übernachtung in einem Hotel, eine Busreise oder eine Bahnfahrt handelt.

TMV:

Welche Reichweite und Folgen hätte der aktuelle Entwurf für das Beherbergungsgewerbe in Deutschland aus Ihrer Sicht?

Luthé:

Der Referentenentwurf ist aus Sicht der Branche praxisuntauglich und wird zu wesentlichen Einschränkungen des touristischen Angebots in Deutschland führen. Eine Buchung einer Hotelübernachtung – ob mit oder ohne Zusatzangebot vor Ort – direkt beim Leistungsträger ist doch keine Pauschalreise, die ein besonderes Schutzbedürfnis des Verbrauchers auslöst. Sollte das Gesetz in der jetzt geplanten Fassung umgesetzt werden, führt es zu einer nachhaltigen Schädigung der mittelständisch geprägten Hotellerie in Deutschland.

Auf die Hotellerie kämen umfangreiche, formalistische Informationspflichten vor Vertragsschluss als auch vor Reisebeginn, unter Umständen die Pflicht zur Insolvenzabsicherung sowie die Erfüllung einer Vielzahl von verbraucherschützenden Vorschriften zu, die ein kleines oder mittleres Hotel nur schwer erfüllen kann.

TMV:

In der gemeinsamen Stellungnahme von Dehoga und IHA fordern Sie außerdem eine deutlichere und klarere Abgrenzung zwischen einzelnen Reiseleistungen und einer Pauschalreise. Warum?

Luthé:

Um Ihnen ein konkretes Beispiel zu geben: Selbst Tagesreisen mit einem Wert von mehr als 75 Euro sollen als Pauschalreisen gelten. Wenn Gäste also im Hotel vor Ort noch einen Tagesausflug dazu buchen, müssten sie demzufolge denselben bürokratischen Formalismus über sich ergehen lassen, als ob sie ihren gesamten Jahresurlaub erneut buchten. Dafür haben weder Gäste noch wir als Gastgeber Verständnis.

Es passt ins Bild, dass der Gesetzgeber zugleich auch noch das Bußgeld für Hotellers, die Kundengelder ohne Insolvenzabsicherung annehmen, um das Sechsfache von 5.000 auf 30.000 Euro erhöhen will. Aufgrund der unklaren Rechtslage kann der Hotelier aber nicht einmal wissen, ob es sich bei seinem Angebot um eine Pauschalreise handelt. So

kriminalisiert man im Handstreich eine gesamte Branche.

TMV:

Am 15. Juni 2016 wurde der Entwurf veröffentlicht. Am 23. August 2016 gab es eine Verbändeanhörung. Wie geht es bis zum Inkrafttreten des Gesetzes am 1. Juli 2018 weiter?

Luthé:

In einem gemeinsamen Brief an Bundesjustizminister Heiko Maas haben wir, die von der Pauschalreiserichtlinie betroffenen Verbände der Tourismuswirtschaft, auf die massiven Schäden hingewiesen, die durch den geplanten deutschen Sonderweg in der Umsetzung der europäischen Richtlinie drohen. Der Referentenentwurf muss aus unserer Sicht grundlegend überarbeitet werden, um die negativen Konsequenzen abzumildern. Insbesondere fordern wir eine praxistaugliche Definition des Begriffes der Pauschalreise, die explizite Herausnahme von Einzelleistungen und eine Sicherstellung, dass der Vermittler verschiedener Reiseleistungen nicht selbst zum Reiseveranstalter wird.



Logo des Hotelverbandes Deutschland (IHA) e. V.

Der Referentenentwurf und die Stellungnahmen sind auf den Seiten des Bundesministeriums für Justiz und Verbraucherschutz zu finden unter www.bmjv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/DE/Drittes_Gesetz_Pauschalreiserichtlinie.html.

Urlaubsland MV startet Herbstkampagne

Vermarktung der kulinarischen und kulturellen Höhepunkte sowie der beliebten Herbst-Winter-Angebote unter einem Dach

Unter dem Slogan „Mecklenburg-Vorpommern: Das Schönste am Herbst“ startet der TMV mit vielen Werbemaßnahmen vor allem im Berliner und Hamburger Raum eine Herbstkampagne. Damit soll die Zahl der Urlauber in der Herbst-Winter-Saison weiter erhöht werden. Unter anderem werden Spots in Berliner Radiosendern geschaltet, 42 Großflächenplakate und je drei Kurzvideos auf mehr als 180 Bildschirmen an



Herbst an der Hohen Düne in Pramort

Berliner Bahnhöfen präsentiert, in analogen und digitalen Medien Anzeigen geschaltet, spezielle Internetseiten und Newsletter mit buchbaren Angeboten bestückt sowie PR- und Social-Media-Maßnahmen umgesetzt. Damit soll die Übernachtungszahl im Herbst, die in den letzten zehn Jahren von 5,45 Millionen auf 6,59 Millionen um 21 Prozent gestiegen ist, weiter erhöht werden.

