

Tourismuszeitung

Mecklenburg-Vorpommern

Ausgabe 9 - 2014



Tourismusbranche mit Hauptsaison zufrieden

Trotz kurzer Sommerferien ist Jahresbestmarke von 28,4 Millionen Übernachtungen in Reichweite / Konkurrenz nimmt zu / Wettbewerb wird über Qualität entschieden



Foto: Jens Büttner
Saisonbilanz im neuen Wismarer Welt Erbe Haus, TMV-Präsident Jürgen Seidel und Wirtschafts- und Tourismusminister Harry Glawe

Erfolgreich, aber auch strapaziert: Die Tourismusbranche zieht eine positive Bilanz der Vor- und der Hauptsaison, bemerkt aber auch die Folgen des in diesem Jahr besonders kurzen Sommerferienzeitraums. Der Blick auf die jetzt vom Statistischen Amt veröffentlichten Halbjahreszahlen verdeutlicht sogar, dass im Nordosten noch niemals zuvor in den ersten sechs Monaten eines Jahres mehr Übernachtungen und Gästeankünfte registriert wurden. Zwischen Ostseeküste und Seenplatte wurden von Januar bis Juni erstmals sowohl mehr als elf Millionen Übernachtungen (11,1) als auch mehr als drei Millionen Gäste (3,1) gezählt. Dies bedeutet 4,3 Prozent Zuwachs bei den Übernachtungen und 4,8 Prozent mehr Gäste als im Vorjahreszeitraum. „Ein

erfreuliches Ergebnis mit einem sehr starken ersten Halbjahr, was weiter anspornt. Es geht dennoch insgesamt nicht darum, ständig Übernachtungsrekorde zu knacken. Unser Ziel ist es, dass unser Land über das ganze Jahr hin attraktiv ist. Da geht Qualität vor Quantität“, sagte Harry Glawe, Minister für Wirtschaft, Bau und Tourismus.

Hohe Auslastung in den Sommermonaten / Branche liefert Qualität

Die Geschäfte und Belegungen in den Sommerferien im Juli und August werden von der deutlichen Mehrheit der Vermieter als positiv eingeschätzt. Die Saisonumfrage des Landestourismusverbandes unter 300 Unternehmen ergab, dass mit Ferienbeginn in zwei Drittel der Betriebe mehr als 90 Prozent der Betten belegt waren; im verbleibenden Drittel lag die Auslastung zumeist nur wenig darunter. Die durchschnittliche Auslastung aller Betriebe im Land betrug in diesem Sommer knapp 90 Prozent und war damit um sechs bis acht Prozentpunkte höher als im Vorjahr. „Wir registrieren mit Freude: MV ist und bleibt das beliebteste innerdeutsche Sommerreiseziel“, so Jürgen Seidel. Dazu trügen Hotellerie und Gastronomie sowie Kulturträger

Aus dem Inhalt

Hier spricht der Experte

Torsten Konopka, Geschäftsführer von „wild-east“, über die Sicherheit von Urlaubs-Buchungsplattformen

Seite > 03

TMV aktuell

Das Urlaubsmagazin 2015 kommt

Seite > 07

TMV aktuell

Tourismusbarometer in Rostock vorgestellt

Seite > 05

Vermischtes:

Der neue Fischeinkaufsführer ist da

Schlussendlich (71)

Seite > 07

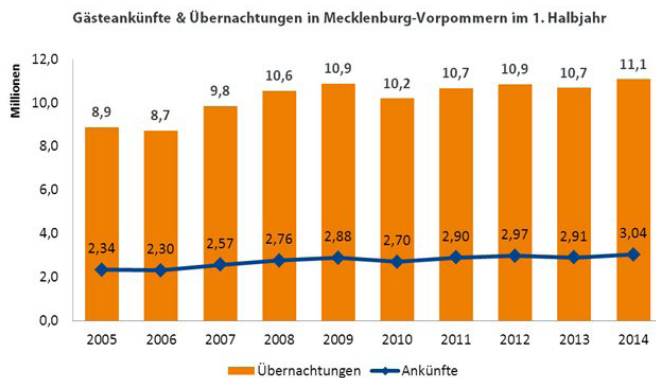
Zahl des Monats

78

Prozent der MV-Urlauber 20 würden ihren Urlaub in MV „ganz bestimmt“ und 18 Prozent „wahrscheinlich“ weiterempfehlen. Damit würden 96 Prozent ihren Urlaub ganz bestimmt oder zumindest wahrscheinlich weiterempfehlen. Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland

