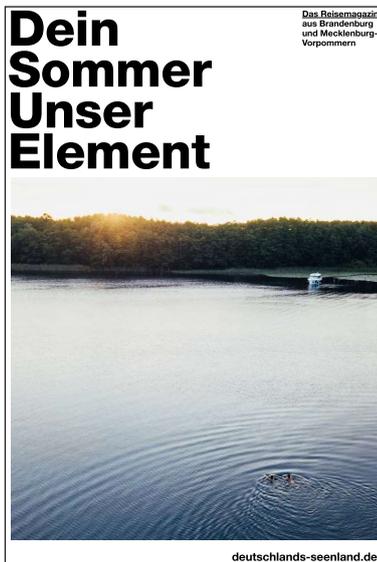




# Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg weisen Deutschlands Seenland aus

Neue Kampagne mit der Plattform [www.deutschlands-seenland.de](http://www.deutschlands-seenland.de) macht Lust auf Deutschlands größtes vernetztes Wassersportrevier

Unter [www.deutschlands-seenland.de](http://www.deutschlands-seenland.de) zeigen sich die beiden seenreichen Bundesländer – Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern – ab sofort unter der Marke Deutschlands Seenland. Urlauber mit Hang zum Wasser finden auf dem Portal umfangreiche Tourenempfehlungen und Testberichte für das größte vernetzte Wassersportrevier Deutschlands. Die neue Webseite [www.deutschlands-seenland.de](http://www.deutschlands-seenland.de) ist Bestandteil einer groß angelegten Wassersport-Kampagne beider Bundesländer, die zahlreiche Print- und Online-Werbe-



Titel des Magazins der Kampagne

maßnahmen umfasst. Herzstück ist ein 44-seitiges gemeinsames Reisemagazin mit dem Titel „Dein Sommer, unser Element“, das in einer Auflage von 530.000 Exemplaren erscheint und als Beileger unter anderem in der Stuttgarter Zeitung, der Berliner Zeitung, der Berliner Morgenpost, der TAZ und der Zeit vertrieben wird. Das Magazin ist kostenlos bei Tourismus-Marketing Brandenburg

und beim Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern erhältlich und steht zum Download auf der neuen Webseite zur Verfügung.

Im Rahmen der gemeinsamen Kampagne werden außerdem im Tagesspiegel sechs Serien zu den Regionen Brandenburg/Potsdam, Mecklenburgische Kleinseenplatte, Unterspree/Erkner, Peene, Schwerin/Plauer See und Fürstenberg/Havel vom 21. April bis 9. Mai 2018

sowie ein zweiseitiges Advertorial in „Reise – das Magazin von Sonntag Aktuell“ am 28. April 2018 veröffentlicht.

Ende Mai 2018 ist eine gemeinsame Pressereise sowie bis Ende Juli vier Bloggerreisen in MV und Brandenburg, ent-

**Fortsetzung auf Seite 2**

## Aus dem Inhalt

### TMV aktuell

Deutschlands Seenland gestartet  
> **Seite 01**

### Hier spricht die Expertin

Mana Peter, Geschäftsführerin der Tourismuszentrale Rügen, über Struktur und Maßnahmen des Marketings auf Deutschlands größter Insel > **Seite 03**

### Tourismusknachrichten

Neues Netzwerk zur Stärkung des Radverkehrs in MV > **Seite 04**  
Internationaler Austausch zum Projekt Baltic Sea Food  
> **Seite 05**

### Vermischtes:

Bücher *übers Land*: Hiddensee neu entdecken, Schlussendlich (110) > **Seite 08**

### Zahl des Monats

# 1.012.645.242

Das ist die Bruttoreichweite der Meldungen zum ITB-Partnerland Mecklenburg-Vorpommern in Print- und Online-Medien sowie Funk und Fernsehen vom 1. Oktober 2017 bis 1. Mai 2018 laut dem Medienbeobachter Argus Data Insights.

## Fortsetzung von Seite 1

lang der Großen Rundtour geplant. Umfangreiche Außenwerbung in Berlin und Stuttgart sowie Online-Werbung über Google und Social Media runden die Marketingmaßnahmen der Kampagne ab.

Dazu Wolfgang Waldmüller, Präsident des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern: „Mit der neuen Marke ‚Deutsches Seenland‘ heben wir die seit zehn Jahren bestehende Kooperation im Wassertourismus mit Brandenburg auf ein neues Niveau und das aus gutem Grund: Fast sechs Millionen Deutsche können es sich vorstellen, in den nächsten drei Jahren ein Boot auf Flüssen oder Seen zu chartern. Ein riesiges Potenzial, das wir nutzen wollen. In beiden Reise- regionen können Wasserliebhaber auf rund 900 Kilometern der Wasserstraßen führerschein- frei unterwegs sein. Wer jetzt noch zögert, die Kapitänsmütze aufzusetzen, den werden die vielen Tipps auf der Seite überzeugen.“

Die beiden seenreichsten Bundesländer profitieren laut Reiseanalyse der Forschungsgruppe Urlaub und Reisen in besonderem Maße von diesem Potenzial: So können sich 20 Prozent der Binnenland-Interessenten von Mecklenburg-Vorpommern für einen Bootscharterurlaub auf Flüssen und Seen begeistern. In Brandenburg beträgt das Potenzial sogar 22 Prozent. Dazu Dieter Hütte, Geschäftsführer der Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH: „90 Prozent der Urlaubsreisenden des Jahres 2016 in Deutschland waren am Wasser aktiv. Der Urlaub am Wasser geht häufig mit wassertouristischen Aktivitäten einher. Unsere gut vernetzten Reviere sorgen für eine längere Aufenthaltsdauer und sind auch entscheidend dafür, dass Gäste aus anderen Bundesländern und dem Ausland

kommen und zu Dauerliegern werden. Der Wassertourismus befördert auch die touristischen Aktivitäten an Land. Wassernähe oder Wasserzugang sind starke Erfolgsfaktoren. Deutschlands Seenland verzeichnet ein starkes Wachstum bei den Übernachtungen. Mit rund 4,2 Milliarden Euro Bruttoumsatz ist der Wassertourismus in Deutschland direkt als auch über volkswirtschaftliche Effekte von erheblicher ökonomischer Bedeutung\*.“