Tradition & Brauchtum: Vorteil für Regionen?

1. Konferenz am 10. November

Der Tourismusverband Vorpommern und der TMV laden gemeinsam zur Konferenz „Tradition und Brauchtum“ am 10. November 2016 von 10.00 bis 17.00 Uhr im Gutshof Liepen ein. Auf der Tagung



Fischer Dirk Baumann aus Freest

wird diskutiert, wie Authentizität und Ursprünglichkeit einer Region vermarktet werden und welchen Mehrwert erlebbare Traditionen und Bräuche für eine Urlaubsregion haben. Nach dem Einstieg von Prof. Dr. Lohmann vom New Insights for Tourism Kiel werden Best-Practice-Beispiele präsentiert und es gibt Zeit für Gespräche auch mit Vertretern der Politik, ein thematisches Buffet und eine Videopremiere. www.tmv.de/brauchtum
Kontakt: Nele Reidenbach, Doreen Mlodzik, TV Vorpommern, Tel. +49 3834 8910, projekte@vorpommern.de

Hofladenbetreiber aufgepasst!

Neue Schulungsplattform

Zahlreiche Hofläden und Produzenten bieten in Mecklenburg-Vorpommern eine große Vielzahl an unterschiedlichen regionalen Erzeugnissen an. Ebenso vielfältig ist die Ausrichtung der Hofläden, vom kleinen Regal mit wenigen selbstgemachten Produkten bis hin zu großen Dorfläden, die ein vollwertiges Sortiment anbieten.



Hofladen „Kunst & Käse“ in der Region Schaalsee

Mit der ersten Hofladenkonferenz vom Fachverband Landurlaub MV und TMV am 17. Oktober 2016 im Landhotel „Zum Honigdieb“ in Klockenhagen wird den Hofladenbetreibern erstmals eine Plattform für Erfahrungsaustausch, Wissensvermittlung und neue Impulse gegeben. www.tmv.de/typisch-regional
Kontakt: Bianca Kästner, Landurlaub MV, Tel. +49 381 4030631, landurlaub@m-vp.de

1. „fww Roundtable“

Pilotveranstaltung findet am 13. Oktober 2016 in Rostock statt

Am 13. Oktober 2016 laden das Fachmagazin fww und der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern Touristiker zum ersten fww Roundtable nach Rostock ein. Von 10.00 bis 14.00 Uhr referiert Catharina Fischer von Tourismuszukunft über 13 Thesen zur Zukunft des öffentlich finanzierten Tourismus und Sabine Pracht von der fww über Tourismus in vernetzten Welten. Mit dem fww Roundtable zieht die fww durch Deutschland. Lokale Touristiker, Tourismus-Organisationen, Verbände, Kooperationen oder einzelne Touristikunternehmen haben die Möglichkeit, für sie wichtige Themen zu diskutieren und die fww zu Gast zu haben. Inhaltlicher Austausch und Networking stehen dabei im Vordergrund.
Kontakt: Tobias Weitendorf, TMV

2. Markt der regionalen Produkte

Kooperationsgespräche möglich

Nach dem erfolgreichen 1. Markt der regionalen Produkte beim Saisonauftakt der Tourismuswirtschaft im April 2016 in Linstow lädt der Fachverband Landurlaub MV zum 2. Markt am 29. und 30. Oktober 2016 in den Ostseepark Rostock-Sievershagen ein. An diesem Wochenende werden mit dem verkaufsoffenen Sonntag etwa 35.000 Kunden erwartet. Am Sonntagvormittag vor der offiziellen Öffnung des Ostseeparks sind Produzenten und Gastronomen eingeladen, sich



Markt der regionalen Produkte beim Saisonauftakt

miteinander auszutauschen und konkrete Kooperationsgespräche zu führen. www.tmv.de/typisch-regional
Kontakt: Bianca Kästner, Landurlaub MV, Tel. +49 381 4030631, landurlaub@m-vp.de

Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern

Aktive Beteiligung der Touristiker an Online-Plattform und Regionalkonferenzen gefragt

Das Wirtschaftsministerium Mecklenburg-Vorpommern erstellt bis März 2017 eine neue Landestourismuskonzeption. Die Evaluierungsphase ist durch die dwif-Consulting GmbH sowie die Ermittlung der wirtschaftlichen Bedeutung des MV-Tourismus durch die DIW Econ bereits abgeschlossen. Daraus wird deutlich, wie wichtig der Wirtschaftsfaktor Tourismus für das Land ist. In der nun startenden

konzeptionellen Phase sollen möglichst viele Akteure bei der Erarbeitung der Leitlinien für die künftige Tourismusentwicklung in Mecklenburg-Vorpommern eingebunden sowie Meinungen und Erfahrungen gesammelt werden. Dazu wurde auf der Webseite des TMV www.tmv.de/tourismuskonzeption eine Online-Dialogplattform eingerichtet, auf der sich Akteure informieren, Themen

diskutieren und Standpunkte austauschen können. In den nächsten Wochen werden regelmäßig Thesen, Fragen und Gedanken auf der Plattform online zur Diskussion gestellt.

Zudem sollen im Rahmen von drei Regionalkonferenzen, zu denen alle Akteure aus der Tourismusbranche Mecklenburg-Vorpommerns eingeladen sind, sowohl wichtige übergeordnete Themenbereiche als auch Handlungsansätze für unterschiedliche regionale Strategien diskutiert und erarbeitet werden.

Die Regionalkonferenzen finden am 28. September 2016 von 10.00 bis 12.00 Uhr in Rostock und von 14.00 bis 16.00 Uhr in Greifswald sowie am 7. Oktober 2016 von 10.00 bis 12.00 Uhr in Plau am See statt.

Eine aktive Beteiligung an den Regionalkonferenzen und der digitalen Onlineplattform sind wichtig für die erfolgreiche Gestaltung der Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern.

Unter www.tmv.de/tourismuskonzeption sind aktuelle Informationen zum laufenden Prozess zu finden.

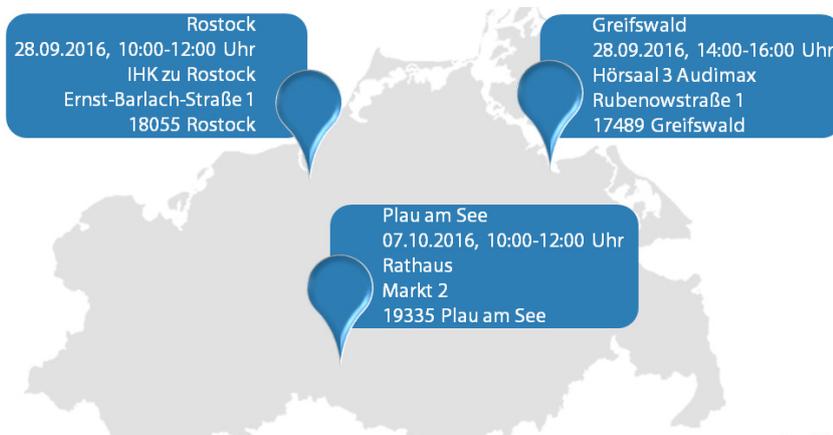


Foto: dwif-Consulting GmbH

Termine und Veranstaltungsorte der Regionalkonferenzen zur Landestourismuskonzeption MV

27. „GastRo“ in Rostock – moderner und zukunftsweisender denn je

Neues in der Start-Up-Area, bei Technik, Trends & Tools sowie beim „#Next Generation-Aktionstag“

Innovationen von und für die nächste Generation im Gäste-Business verspricht die 27. „GastRo“ vom 13. bis 16. November 2016 in der Hansemesse Rostock. So präsentieren Gründer und Newcomer in der neuen Start-Up-Area neue Produkte und Dienstleistungen. Passend zum diesjährigen Themen-Spezial „Smart GastRo – Technik, Trends & Tools“ stehen mobile Bestell- und Verwaltungssysteme sowie digitale Serviceangebote im Fokus. Auch die Getränkebranche präsentiert Neuheiten außergewöhnlicher und neu gemixter Drinks, Spirituosen und Weine. Ob in Küche oder Restaurant, im Front- oder Backoffice, in sozialen Medien oder in der eigenen Außendarstellung – Digitalisierung und Vernetzung regieren das Gastgewerbe. Komplex und digital sind Geräte und Abläufe. Dabei sind ökologisches und nachhaltiges Handeln wichtig. Dem gegenüber stehen die steigenden Ansprüche der Gäste, die wissen wollen, welche Zutaten im Essen sind, die aktu-