gleichermaßen bei. Etwa ein Drittel der sich an der Saisonumfrage Beteiligten konstatierte eine höhere Auslastung als im Vorjahressommer. Etwas mehr als die Hälfte gab an, ähnlich gut wie in der Hauptsaison 2013 gebucht gewesen zu

sein. Insbesondere in der Zeit bis Mitte August gab es flächendeckend viele ausgebuchte Quartiere. Kleine Auslastungsunterschiede waren zwischen Ostseeküste und Landesinnerem festzustellen. Während es in Ostseebädern und Hanse-



Das erste Halbjahr war das besucherstärkste seit jeher. Erstmals wurden zwischen Januar und Juni mehr als drei Millionen Ankünfte und mehr als elf Millionen Übernachtungen registriert.

städten zwischenzeitlich so gut wie keine Kapazitäten gab, waren in einigen Binnenregionen noch vereinzelte Zimmer für Spontanreisende vorhanden.

Enger Ferienkorridor belastet Mitarbeiter und verhindert Umsätze in Millionenhöhe

Wie von vielen im Voraus erwartet, wirkten sich der späte Ferienbeginn und der sehr kurze Ferienzeitraum von 71 Tagen (gegenüber 85 Tagen im Jahr 2013) negativ auf die Geschäfte, die Verkehrssituation und die Belastung der Branchenmitarbeiter aus. Fast die Hälfte der vom Tourismusverband befragten Unternehmer bestätigte das. „Für die Sommerbilanz dieses Jahres genügt es nicht, die angereisten Gäste zu zählen. Wir müssen auch über die nicht unerhebliche Zahl spontaner Interessenten reden, die ihren Urlaub nicht in Mecklenburg-Vorpommern verbringen konnten“, erklärte Jürgen Seidel. Mehrere hunderttausend Übernachtungen und bis zu 50 Millionen Euro Einnahmen seien der Branche damit in diesem Sommer entgangen. Zugleich habe es für die Mitarbeiter durch die anhaltend hohe Belegungsrate kaum Entspannungsphasen und freie Tage gegeben. Auf Dauer wäre eine derart enge Ferienverteilung aus wirtschaftlicher, so-

zialer und verkehrlicher Sicht nicht zu verkraften. Daher sei es erfreulich, dass sich die Situation in den kommenden Jahren auch dank des vor kurzem getroffenen Kompromisses zwischen den Kultur- und Wirtschaftsministern der Bundesländer bessere. Ähnlich äußerte sich dazu auch Wirtschafts- und Tourismusminister Harry Glawe: „Ferienstart und Feriende sollten im bundesweiten Vergleich weit auseinanderliegen. Ein breiter Ferienkorridor sichert Arbeitsplätze, hilft Staus einzuschränken und sorgt für eine gleichmäßigere Auslastung der Tourismuswirtschaft. Die Ballung auf wenige Wochen ist eine Konzentration, bei der die Qualität des Angebotes und die Belastung der Infrastruktur an ihre Grenzen stoßen. Ich bin froh, dass wir ab 2018 nicht nochmal in eine solche Situation kommen.“ Der Wirtschaftsminister, derzeit auch Vorsitzender der Wirtschaftsministerkonferenz (WMK), hatte sich deutlich für eine Kompromisslösung ausgesprochen, und die WMK hatte die Kultusministerkonferenz mehrfach aufgefordert, entsprechende Änderungen ab 2018 vorzunehmen. Mit Erfolg: Von 2018 bis 2024 liegt der Ferienkorridor im Durchschnitt bei 84,6 Tagen. Schon im kommenden Jahr wird sich die Situation mit 80 Ferientagen (27.6.-14.9.) etwas entspannen.

+++ NEWSTICKER +++

+++ Das **Müritz Hotel Klink** stellt zum Januar 2015 den Betrieb ein. Laut Geschäftsleitung wird der Pachtvertrag seitens des Eigentümers nicht verlängert.

+++ Erfolgreich: Mit rund 73.000 Besuchern vom 20. Juni bis zum 21. September verzeichneten die **Festspiele MV** einen Besucherrekord in ihrer Geschichte. Von den 127 Veranstaltungen waren 104 ausverkauft, die Platzauslastung lag bei 92 Prozent.