Auf der Internetseite [www.deutschlands-seenland.de](http://www.deutschlands-seenland.de) wird unter anderem die beide Bundesländer verbindende „Große Rundtour“ vorgestellt, eine Routenempfehlung für Motor- und Hausbootfahrer, die 586 Kilometer misst und je nach Planung in zwei bis drei Wochen gefahren werden kann. Sie führt von Berlin aus durch die Reviere Potsdamer Havel, Untere Havel, Elbe, Müritz-Elde-Wasserstraße, Müritz-Havel-Wasserstraße, Havel, Oder-Havel-Kanal und die Havel zurück nach Berlin. Am Ufer liegen Orte wie Potsdam, Brandenburg Havel, Havelberg, das Europäische Storchendorf Rühstädt, Schwerin und Ludwigslust, Waren (Müritz), Mirow, Fürstenberg und Oranienburg. Darüber hinaus gibt der neue Online-Auftritt einen Überblick über die Wassersportangebote und die ganz unterschiedlichen Naturräume in den Binnenrevieren Brandenburgs und Mecklenburg-Vorpommerns. Neben Tourenempfehlungen für Haus- und Motorboot-Fahrer werden auch die schönsten Paddelreviere mit Geschichten und vielen Serviceinformationen vorgestellt.

\*Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Studie „Die wirtschaftlichen Potenziale des Wassertourismus in Deutschland“



Was auf der Großen Rundtour alle vereinigt, ist die Faszination jener einzigartigen Stille, die vom Wasser ausgeht.



7. ZOOMSTADIUM

Ausschnitt aus dem Magazin „Dein Sommer – unser Element“

## +++ NEWSTICKER +++

+++ Die an Stilelemente der Bäderarchitektur angelehnte Nobelherberge **arcona Living Appartements First Sellin** wurde mit 47 Ferienappartements mit Meerblick-Sonnterrasse, Hallenschwimmbad und Wellnessbereich neu eröffnet. [www.sellin.arcona.de](http://www.sellin.arcona.de) +++ Der Münchner Herrenausstatter Hirmer hat die Hotelkette **Travel Charme Hotels & Resorts** erworben. Matthias Brockmann ist neuer Geschäftsführer der Travel Charme Hotel Betriebsgesellschaften und der Travel Charme Hotel GmbH in Berlin. [www.travelcharme.com](http://www.travelcharme.com) +++ Seit April 2018 ist René Bergmann alleiniger Geschäftsführer der **Usedom Tourismus GmbH**. [www.usedom.de](http://www.usedom.de) +++ Die **Gemeinde Ückeritz** auf der Insel Usedom trägt jetzt den Titel Ostseebad. [www.ueckeritz.de](http://www.ueckeritz.de) +++ Der **Deutsche Tourismusverband** hat Zahlen, Daten und Fakten zum Deutschlandtourismus 2017 veröffentlicht. [www.deutschertourismusverband.de](http://www.deutschertourismusverband.de) +++ Im Juni 2018 eröffnet am Plauer See das **Seminar- und Tagungshotel Lentzik** mit 17 Zimmern und Multifunktionssaal. Die Gesamtinvestition beträgt knapp 1,3 Millionen Euro. Das Wirtschaftsministerium unterstützt das Vorhaben aus Mitteln der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ des „Europäischen Fonds für regionale Entwicklung“ in Höhe von rund 383.000 Euro. [www.lentzik.de](http://www.lentzik.de) +++ Das Informations-, Demonstrations-, Kongress- und Forschungszentrum **„Solarzentrum Mecklenburg-Vorpommern“** bietet touristische Führungen und feiert in diesem Jahr sein 15-jähriges Bestehen. [www.solarzentrum-mv.de](http://www.solarzentrum-mv.de) +++ Seit April 2018 gehört das **Seehotel Binz-Therme** zur Dorint-Hotelkette, die mit dem Dorint Strandhotel Binz jetzt mit zwei Häusern auf Rügen vertreten ist. [www.dorint.com](http://www.dorint.com) +++ Zu Ostern wurde das **Nixe Designhotel** in Binz auf Rügen mit 16 Suiten neueröffnet. [www.hotel-ammeer.de/nixe](http://www.hotel-ammeer.de/nixe) +++ Der Leuchtturmweg im **Nationalpark Vorpommersche Boddenlandschaft** ist für 400.000 Euro aus Mitteln des Europäischen Fonds für Entwicklung ländlicher Räume umgestaltet worden. [www.nationalpark-vorpommersche-boddenlandschaft.de](http://www.nationalpark-vorpommersche-boddenlandschaft.de) +++

# Wir müssen es schaffen, alle Gemeinden der Insel zu beteiligen

Mana Peter, Geschäftsführerin der Tourismuszentrale der Insel Rügen, über Aufgaben, Strukturen und Ziele der touristischen Vermarktung Deutschlands größter Insel



Foto: Tourismuszentrale Rügen/Christen Thiele

Mana Peter, Geschäftsführerin der Tourismuszentrale der Insel Rügen

**TMV:** Seit dem 1. Januar 2018 sind Sie Geschäftsführerin der Tourismuszentrale Rügen. Wie verliefen die ersten 100 Tage Ihrer Amtszeit?