elle Angebote auf dem Smartphone sehen sowie online reservieren oder ganze Menüs bestellen wollen. Apps, die bewerten und Türen öffnen, mobiles Buchen und Bezahlen, mitdenkende Gar-, Kühl- und Reinigungstechnik sind keine Zukunftsszenarien, sondern Realität und „GastRo“-Aussteller bieten Lösungen dafür an. Neu ist ebenfalls der „#Next Generation-Aktionstag“ am 16. November 2016 mit Berichten zu Erfolgen und Startschwierigkeiten von Start-Ups, sowie mit Beiträgen von Experten zur Unternehmensgründung und Nachfolge, zur Finanzierung und Förderung sowie zu rechtlichen und steuerlichen Aspekten. Des Weiteren diskutieren Betreiber von Food-Trucks, ob diese nur ein Trend oder eine langfristig erfolgreiche Start-Up-Idee sind.

Foto: Rostocker Messe- und Stadthallengesellschaft mbH

Anzeige der 27. GastRo in der Hansemesse Rostock

Schrumpft das Wassersportrevier MV?

Informationsveranstaltung zum Wassertourismuskonzept und zum Bundesprogramm „Blaues Band Deutschland“ am 10. Oktober 2016

Das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) prüft derzeit im Rahmen des „Wassertourismuskonzeptes des Bundes – Schaffung der organisatorischen, personellen und finanziellen Voraussetzungen zur Verbesserung der wassertouristischen Infrastruktur“ und des „Blauen Bandes“, Fließgewässer mit geringerer Bedeutung zu renaturieren. Renaturierungen könnten zu einer Einschränkung der wassertouristischen Nutzung in diesen Gebieten führen. Hiervon wäre nach derzeitigem Stand das Bundesland Mecklenburg-Vorpommern und beispielsweise die Peene stark betroffen.



Die Peene, der „Amazonas des Nordens“

Foto: TMV/Grundner

Der Tourismusverband MV spricht sich für eine Stärkung von Wassertourismus und Binnenschifffahrt aus. Vor diesem Hintergrund findet am 10. Oktober 2016 von 10.00 bis 12.00 Uhr im Müritzzeum in Waren (Müritz) die Informationsveranstaltung „Wassertourismuskonzept und Bundesprogramm Blaues Band Deutschland“ statt. Die Teilnahme an der Veranstaltung ist nach vorheriger Anmeldung möglich. Interessierte Unternehmen können sich bis zum 29. September 2016 anmelden.

Kontakt: Nicolle Völcker, Themenmanagerin Natur & Aktivität, Tel. +49 381 4030-667, n.voelcker@auf-nach-mv.de.

Jetzt bewerben: ADAC Tourismuspreis MV 2017

Bewerbungsfrist endet am 30. November 2016

Der ADAC Tourismuspreis Mecklenburg-Vorpommern würdigt jährlich innovative, regionale Tourismusangebote. Die Gewinner der ersten drei Plätze erhalten ein umfangreiches Kommunikationspaket, um ihr Angebot bekannter zu machen. Außerdem haben sie die Möglichkeit, sich vor und während der Saisonauftaktveranstaltung der Tourismuswirtschaft vorzustellen. Eine unabhängige Expertenjury bestimmt aus allen Bewerbungen die drei besten Projekte. Dabei spielen fünf Kategorien eine Rolle, unter anderem der Innovationsgrad, die Qualität und die Nachhaltigkeit. Bewerben können sich alle Anbieter aus dem Bereich Tourismus, deren Projekt oder Angebot bereits auf dem Markt ist oder kurz vor der Realisierung steht. Einsendeschluss ist der 30. November 2016. Partner des diesjährigen Tourismuspreises sind der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern und der Dehoga Landesverband MV. Weitere Informationen und die Bewerbungsunterlagen sind zu finden unter www.adactourismuspreis.de.



Cover des Flyers zum ADAC Tourismuspreis

Wer übernimmt?