+++ Zum ersten Mal wurde die **Stadtinformation Wolgast** mit dem Qualitätssiegel des Deutschen Tourismusverbandes ausgezeichnet. Insgesamt fünf Tourist-Informationen auf der Insel Usedom sind mit der so genannten „i-Marke“ zertifiziert. In MV sind insgesamt 33 Tourist-Informationen mit der „i-Marke“ ausgezeichnet. www.deutschtourismusverband.de

+++ Die **Vorpommersche Landesbühne** kann für die Sommersaison, die am 1. Juni mit Saisonstart des Theaterzelts „Chapeau Rouge“ begann, eine gute Bilanz ziehen. Zu den vier Open-Air-Angeboten, ins Theaterzelt „Chapeau Rouge“ und ins gelbe Theater „Die Blechbüchse“ kamen insgesamt rund 47.000 Zuschauer. www.vorpommersche-landesbuehne.de

+++ Unter www.shixxi.com finden Unternehmer ein kostengünstiges innovatives Stellenportal für die gesamte Tourismus- und Reisebranche.

+++ Mecklenburg-Vorpommern rückt in den Blickpunkt der Kunstwelt: Im **„British Museum“ in London** ist vom 16. Oktober 2014 bis 26. Januar 2015 im Rahmen der Ausstellung „Deutschland im Jahr 25 nach der Wende“ die Figur „Der Schwebende“ des Bildhauers Ernst Barlach als zentrales Werk ausgestellt. www.guestrow-tourismus.de

+++ Neue Bühne auf Rügen: Ab sofort können Urlauber und Einheimische im Ostseebad Binz auf der Insel Rügen auf der Bühne des „Löwenherz“ im **Loev Hotel** ein abwechslungsreiches Kulturprogramm erleben. www.loev.de

+++ Mit der Aktion **„Seetel sucht Deutschlands Super-Azubis“** geht die Seetel Hotel GmbH & Co. Betriebs-KG auf kreative Weise gegen den Fachkräftemangel in der Gastronomie- und Hotelleriebranche vor und ist damit für den Deutschen Tourismuspreis nominiert.

„Genau wie in der Offline-Welt sind regionale Angebote vertrauenswürdig“

Torsten Konopka, Geschäftsführer der wild-east marketing GmbH, über die Sicherheit von Urlaubs-Buchungsplattformen



Foto: privat

Unternehmer Torsten Konopka

TMV: Anfang September titelte der Nordkurier „Die große Abzocke mit falschen Ferienhäusern“ – die Internetkriminalität ist längst in der Tourismusbranche MV angekommen, und die Täter werden immer kreativer, um Gäste mit Schein-Ferienheimen zu ködern. Wie haben Sie diese Nachricht aufgenommen?

Konopka: Es ist schockierend zu erfahren, dass es solchen Tätern immer wieder gelingt, ein offensichtlich vertrauenswürdige Angebot ins Netz zu stellen, und es ist absolut bedauerlich, dass Menschen von solchen „Anbietern“ getäuscht werden.

TMV: Wie sicher ist Ihr Buchungssystem, und was können Sie tun, um sich gegen Betrug zu schützen?

Konopka: Die buchbaren Angebote im Buchungssystem „im-web“ sind durchweg seriös, denn sie stammen aus erster Hand und sie werden direkt von regionalen Vermittlern eingestellt. Die Verbände, Tourist-Infos usw., aber auch die vielen privaten Vermittler, die unser System nutzen, kennen nicht nur die Unterkünfte sehr genau, sondern auch die Vermieter oder Eigentümer der Unterkünfte, zumeist sogar persönlich. Gleichzeitig werden die Unterkünfte authentisch und in höchster Datenqualität ins System gestellt.

TMV: Welche Sicherheiten geben oder fordern Sie von Vermietern, die an einem Vertrieb über „wild-east“ interessiert sind?

Konopka: Wir geben dem Vermieter die Sicherheit, dass seine Unterkünfte ausschließlich auf vertrauenswürdigen Internetseiten mit regionalem Bezug und auf namhaften Buchungsportalen gebucht werden.

Zu unserer Sicherheit prüfen wir einerseits, ob das angebotene Objekt wirklich existiert, andererseits prüfen wir im Rahmen der üblichen Geschäftstätigkeit und in Bezug auf den Vertragsabschluss, wer der Vertragspartner ist.

TMV: Was raten Sie Gästen, um sicherzugehen, dass die dargestellte Ferienimmobilie tatsächlich existiert?