**Mana Peter:** Mit viel Arbeit. Wie jede Destinationsmanagementorganisation stehen auch wir vor vielen Herausforderungen. Da sind zum einen die Berichts- und Transparenzpflichten als kommunale Gesellschaft und zum anderen die Entwicklung und Ausgestaltung neuer Strategien, Themen und Kampagnen – das ist ein großer Spagat zwischen Pflicht und Kür. Es war aber bisher alles sehr spannend und zielführend.

**TMV:** Was sind Ihre Ziele für Vermarktung und Management der Insel?

**Peter:** Es geht aus meiner Sicht nicht um mehr Gäste. Aber um ein qualitatives und nachhaltiges Tourismusangebot. Wir wollen wieder mehr Stammkunden generieren und die Gästezufriedenheit steigern. In der Hauptsaison stoßen wir mit den Kapazitäten bei den meisten Gastgebern und mit der Infrastruktur der Insel an unsere Grenzen. Insofern konzentrieren wir uns weiterhin auf die Nebenreisezeit. Für die Entwick-

lung nachhaltiger Tourismusangebote auf Rügen beteiligen wir uns an verschiedenen Projekten, unter anderem mit den Nationalen Naturlandschaften auf der Insel. Aus meiner Sicht gibt es schon viele gute Entwicklungen und Angebote, wie beispielsweise die Rügener Woche der Nachhaltigkeit. Vielleicht ein etwas sperriger Titel, aber ein sehr gemeinschaftliches Projekt, welches vor allem die Zielgruppe der LOHAS anspricht, also Menschen, die sehr bewusst auf Gesundheit und Nachhaltigkeit achten.

**TMV:** Ein Blick auf die Strukturen: Was wollen oder müssen Sie ändern, was beibehalten?

**Peter:** Nach wie vor ist die Finanzierung der Aufgaben als Förderer der touristischen Entwicklung schwierig. Dass die Gesellschaft in kommunale Hände gegangen ist, war aus meiner Sicht eine richtige Entscheidung. Aber wir müssen es schaffen, alle Gemeinden der Insel zu beteiligen. Jeder Ort auf Rügen hat sein eigenes touristisches Profil, trotzdem müssen wir uns gemeinsam weiterentwickeln und vermarkten, um als eine der schönsten Inseln Europas, wie vom Magazin Geo jüngst gekürt, bestehen zu können. Dieses Grundprinzip muss endlich von allen auf der Insel verinnerlicht und gelebt werden.

**TMV:** Erreichbarkeit ist nicht nur wegen der Autobahn A20 ein zentrales Thema. Was unternehmen Sie und die Anbieter der Insel, um die Verkehrssituation vor allem in der Hochsaison für die Urlauber angenehmer zu gestalten?

**Peter:** Auf dem Mönchgut gibt es bereits seit einigen Jahren das „Bus frei“-Angebot. Mit der Kurkarte können Gäste den öffentlichen Personennahverkehr bis Sellin kostenfrei nutzen, was bereits einigen Individualverkehr von der Straße nimmt. Ziel ist es aber nun, dies über eine Gästekarte für die gesamte Insel anzubieten. Wir bewerben auch gezielt Radwandern und das „RADzfatz“-Angebot – also die Fahrradmitnahme mit dem Bus – um es den Gästen schmackhafter zu machen, ihr Auto im Urlaub stehen zu lassen.

**TMV:** Stichwort digitale Gästekarte – wie ist der Stand der Dinge?

**Peter:** Auch an diesem Thema arbeitet die Insel bereits seit einigen Jahren. Es gab auch schon mal eine Rügen-Gästekarte, die letztlich doch wieder an der Finanzierung gescheitert ist. Momentan arbeiten wir an einem soliden Konzept für ein modernes Gästekartensystem, das neben der kostenlosen Mobilität auch die Möglichkeiten für zukunftsfähiges Destinationsmarketing berücksichtigt und das Netzwerk zwischen den Akteuren inhaltlich stärkt.



Foto: TMV/Grundher

Luftbild vom Circus in Putbus, Sitz der Tourismuszentrale der Insel Rügen

## Thomas Bareiß ist neuer Beauftragter für Tourismus

Ziel sind optimale Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft

Thomas Bareiß, seit 2005 Mitglied des Deutschen Bundestages, ist neuer Beauftragter der Bundesregierung für Tourismus. In dieser Funktion initiiert, koordiniert und steuert er Maßnahmen und Pro-



Foto: www.thomas-bareiss.de

Thomas Bareiß, Tourismusbeauftragter der Bundesregierung

gramme, um optimale Rahmenbedingungen für die deutsche Tourismuswirtschaft zu schaffen und die Attraktivität des Reiselandes Deutschland zu stärken. Der gebürtige Baden-Württemberger vertritt als Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Energie den Minister im politischen Bereich gegenüber Bundestag, Bundesrat und in den Fraktionen.