Ergebnisse des Projektes „Best Boss“ unterstützen Unternehmen

Am 1. Juli 2016 führte das Thema „Unternehmensnachfolge im Tourismus“ mehr als 60 Teilnehmer, unter anderem Vertreter der Öffentlichkeit, Spezialisten im Bereich Unternehmensnachfolge sowie die IHKS zu Rostock und Schwerin, in der Orangerie des Schlosses Schwerin zusammen. Die Fachhochschule des Mittelstands präsentierte zum Abschluss ihres EU-Projekts „Best Boss“ alle Projektergebnisse, die in den vergangenen zwei Jahren des Projektes in Zusammenarbeit mit sieben weiteren internationalen Partnern erarbeitet wurden. Im Zentrum standen dabei drei Ergebnisse: Eine europäische Umfrage (European Survey), die Aufschluss über die Erwartungshaltung von Unternehmensleitern gibt, der Persönlichkeits-Test „Best Boss Inventory“, der die Profile von Unternehmensleitern und potenziellen Nachfolgern abgleicht und dabei auch die Stärken und Schwächen sowie Entwicklungspotenziale aufzeigt und die „Policy Paper“ mit Handlungsempfehlungen für politische Entscheidungsträger und die Branche im Allgemeinen.

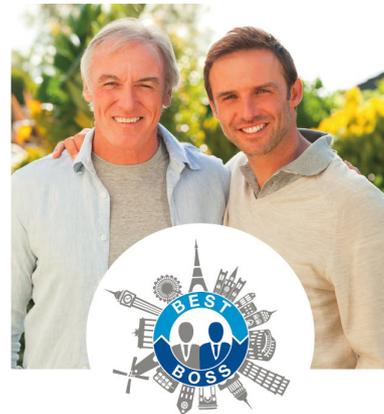


Foto: Fachhochschule des Mittelstands Schwerin

Nachfolge sichern, Projekt „Best Boss“

Das Projektteam nahm die Anregungen der Experten auf, das Projekt auch nach offiziellem Ende im September 2016 weiterleben zu lassen. Diese Kooperationen mit der Wirtschaft sind auch die Grundlage für die Überführung solcher Projekte in die Praxis.

Informationen und alle Ergebnisse des Projektes „Best Boss“ sind unter www.bestboss-project.eu abrufbar.

Erfolgreich, entspannt und echt

Neues und Traditionelles aus den Regionen, Städten und Verbänden

Erfolgreiches erstes Halbjahr 2016

Campingverband. Von Januar bis Juni 2016 kamen 303.671 Gäste auf die Campingplätze Mecklenburg-Vorpommerns mit knapp 1,25 Millionen Übernachtungen, was im Vergleich zum Vorjahreszeitraum eine Steigerung von 13,5 Prozent darstellt. Das gute Ergebnis resultiert vor allem aus einem starken Juni, in dem die Zahlen des Vorjahresmonats um 39,8 Prozent übertroffen wurden.

Die Gäste blieben durchschnittlich 4,1 Tage. Der Durchschnitt liegt bundesweit bei 3,1 Tagen (Niedersachsen folgt Mecklenburg-Vorpommern mit 3,4 Tagen auf Platz 2). Auch die Anzahl der Gäste aus dem Ausland stieg bis Juni stetig an. Es erfolgten 59.048 Übernachtungen – eine Steigerung von 21,7 Prozent. Die ausländischen Gäste blieben durchschnittlich 3,2 Tage.

Neues Gutscheinebuch für Greifswald

Greifswald. Mit dem Slogan „Heimathafen Greifswald. Mein Studienort – Mein Hauptwohnsitz“ werben die Stadt Greifswald und Greifswald Marketing gemeinsam mit der Universität, der Studierendenschaft und dem AstA für eine Ummeldung der neuen Auszubildenden und Studenten. Ein Teil dieser umfang-



Foto: Greifswald Marketing

Erste Studenten haben das Gutscheinebuch sicher

reichen Werbekampagne ist das Gutscheinebuch Heimathafen Greifswald, das Greifswald Marketing und die Universität gemeinsam herausgeben. Seit Ende August wird die neue Ausgabe 2016/17 in der Meldestelle an alle Neu-Bürger Greifswalds ausgegeben. In diesem Jahr haben sich so viele Händler, Gastronomen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen wie noch nie am Gutscheinebuch beteiligt