Konopka: Genau wie in der Offline-Welt kann auch im Internet davon ausgegangen werden, dass regionale Angebote vertrauenswürdig sind. Wenn die potenziellen Gäste in einer Tourist-Information oder bei einem Verband anrufen oder auf den offiziellen Internetseiten der Orte und Regionen fündig werden, wird das Angebot grundsätzlich vertrauenswürdig sein. Das wissen die Urlauber sehr genau, und über 65 Prozent aller Buchungen in unserem System laufen über diese Wege. Wer als Gast allerdings reichweitenstarke Urlaubsbuchungsportale im Internet bevorzugt, sollte dies bei Anbietern mit einem hohen Bekanntheitsgrad und einem repräsentativen Gesamtangebot tun. Diese Portale beziehen einen Großteil ihrer angebotenen Unterkünfte aus zuverlässigen Quellen und über seriöse Partner. Zahlreiche Unterkünfte aus MV werden über „im-web“ dort eingespeist, mit vielen zusätzlichen Buchungen im Ergebnis.

TMV: Vor welchen großen Herausforderungen steht der Internetvertrieb von Gästezimmern in der Zukunft?

Konopka: Entscheidend für anhaltenden Erfolg der Vermieter ist die echte Buchbarkeit. Die Gäste wollen sofort wissen: was ist frei, was kostet es? Echte Verfüg-

barkeiten, exakte Preisangaben und die gleichzeitige Buchbarkeit in möglichst allen zur Verfügung stehenden Kanälen sind die Schlüssel zum Erfolg. Also am besten auf der eigenen Homepage, auf der Ortsseite, auf den regionalen Internetseiten und auf deutschland-, europa- und weltweit agierenden Urlaubsbuchungs-Plattformen, weil man einfach überall dort buchbar sein muss, wo Gäste nach Urlaub suchen. Die technischen Voraussetzungen dafür gibt es längst, und einige zehntausend Unterkünfte erhalten so bereits heute einen Großteil ihrer Buchungen.

TMV: Im ersten Halbjahr 2014 gab es mehr Übernachtungen und Gästeankünfte als in jedem anderen Jahr seit 1990. Wie fällt Ihre bisherige Saisonbilanz aus?

Konopka: Das erste Halbjahr einschließlich Juli und August ging insgesamt mit gut zehn Prozent Zuwachs in unsere Bilanzen ein. Wir werden in diesem Jahr erstmals über fünf Millionen Übernachtungen verzeichnen. Wir rechnen mit rund 290.000 Buchungen im Wert von 120 Mio. Euro. Ausreißer war leider der Monat Juli, in dem wir wegen des kürzeren Ferienkorridors keine Zuwächse hatten.

Das Unternehmen „wild-east“ ist ein Spezialist für Destinationsmanagement und bietet Buchungs- und Reservierungssysteme für Unterkünfte, Pauschalen/Arrangements und Tickets/Bausteine an. Heute sind im Online-Buchungssystem von „wild-east“ mehr als 100.000 Unterkunftsangebote, vom Privatzimmer bis zur Hotelsuite, vom einzelnen Ort bis zur großen Destination, deutschlandweit und mittlerweile in Europa online buchbar. Seit 1999 wurden mehr als 1,8 Millionen Buchungen im Wert von über 675 Millionen Euro realisiert.



Foto: TMV/Reith

Schlösserherbst in Mecklenburg-Vorpommern: 40 Guts- und Herrenhäuser laden bis zum 16. November zu besonderen Arrangements, Ausstellungen oder kulinarischen Hochgenüssen ein. In den

Staatlichen Schlössern, zu denen neben dem Märchenschloss Schwerin auch die Schlösser in Güstrow, Mirow, Ludwigslust und Bothmer gehören, erwarten Besucher neben Sonderausstellungen

Führungen oder Mitmachaktionen. Alle Veranstaltungen und Angebote im Rahmen des Schlösserherbstes sind unter www.auf-nach-mv.de/schloesserherbst zu finden.

Rückblick: „Jahr der Romantik“ fand krönenden Abschluss in Greifswald

Teilnehmer ziehen positive Bilanz / Fortsetzung der Initiative im Gespräch

natürlich
romantisch



Mecklenburg
Vorpommern
MV tut gut.