## Deutsches Städte- und Kulturforum 2018 in Bayreuth

Deutscher Tourismusverband lädt zum 13. und 14. Juni 2018 ein

Noch bis zum 6. Juni 2018 können sich Touristiker und Kulturschaffende zum Deutschen Städte- und Kulturforum 2018 anmelden. Die Veranstaltung findet am 13. und 14. Juni 2018 in Bayreuth in Kooperation mit dem Verein Unesco Welterbestätten Deutschland statt. Weit oben auf der Agenda steht das Thema Overtourism. Außerdem beschäftigen sich die Teilnehmer mit den Themen Datenschutz im digitalen Zeitalter, Influencer Marketing sowie neue Finanzierungsformen für Kultur und Tourismus. Veranstaltungsort ist das Arvena Kongress Hotel in der Wagnerstadt. Der Programmablauf, die offizielle Einladung sowie die Online-Anmeldung sind auf der Webseite des Deutschen Tourismusverbandes unter [www.deutschertourismusverband.de/skf](http://www.deutschertourismusverband.de/skf) zu finden.

## Neue Linienflüge von Köln/Bonn nach Rostock/Laage

Verbindung nach zwei Jahren Pause wieder im Programm

Die belgische Fluggesellschaft VLM Airlines bietet ab 4. Juni 2018 fünf wöchentliche Verbindungen zwischen Köln/Bonn und dem Flughafen Rostock-Laage.



Foto: Presse VLM

Flugzeug der Fluggesellschaft VLM Airlines

Die Flüge werden mit einer Fokker 50 mit 50 Sitzplätzen durchgeführt. Die Flugdauer beträgt eine Stunde und zehn Minuten. Tickets sind in allen Reisebüros sowie bei VLM Airlines ab 59 Euro buchbar. Im Preis enthalten sind Snacks und Getränke an Bord, ein Gepäckstück von 23 Kilogramm sowie ein Handgepäckstück von zehn Kilogramm.

## MV steigt auf! Neues Netzwerk zur Stärkung des Radverkehrs in MV

Arbeitsgemeinschaft für fahrradfreundliche Kommunen gegründet

Die neue Arbeitsgemeinschaft „MV steigt auf! Gemeinsame Initiative fußgänger- und fahrradfreundlicher Kommunen und des Landes MV zur Förderung der Nahmobilität“ (AGFK MV) fördert und organisiert die Vernetzung und Weiterbildung von Kommunen und Landkreisen sowie gemeinsame Aktivitäten und Projekte für mehr Rad- und Fußverkehr in MV. Thematisch geht es dabei um Fahrradtourismus als auch um den Alltagsverkehr, dem in MV zunehmend eine hohe Bedeutung zukommt. Gefördert durch Landesmittel hat sich



Foto: Hansetauf Rostock

Minister Christian Pegel, Senator Holger Matthäus und ADFC-Landesvorsitzender Martin Elshoff bei der Übergabe des Zuwendungsbescheids im September 2017

ein Initiativkreis aus den sieben Städten Schwerin, Rostock, Stralsund, Greifswald, Anklam, Neustrelitz und Bergen auf Rügen gebildet. Unterstützt wird die AGFK durch einen Beirat, dem auch der Tourismusverband MV angehört. Die aktive Netzwerkarbeit hat mit regelmäßigen Arbeitstreffen bereits begonnen, und erste Projekte sind in Planung. Alle Kommunen und Landkreise in MV sind eingeladen, sich an dem Netzwerk zu beteiligen. Weitere Informationen finden sich auf der Website der AGFK MV unter [www.agfk-mv.de](http://www.agfk-mv.de).

## Aufruf zum Deutschen Tourismuspreis 2018

Neue Projekte und Produkte gesucht

Der Deutsche Tourismusverband sucht zum 14. Mal originelle Produkte und Projekte für den Deutschlandtourismus. Bis zum 22. Juni 2018 können sich Unternehmen, Vereine, Kommunen und private Anbieter mit piffigen Marketingkampagnen, Klugen Vertriebsstrategien oder neuen Übernachtungskonzepten unter [www.deutschertourismuspreis.de](http://www.deutschertourismuspreis.de) bewerben. Die Preisträger werden am 15. November 2018 auf dem Deutschen Tourismustag in Bonn gekürt.



Deutscher  
Tourismuspreis  
2018

Logo des Tourismuspreises

Foto: Deutscher Tourismusverband

## Rückblick auf die zweite Hofladenkonferenz

Teilnehmer trafen sich am 26. Februar in der Scheune Bollewick

Mehr als 60 Teilnehmer nahmen am 26. Februar 2018 an der zweiten Hofladenkonferenz in der Scheune Bollewick teil, die der Fachverband Landurlaub Mecklenburg-Vorpommern in Kooperation

mit dem Tourismusverband MV durchgeführt hat. Neben spannenden Einblicken in die Unternehmensansätze von Hofläden, Hofcafés und Direktvermarktern im Nachbarbundesland Brandenburg erfuhren die



Foto: Landurlaub Mecklenburg-Vorpommern e. V.

Zweite Hofladenkonferenz in der Scheune Bollewick

Teilnehmer Aktuelles von Projekten in Mecklenburg-Vorpommern. Nach den Vorträgen hatten sie die Möglichkeit,

sich mit anderen Produzenten und Hoflädenbetreibern auszutauschen und neue Geschäftsbeziehungen zu entwickeln. 15 Unternehmen nutzten die Chance, eine Auswahl ihrer regionalen Produkte

anderen Interessenten vorzustellen. Von Kaffee- und Teesorten über Biere, Spirituosen, Öle, Säfte, Eis, Wurst- und Käsespezialitäten, Salze, Marzipan bis zur Regional-Handelsplattform „Meck-Schweizer“ konnten die regionalen Produkte

aus MV in ihrer ganzen Vielfalt gezeigt werden. Die dritte Hofladenkonferenz ist für das Jahr 2019 geplant.