Pressekonzept Skandinavien

Usedom. Um den skandinavischen Markt in 2017 verstärkt zu erschließen, hat die Usedom Tourismus GmbH (UTG) gemeinsam mit der Agentur „mare media“ ein Pressekonzept erstellt. Es ist Teil des Programms zur Internationalisierung, welche einen Schwerpunkt im Tourismuskonzept der Insel Usedom darstellt. Ziel ist eine strategische Bearbeitung der skandinavischen Märkte. Mit kontinuierlicher Pressearbeit sollen besonders die Dänen und Schweden für Usedom begeistert werden. Zu diesem Zweck wurden bereits zwei Pressemitteilungen in den Landessprachen versandt. Zudem organisierte die UTG eine individuelle Pressereise für eine Journalistin des „expressen“, der zweitgrößten Tageszeitung in Schweden. Bereits im März 2016 wurden die Webseiten auf Schwedisch und Dänisch gelauncht.

Auszeit im Herbst

Mecklenburgische Ostseebäder. Die mecklenburgische Ostseeküste und das nahegelegene Binnenland laden im ruhigeren Herbst zu langen Strandspaziergängen, Wellness für Körper und Seele und kulinarischen Gaumenfreuden ein. Passende Urlaubsangebote von Hotels, Pensionen und Ferienwohnungen präsentiert der Verband Mecklenburgischer Ostseebäder ab sofort auf der Internetseite www.ostseeferien.de/herbst.



Foto: YMO/Alexander Rudolph

Herbst am Meer

Neben geführten Wanderungen locken Drachenfeste, Kunsthandwerkermärkte und kulinarische Veranstaltungen wie die Kühlungsborner Gourmet- und die Poeler Kohltage. Interessierte Gastgeber der Region können sich an dieser Online-Aktion beteiligen.

Neue Broschüre „Echte Natur“

Mecklenburgische Seenplatte. In einer Auflage von 65.000 Exemplaren erscheint die neue Broschüre „Echte Natur“ der mecklenburgischen Seenplatte und präsentiert damit eines der Kernthemen der Region, das als Ganzjahresthema zur Saisonverlängerung beiträgt. Die Broschüre wird unter anderem als Beilage verschiedener Zeitungen vertrieben. Die Inhalte der Broschüre, Fotos und Texte, werden außerdem

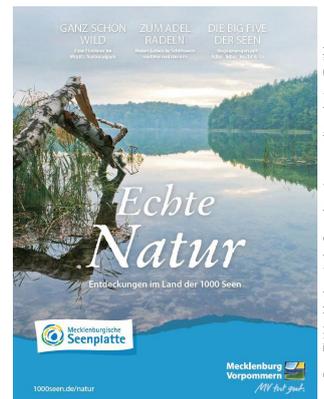


Foto: TV Mecklenburgische Seenplatte/cross media/redaktion/Drübitz

Cover der Broschüre „Echte Natur“

auf www.mecklenburgische-seenplatte.de sowie in den Social Media-Kanälen weiter genutzt. Mit dieser professionellen, crossmedialen Vermarktung sollen Neukunden gewonnen und die regionale Tourismuswirtschaft gestärkt werden.

OZ-Golfcupserie 2016 beendet

Golfverband. Die 19-jährige Henriette Sohns aus Marlow, die für Warnemünde spielt, und Benedikt Hirthammer, Student aus Greifswald, sind Sieger der OZ-Golfcupserie 2016, die drei Turniere umfasste. Sie gewannen je eine Donau-Kreuzfahrt, die von Arosa-Geschäftsführer Jörg Eichler gesponsert wurde.



Foto: Andrea Bielefeld, Golfverband MV

Sieger der OZ-Golfcupserie 2016

Aktuelles in Bildern

Auszeichnungen, Premieren und Rekorde in Mecklenburg-Vorpommern



Der Schlosspark Ludwigslust hat in der Kategorie „Beste Weiterentwicklung eines historischen Parks“ gemeinsam mit dem „Royal Botanic Garden Edinburgh“ den zweiten Platz gewonnen. Nur die „Hestercombe Gardens“ in der südwestenglischen Grafschaft Somerset konnte Ludwigslust noch toppen. Noch nie zuvor war eine Parkanlage aus Mecklenburg-Vorpommern für den Europäischen Gartenpreis vorgeschlagen worden. Prämiert wurden die denkmalgerechte Parkpflege sowie die Umsetzung beispielhafter Restaurationsmaßnahmen.