## Gesundheitstipps verfilmt

Dr. Johannes Wimmer empfiehlt MV

Im neuen Imagefilm zum Gesundheitstourismus in MV empfiehlt Dr. Johannes Wimmer, Arzt und Fernsehmo-



Foto: TMV/Ag/Creatio

Auszug aus dem neuen Gesundheits-Film MV

derator für Gesundheitsthemen, als Botschafter für Gesundes MV verschiedene Reha-Kliniken und Gesundheitshotels, testet Moor-Packung, Thalasso und Atemgymnastik und informiert über die natürlichen Ressourcen des Landes und ihre Anwendung. Der Film ist zu finden unter [www.gesundes-mv.de](http://www.gesundes-mv.de).

## Internationaler Austausch und erfolgreiche, grenzüberschreitende Initiativen

Partner des internationalen Projektes Baltic Sea Food auf Studienreise durch Schweden und Dänemark

Vom 3. bis 6. April 2018 trafen sich die Partner des internationalen Projektes Baltic Sea Food, zu denen auch der Tourismusverband MV in Kooperation mit dem Verein Landurlaub MV gehört, zur Studienreise nach Skåne in Schweden und auf die Insel Bornholm in Dänemark. Neben Projektmeetings und Workshops wurden verschiedenste Netzwerkiniciativen und deren Akteure besucht. Vom Produzenten über Restaurants, die regionale Produkte beziehen, bis hin zum Zulieferer wurden Best-Practice-Beispiele für vollständigen und erfolgreichen Vertrieb regionalen Produkten präsentiert. An der Studienreise teilgenommen hat auch die Initiative "Meck-Schweizer" – eine Regionalvermarktungsinitiative in der Mecklenburgischen Schweiz, die Erzeuger, Verarbeiter und Vermarkter der Region miteinander vernetzen will. Als Modellregion im Baltic-Sea-Food-Projekt konnte das Netzwerk dabei eigene Erfahrungen einbringen und viele neue Ideen für die weitere Entwicklung der Initiative sammeln.

Im Mittelpunkt der Studienreise stand auch die Präsentation der ersten Ergebnisse einer Befragung zum Thema "Vermarktung regionaler Produkte" in den



Foto: Baltic Sea Food

Teilnehmer der Studienreise im Projekt Baltic Sea Food

zehn teilnehmenden Projektländern. So wurden im Februar und März 2018 zehn bestehende Netzwerkiniciativen im ländlichen Raum Mecklenburg-Vorpommerns bereit und persönlich befragt, um Erfolgsfaktoren und Herausforderungen in der Vermarktung und im Vertrieb von regionalen Produkten zu analysieren. Zusätzlich nahmen 57 Handelspartner von regionalen Produkten in Mecklenburg-Vorpommern, unter ihnen Weiter-

verarbeiter, Hofcafés, Restaurants, Hotels, Läden, Großhändler und Logistikunternehmen an einer schriftlichen Befragung teil. Auf einem Infoseminar im Sommer

2018 für bestehende Netzwerkiniciativen und interessierte regionale Produzenten in Mecklenburg-Vorpommern werden die wichtigsten Ergebnisse aus den Befragungen und die Erfahrungen der Studienreise vorgestellt, erste Handlungsfelder aufgegriffen und weitere Projektvorhaben präsentiert. Außerdem sollen die Ergebnisse Rückschlüsse auf die Entwicklung eines Geschäftsmodells zulassen, zu dem ab Spätsommer 2018 ein Handbuch und Leitfaden für regionale Netzwerkiniciativen entwickelt werden soll. Neben konkreten Handlungsempfehlungen und Tipps für Marketing, Logistik, Vertrieb und Aufbewahrung wird auch eine Online-Plattform optimiert, die im Anschluss von verschiedensten Regionalbewegungen genutzt werden kann.

Kontakt: Sandra Hippauf, Tel. +49 381 4030-634, [s.hippauf@auf-nach-mv.de](mailto:s.hippauf@auf-nach-mv.de)

# Aktuelles in Bildern

## Präsentationen, Diskussionen und Preise in und für MV



Foto: Christian Rödel

Im Rahmen des Saisonauftaktes der Tourismuswirtschaft am 12. April 2018 in Stralsund wurde der ADAC-Tourismuspreis 2018 Mecklenburg-Vorpommern an das Schloss Fleesensee mit seiner Initiative „Organic“ verliehen. Die Plätze zwei und drei gingen an die Marke „Hiddenseer Kutterfisch“ und die Jugendherberge Plau am See. V. l. n. r.: Matthias Schilling, Hiddenseer Kutterfisch, Ralf Trimborn, Vorstand für Reise und Tourismus ADAC Hansa, Harald Schmitt, Schlosshotel Fleesensee, und Wolfgang Giese, Jugendherberge Plau am See



Am 18. und 19. April 2018 kämpften in Bansin anlässlich der 26. Landesjugendmeisterschaft 27 Auszubildende in den gastgewerblichen Grundberufen Koch, Restaurantfach und Hotelfach um die begehrten Fahrkarten zu den Deutschen Jugendmeisterschaften im Herbst. Sie sind der alljährliche Höhepunkt in der Nachwuchsförderung der Branche und dabei fester Bestandteil in der gemeinsamen Arbeit der Industrie- und Handelskammern und des Dehoga.

In diesem Jahr belegten Aris-Moritz Xirokostas im Restaurantfach (1. v. l.), Celina Wolf im Hotelfach (2. v. l.) und Koch Tom Hinrichs (3. v. l.) den jeweils ersten Platz. Lars Schwarz, Präsident des Dehoga MV (1. v. r.), lobte das Engagement und die Motivation der jugendlichen Teilnehmer und appellierte daran, dass sie nach der Ausbildung in MV bleiben sollten, da sie dringend für den Tourismus in MV gebraucht werden.