Vom 30. September bis 8. Oktober 2016 findet die „Wildlife Woche“ in Zingst statt mit den Nationalparktagen, exklusiven Führungen in die Kernzone des Nationalparks, einer Vielzahl von Fotoworkshops und -exkursionen, Multivisionsshows und dem Darßer Naturfilmfestival in Wick.



Foto: TMV/Pass

Vom 17. bis 18. September 2016 fand die erste 100-Kilometer-Wanderveranstaltung „Dein Ostseeweg“ in Mecklenburg-Vorpommern statt. Die Strecke führte die Teilnehmer von Rostock, über die Rostocker Heide nach Kühlungsborn, Bad Doberan und wieder zurück nach Rostock. Von den insgesamt 441 Teilnehmern haben es 109 Teilnehmer geschafft, die gesamte Strecke von 100 Kilometern zu erwandern. Im kommenden Jahr wird „Dein Ostseeweg“ zum zweiten Mal durchgeführt.



Foto: Wohlfahrt Entertainment

Bei der 1. Schweriner Schlossgartenlust am 3. September 2016 erlebten tausende Besucher einen filmreifen Abend im Schweriner Schlossgarten und auf der Schlossinsel. Unter dem Motto „Wie im Film“ verwandelten sich die Laubengänge in einen glamourösen Red Carpet, die Liebesgrotte in ein verwunschenes Fledermausland und der Kreuzkanal in eine paradisiische Traumwelt. Dort endete auf einer schwimmenden Floßbühne die erste Schlossgartenlust in Schwerin mit einer multimedialen Pyroshow.



Foto: Christian Augustin

Mit dem Abschlusskonzert in der Konzertkirche Neubrandenburg ist der diesjährige Festspielsommer der Festspiele Mecklenburg-Vorpommern zu Ende gegangen. Insgesamt besuchten vom 17. Juni bis zum 17. September rund 80.000 Besucher die 133 Konzerte an 74 Orten, womit das Festival in seinem 27. Jahr einen erneuten Besucherrekord verzeichnet.



Foto: TMV/Krüger

Auch im Sommer 2016 führen Orte in Mecklenburg-Vorpommern die Sonnenstatistik an. Am Kap Arkona schien die Sonne mit 780 Stunden bundesweit am längsten. Platz zwei belegte die Greifswalder Oie mit 741 Sonnenstunden. Zugleich war MV mit rund 165 Litern pro Quadratmeter (nach Sachsen-Anhalt mit 135 Litern pro Quadratmeter) das zweittrockenste Bundesland Deutschlands.

Wandern in MV

Tipps für Gäste und Gastgeber

Auf www.Traumziel-MV.de finden Urlauber umfassende Angebote und besondere Tipps zum Thema „Spazieren und Wandern in MV“. Gäste können nach ihren individuellen Wünschen filtern und mit Hilfe einer PIN auf www.Traumziel-MV.de noch vor der Anreise von Zuhause aus alle Naturerlebnisse virtuell erkunden, ausdrucken oder online in einer persönlichen Merkliste speichern und so ihren Aufenthalt vorbereiten. Gastgeber haben die Möglichkeit, ihr Angebot auf diesem Portal zu präsentieren, das damit zum Ausgangspunkt aller Naturerlebnistipps (aktuell über 500 in MV) wird, da bei jedem Tipp die Entfernung zum Haus dargestellt wird. Mit der direkten Beratung des Gastes an der Rezeption mit Hilfe des Dienstleistungsbereiches der Webseite und ohne eigene aufwändige Tourenerkundung sowie unter Berücksichtigung der verschiedensten Wünsche des Gastes können Gastgeber so einen zusätzlichen Service anbieten.

Schlussendlich (93)

Nach der Wahl ist vor dem Wal. Und so wechselt die Perspektive vieler namhafter Medien, die eben fast noch unisono und wie auf Knopfdruck die rechtsauslegende Einfalt in oder auf dem „passiv-aggressiven Land“ (Der Spiegel) beschrieben, hin zur bunten Vielfalt der passiv-aggressiven Ostsee, die aber bis jetzt immerhin als politisch unverfänglich gilt. Die besondere Aufmerksamkeit gilt den die Ostsee von West nach Ost und von links nach rechts durchmessenden Säugern, deren hier immer häufigeres Auftreten von Wissenschaftlern als möglich angenommen wird. Alles für Delfine! – so in etwa heißt die neue Devise, deren Abkürzung wir an dieser Stelle aufgrund rein zufälliger Ähnlichkeiten ungeschrieben lassen. Dem Delfin ist ein Wechselsprunghalten von möglichst weit links nach möglichst weit rechts und zurück nicht nur gestattet, sondern es wird vom Schwimmer, Bootsbesitzer und Fotograf geradewegs(!) herbeigesehnt. Dass sich der Wal im Umfeld des Menschen nun links-rechts-zack anders verhalten darf als der Mensch bei der

Nachhaltiger Tourismus

Wettbewerb startet im November

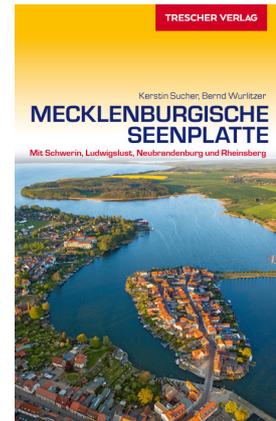
Im Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusdestinationen in Deutschland 2016/2017 sucht der Deutsche Tourismusverband (DTV) gemeinsam mit dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) und dem Bundesamt für Naturschutz (BfN) zum zweiten Mal deutsche Tourismusdestinationen, die durch nachhaltige Konzepte und Angebote überzeugen. Ab 1. November 2016 können sich Regionen, Städte, Orte und erstmals auch Großstädte bewerben. Im Mai 2017 wird die Siegerdestination gekürt. Sonderpreise sind für die Bereiche Nachhaltige Mobilität, Klimaschutz/Energie- und Ressourceneffizienz, Biodiversität und Regionalität vorgesehen. Welche Destination ins Finale kommt, entscheidet eine Jury anhand der Kriterien des Praxisleitfadens „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus“, der unter www.deutschertourismusverband.de zu finden ist.

Wahl, dessen wildes Wechselwahlverhalten oft kritisch betrachtet wird, muss man sich einprägen. Doch interessiert uns nicht nur das Kollektivverhalten von Mensch und Tier. Uns beschäftigt im Angesicht von Wahl und Wal auch, wie es sich mit der Individualität verhält. Die blödsinnigerweise Selfie und Delfie genannten Tiere in der Ostsee scheinen Vorreiter und Vorausschwimmer zu sein. Bei denen, die da demnächst folgen mögen, ist der Entdecker- und Individualitätsdrang womöglich ähnlich stark ausgeprägt. Nur kommen sie über die Rolle des Nachmachens nicht hinaus. Anders ausgedrückt: Ihre Freiheit ist nur die Freiheit des Vorherdenkenden. Beim Menschen ist das mit der vermeintlichen Individualität auch eine eher wacklige Angelegenheit. „Wenn die Menschen tun können, was sie wollen, ahmen sie meistens einander nach“, erkannte der US-Philosoph Eric Hoffer. Und wir erkennen daraus: Es braucht offenbar solche, die die Richtung vorschlagen, und zwar natürlich die richtige. Nach dem Wal ist vor der Wahl!

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/grauer-kranich.de

Bücher übers Land



Dieser Reiseführer stellt die Mecklenburgische Seenplatte mit Schwerin, Ludwigslust, Neubrandenburg und Rheinsberg mit all den landschaftlichen und baulichen Schönheiten ausführlich vor und gibt eine Einführung in Geschichte und Gegenwart. Umfangreiche Tipps zu Einkehr- und Unterkunftsmöglichkeiten, Kultureinrichtungen und Festen sowie zahlreiche Tourenvorschläge für Wanderer, Radler und Kanuten helfen bei der Reisevorbereitung und vor Ort.

Mecklenburgische Seenplatte

Kerstin Sucher und Bernd Wurlitzer
Erschienen: Mai 2016, 14,95 Euro, 336 Seiten, Taschenbuch, ISBN 978-3897943056

Deutscher Tourismustag 2. bis 4. November 2016

Bis 23. Oktober 2016 anmelden

„Machtlos - Ahnungslos - Mittellos? Die DMO im Spannungsfeld zwischen Google, Facebook und Booking“ und „Entscheidend ist auf'm Platz – oder? Die Geheimnisse einer erfolgreichen Markenführung“ – das sind nur zwei Vorträge, auf die sich die Teilnehmer des Deutschen Tourismustages 2016 im Kongresszentrum Westfalenhallen in Dortmund freuen können.

Das detaillierte Programm ist unter www.deutschertourismusverband.de abrufbar. Unter gleicher Adresse können sich interessierte Touristiker bis zum 23. Oktober 2016 online anmelden.