Foto: BAG/Franziska Schmiegel



Foto: Agraranschluss/Dr. Wolfgang Röhrl

Im Rahmen der MV-Kampagne 2018 präsentierten der TMV, die Usedom Tourismus GmbH, der TV Mecklenburgische Seenplatte, der Verband Mecklenburgischer Ostseebäder und das Familotel Borchards Rookhus das Urlaubsland MV am 6. und 7. April 2018 auf dem Frühlingmarkt in Essen. Viele Besucher hatten bereits die Themenwoche in der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung gelesen und zeigten großes Interesse an Aktiv-, Gesundheits- und Familienurlaub aller MV-Regionen sowie den Flugverbindungen.



Am 17. April 2018 folgten 55 Medienvertreter der Einladung von „TourismusDialog.Berlin“ zum Forum „Reisen aufs Land – wie verlockend?“ Als Gesprächspartner standen neben Cornelia Hass, Geschäftsführerin Landurlaub MV und Abteilungsleiterin Landtourismus TMV, Ute Mushedart, Vorsitzende der Bundesarbeitsgemeinschaft Urlaub auf dem Bauernhof, Karl Holmeier, Bundestagsabgeordnete, sowie zwei Landräte aus Bayern Rede und Antwort. Die Erfahrungen aller Gesprächspartner zeigten, dass der ländliche Raum großes touristisches Potenzial bietet und politisch stärker unterstützt werden sollte.

Foto: Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst



Foto: Agraranschluss/Dr. Wolfgang Röhrl

Am 10. April 2018 fand im Kurhaus Warnemünde der 2. Norddeutsche Ernährungsgipfel statt. Im Fokus standen die Herausforderungen des Arbeitskräftemangels in der Ernährungswirtschaft. V. l. n. r.: Holger Kliewe, Ralf Borschke, Dietmar Eifler, Susann Wippermann, Cornelia Hass, Landurlaub MV, Harry Glawe, Minister für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit



Foto: DZT Österreich/Glanvokel

Anlässlich der Wiederaufnahme der Flugverbindung zwischen dem österreichischen Linz und Rostock-Laage fand am 22. März 2018 eine gemeinsame Pressekonferenz der Deutschen Zentrale für Tourismus, des Tourismusverbandes MV, des Veranstalters Eurotours und des Flughafen Linz statt. Etwa 15 Vertreter von Presse, Funk und Fernsehen der Region Oberösterreich nahmen an der Pressekonferenz teil.



Am 17. April 2018 fand die zweite Regionalmesse des Tourismusverbandes Fischland-Darß-Zingst mit 33 Ausstellern im „The Grand“ in Ahrenshoop statt. Unter dem Motto „Die Region für die Region“ standen die Information der Mitarbeiter aus touristischen Betrieben über Freizeitangebote und Ausflugsziele der Region und das Netzwerken der Anbieter unterschiedlicher Genres im Mittelpunkt.

# Information, Kooperation und Motivation

## Neues und Traditionelles aus den Regionen, Städten und Verbänden

### Landurlaubsanbieter unter sich

**Bollewick.** Am 17. März 2018 fand die Mitgliederversammlung des Fachverbandes Landurlaub MV im Rahmen einer Wochenendveranstaltung mit zahlreichen Programmpunkten statt. Über 40 der aktuell 155 Mitglieder folgten der Einladung in das Insel-Hotel Dobbertin. Nach den



Teilnehmer der Mitgliederversammlung Landurlaub

Grüßworten von Harry Glawe, Minister für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit, und Wolfgang Waldmüller, Präsident des Tourismusverbandes MV, präsentierten Dietmar Eifler, Vorstandsvorsitzender, sowie Cornelia Hass, Geschäftsführerin die Ergebnisse der Verbandsarbeit. So wurden unter anderem zwölf Weiterbildungen durchgeführt, an denen über 270 Personen teilnahmen. Langjährige Mitglieder wie zum Beispiel Bauer Lange (15 Jahre) und Agrarmarketing MV (zehn Jahre) wurden vor Ort für ihre Treue geehrt und Neumitglieder zum Beispiel der Campingbetrieb Banzelvitze Berge und die Alte Büdnerei Kühlungsborn im Verband begrüßt. Der Workshop zum Thema „Selbstorganisation und Zeitmanagement“, die Abendveranstaltung zum Netzwerken, die Exkursionsfahrt zu Anbietern im ländlichen Raum ergänzten die erfolgreiche Mitgliederversammlung.

### Flugsaison 2018 auf dem Flughafen Heringsdorf gestartet

**Rostock.** Am 14. April begann um 17.35 Uhr mit der Landung der Lufthansa-Maschine aus Frankfurt/Main auf dem Insel-Flughafen Heringsdorf die Flugsaison 2018 auf der Sonneninsel Usedom. Bis Ende Oktober verbinden Linienflüge der Fluggesellschaften Lufthansa, Eurowings, SkyWork und Austrian Airlines die Insel wöchentlich mit Düsseldorf, Stuttgart, Frankfurt, Linz, Bern und Basel. In der Saison 2017 nutzten fast 20.000 Linienflugpassagiere aus den

südlichen und westlichen Ballungszentren Deutschlands sowie aus Österreich und der



Ankunft einer Eurowings-Maschine am Flughafen Heringsdorf auf der Insel Usedom

Schweiz die unkomplizierte Anreise per Flugzeug zum Heringsdorfer Flughafen.

### Infobroschüre zur Kreuzfahrtsaison

**Rostock.** Die Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde hat zum Start der Kreuzfahrtsaison 2018 eine aktuelle Infobroschüre für 9,95 Euro herausgebracht. Das Heft enthält auf 84 Seiten neben zahlreichen Abbildungen einen umfassenden Überblick über den Kreuzfahrthafen Rostock-Warnemünde, alle anlaufenden Kreuzfahrtschiffe der Saison, die internationalen Kreuzfahrtreedereien und die wichtigsten Kreuzfahrthäfen in der Ostsee.



Titel der Kreuzfahrtbroschüre

### Schulungen für internationale Gästekommunikation

**Ostseeküste Mecklenburg.** Die Metropolregion Hamburg hat im Frühjahr 2018 gemeinsam mit der Region Westmecklenburg eine Schulungsreihe zu internationaler Gästekommunikation veranstaltet. Unter dem Titel „Logbuch International on tour Westmecklenburg“ erhielten Tourismusakteure Einblicke in die Kulturen der Niederlande und skandinavischer Länder, um Bedürfnisse ihrer Gäste kennenzulernen und in die alltägliche Arbeit zu integrieren.

Ziel der lehrreichen Veranstaltungen mit den Themenkomplexen „Internationales Marketing“, „Kontakt zu internationalen Gästen“ und „Basiswortschatz Englisch“ war es, besser auf Gäste aus dem Ausland eingestellt zu sein und die Region attraktiver für Urlauber aus den Nachbarländern zu machen. Zu weiteren interaktiven und kostenlosen Weiterbildungen lädt die Online-Wissensplattform „Logbuch International“ unter [www.logbuchinternational.de](http://www.logbuchinternational.de) Branchenmitarbeiter aus dem ganzen Land ein.

### Vorpommern-Rügen wirbt in Berlin um Stadtflüchter

**Berlin.** Till Jaich, Chef der Marina Lauterbach auf Rügen, wirbt gegenwärtig in Berlin für den Landkreis Vorpommern-Rügen. Dieses Mal geht es jedoch nicht um Urlaubsgäste und Jaich ist auch nicht persönlich vor Ort. Vielmehr zielt er mehr als zwei Dutzend Großplakate an stark frequentierten Standorten der Hauptstadt und sucht so nach kreativen Köpfen, unternehmerisch Interessierten und Stadtflüchtern, die auf der Suche nach neuen Wohn- und Arbeitsorten und Entfaltungsmöglichkeiten sind.



Motiv der Großplakate mit Till Jaich

Die Plakataktion ist Teil des von der Wirtschaftsfördergesellschaft Vorpommern initiierten Projekts „WILMAR – Willkommens-Marketing für Vorpommern-Rügen“, das den ländlichen Raum als attraktiven Standort zum Leben und Arbeiten vermarktet und so dem demografischen Wandel, aber auch dem zunehmenden Fachkräftemangel begegnet. Zielgruppe sind vor allem Menschen in Großstädten, die stadtmüde sind, nach Alternativen suchen und ihren zukünftigen Freiraum auf dem Land sehen.

# Bernd Fischer ist neuer Vorsitzender beim Marketingverbund Deutsches Küstenland

Neupositionierung und Digitalisierung sind wichtigste Themen

Seit März dieses Jahres hat Bernd Fischer, Geschäftsführer des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern, den Vorsitz beim Deutschen Küstenland (DKL) übernommen, einem Marketingverbund von Bremen, Niedersachsen, Hamburg, Schleswig-Holstein, Lübeck und Mecklenburg-Vorpommern. Ziel des DKL ist die Erschließung neuer Quellmärkte für den Verbund, die keiner der Mitglieder für sich allein als Schwerpunktmarkt definiert. Partner des DKL ist die Deutsche Zentrale für Tourismus, die 50 Pro-

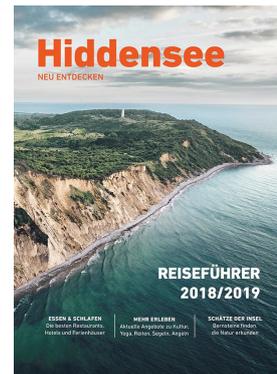
zent der Marketingaktivitäten in den Märkten (aktuell Polen und Spanien) finanziert. Aktuelle Herausforderungen bestehen in der Neupositionierung des DKL für das internationale Marketing und für die Digitalisierung. Weiterhin sollen Standards für Content definiert und dieser vertrieben werden. Die Zusammenarbeit zwischen den DKL-Mitgliedern muss effizienter gestaltet, mehr Partner eingebunden, die B2B- und B2C-Kommunikation gleichzeitig bedient sowie kleinteilige Marketingaktivitäten beendet werden.

## Schlussendlich (110)

„Ich wär' so gerne Milliardär“ hätten „Die Prinzen“ wahrscheinlich gesungen, wenn sie „Die Könige“ gewesen wären. Von großen Zahlen träumen, sehnen, hoffen, schwärmen. So war es lange Zeit. Auch im Tourismus. Pack' mal noch 'ne Million drauf auf den Haufen des Glücks. Heutzutage ist das Streben nach immer größeren Zahlen etwas aus der Mode gekommen. Gerade runde Zahlen wirken vielen zu glatt; ein System aus möglichst vielen Nullen wird – ähnlich wie bei Fußballmannschaften – nicht länger als wertvoll anerkannt. Alle wollen nur noch Qualität haben, in Qualität machen, Qualität sein. Noch ein einziges Mal aber wollen wir schwelgen wie früher und formulieren daher heute den Abgesang auf das Zeitalter der Ziffern, das letzte Aufgebot des Zahlen-Wahns. Nicht Millionen sollen es sein, nein, Milliarden! 10 Stellen, im Mindesten, alles ab 1.000.000.000! Dafür muss man nicht Sandkörner zählen, nicht die Blätter an den Bäumen oder die unablässig an den Strand tretenden Wellen. Für das Fest der Zahlen lassen sich Superlative finden und gründen. Selbst wenn bislang niemand in diesem Land Tourismusmilliardär (in Euro) werden konnte, lässt sich einiges vorweisen: Milliarden Gedanken der Sehnsucht und manchmal auch der Wehmut wurden auf Bürostühlen, Wohnzimmercouchen und in Fahrstühlen an den Urlaub in MV verschwendet(!), im gewerblichen Tourismus mehr als 1,5 Milliarden Fördermittel aus der Gemeinschaftsaufgabe seit 1990 verwendet(!). Nachweislich knapp acht Milliarden Euro Umsatz und leicht mehr als vier Milliarden Euro Wertschöpfung schafft die Branche zwischen Ostsee und Seenplatte pro Jahr. Etwas mehr als eine Milliarde Übernachtungen dürften es seit 1990 summasummarum gewesen sein, wenn man wirklich alle zusammenzählt. Circa 8,4 Milliarden Reisekilometer legen Touristen Jahr für Jahr zurück auf dem Weg von und nach MV, jedenfalls, wenn man für rund zwölf Millionen

Übernachtungsgäste einen durchschnittlichen Anreiseweg von 350 Kilometern ansetzt. Milliarden Liter Diesel, Benzin und in den Anfangsjahren noch Gemisch für den Trabi sind dafür verbrannt und in die Luft geblasen worden, doch darüber breiten wir lieber den Mantel des Schweigens. Zwischen neun und zehn Milliarden Stunden Schlaf verbrachten die Nachwende-Gäste bei einem angenommenen Mittel von acht Stunden. Rund 200 Milliarden Millisekunden Sonne beleuchteten die Landesgeschichte – sorry, Sonnensekunden waren es in 28 Jahren „nur“ rund 200 Millionen, es sei denn, man addiert die Werte von Kap Arkona, Hiddensee, Usedom, Darßer Ort und Rostock-Warnemünde, um die Milliardengrenze zu übertreten. Mehrere Milliarden Broschürenseiten müssen gedruckt worden sein. Milliarden Mückenstiche wurden bejuckt (zumindest gefühlt), Milliarden Fotos geschossen, Milliarden freundlicher Worte ausgetauscht. Fünf Milliarden Bruttoreichweite hat die medial mit weitem Abstand reichweitenstärkste Branche des Landes im vergangenen Jahr ausgelöst, d. h. so viele Male sind Menschen theoretisch in den Kontakt mit Berichterstattung über das Urlaubsland in Berührung gekommen. Und nun kam auch noch heraus: MV ist der erste ITB-Milliardär (s. Seite 1). Während sich andere Partnerländer mit 200 bis 300 Millionen Medienreichweite zufriedengeben mussten und wollten, legte Meck-Pomm eine Punktlandung kurz hinter der Schallmauer hin: 1,01 Milliarden. Überschall über der Ostsee, hier ist Tempo, dass es knallt und schallt. Doch das ist nun vorbei, das Milliardengeschäft ist Geschichte. Geopfert auf dem Altar von Qualität und Nachhaltigkeit. Fortan freuen wir uns einzig über Qualitätsbeweise, möglichst viele natürlich, Milliarden am besten! Der Anfang ist gemacht: Das Wort Qualität, es dürfte schon so oft ausgesprochen worden sein, dass ausreichend Nullen dranhängen.

## Bücher übers Land



„Hiddensee neu entdecken 2018/2019“ ist der erste Magazin-Reiseführer, welcher die autofreie Insel allein mit lokalen und aktuellen Themen ins Zentrum rückt. Auf 92 Seiten werden großformatige Fotostrecken gezeigt und das gesamte Urlaubsangebot von Sport und Kultur, vielfältiger Gastronomie sowie Unterkünften aufgezeigt. Informative Karten ergänzen die Publikation. Verfasst vom ehemaligen Stern-Chefredakteur Thomas Osterkorn ist die begrenzte Erstauflage von 4.000 Exemplaren online und im Bahnhofs- und Flughafenbuchhandel in ganz Deutschland erhältlich.

### Hiddensee neu entdecken,

Thomas Osterkorn

Erschienen: März 2018 im Leuchtturm Verlag Hiddensee, 9,80 Euro, 92 Seiten, ISBN 978-3981957105

## Digitale Präferenzen der Wanderer untersucht

Studie zeigt Bedeutung von Smartphone oder GPS-Gerät

Die BTE – Tourismus- und Regionalberatung aus Hannover hat in Kooperation mit dem Deutschen Wanderverband die Studie zur „Bedeutung der Digitalisierung für das Wandern heute & morgen“ veröffentlicht. Ein Ergebnis der Studie ist, dass aktuell für rund 50 Prozent der Wanderer Markierung und Wegweisung unverzichtbar sind. Ebenfalls etwa 50 Prozent der Wanderer nutzen und sogar 13 Prozent orientieren sich ausschließlich über Smartphone oder GPS-Gerät während der Wanderung. [www.bte-tourismus.de/files/BTE-Digitalisierung\\_Wandern\\_ITB\\_3-2018.pdf](http://www.bte-tourismus.de/files/BTE-Digitalisierung_Wandern_ITB_3-2018.pdf)

### 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](mailto:tourismuszeitung@auf-nach-mv.de)  
Titelfoto: TMV/Grundner



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