Mit der Romantik-Festwoche vom 30. August bis zum 6. September in der Hansestadt Greifswald erreichte das „Jahr der Romantik“ seinen Höhepunkt. Anlässlich des 240. Geburtstages von Caspar David Friedrich am 5. September fanden zahlreiche Veranstaltungen für Jung und Alt in Greifswald statt. „Ein Tag mit Caspar David Friedrich“ läutete am 30. August die Festwoche ein.

Auf dem Marktplatz fanden Besucher historische Fahrgeschäfte, die zu einer Zeitreise einluden. Wer selbst kreativ werden wollte, konnte im Caspar-David-Friedrich-Zentrum Seifen herstellen, sich

im Scriptorium des Doms in Kalligraphie üben oder im Pommerschen Landesmuseum verschiedene Zeichentechniken ausprobieren. Weitere Höhepunkte waren ein Vortrag im Pommerschen Landesmuseum, in dem Werke von Caspar David Friedrich ausgestellt sind, Führungen auf dem so genannten Caspar-David-Friedrich-Bildweg – an 15 Stationen erschließen sich dem Spaziergänger wichtige Lebens- und Wirkungsorte des Malers – oder ein Romantik-Orgelkonzert im Dom. Am 5. September wurde die „Lange Nacht der Romantik“ im Pommerschen Landesmuseum gefeiert.

Zudem feierte das Caspar-David-Friedrich-Zentrum sein zehnjähriges Jubiläum. Die Romantik-Festwoche endete mit Konzerten der Festspiele Mecklenburg-Vorpommern in der Klosterkirche, der Aula und im Dom.

Erfolgreiches Netzwerk soll weitergeführt werden

Die Partner der landesweiten Initiative ziehen eine positive Bilanz. Dazu Tobias Weitendorf, stellvertretender Geschäftsführer des TMV: „Wir haben mit der Aktion zwei Zielgruppen erreicht: Die Kulturinteressierten, die sich das Thema erschließen, sowie die Skeptischen, die über das Thema für das Urlaubsland interessiert wurden und werden.“ Es habe sich wiederholt gezeigt, dass Kultur der Schlüssel für Neukunden sei. Auch der Stadtmarketingverein Greifswald resümierte einen Erfolg, indem er einen deutlichen Imagegewinn sowie eine stärkere Wahrnehmung der Stadt als Ort der Romantik feststellte. Darüber hinaus konstatiert das Landesmarketing MV, dass das Projekt „einen längeren Atem verdient habe“ und plädiert wie auch alle anderen 40 Teilnehmer für eine Weiterführung.

Tourismusbarometer in Rostock vorgestellt

Gute Aussichten für Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern



Zufrieden mit der touristischen Entwicklung in MV sind Dr. Michael Ermrich, Jürgen Seidel, Harry Glawe (v. l. n. r.).

In Rostock ist am 12. September das Tourismusbarometer des Ostdeutschen Sparkassenverbandes vorgestellt worden. Demnach ist der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern 25 Jahre nach dem Mauerfall ein tragender Wirtschaftsfaktor. Zwischen 1993 und 2013 hat sich die Zahl der Übernachtungen in gewerblichen Betrieben von 10,3 Millionen auf 28,2 Millionen fast verdreifacht. Die Zahl der inländischen Tagesreisen stieg von 55 Millionen (1993) auf 66 Millionen (2013). Das meldet das aktuelle Sparkassen-Tourismusbarometer 2014 des Ostdeutschen Sparkassenverbandes (OSV). Dazu Harry Glawe, Minister für Wirtschaft, Bau und Tourismus: „25 Jahre nach dem Mauerfall hat sich der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern stetig zu einer wahren Erfolgsgeschichte entwickelt. Das Land verfügt heute über die modernste Urlaubsinfrastruktur in Deutschland. Bis heute sind in Mecklenburg-Vorpommern rund 40 Prozent der gesamten Bettenkapazität Ostdeutschlands entstanden“.

Seit 1990 wurden im Wirtschaftsministerium fast 3.300 Fördervorhaben bewilligt. Es wurden rund 1,5 Milliarden Euro an Zuschüssen für Investitionsvorhaben mit einem Gesamtinvestitionsvolumen von rund 5,4 Milliarden Euro ausgereicht.

„Damit konnten etwa 32.100 Arbeitsplätze in der Tourismuswirtschaft entstehen oder gesichert werden“, so Glawe weiter.

„In den Zeiten des Wandels haben viele Touristiker großen Mut und Flexibilität bewiesen und vielerorts eine beachtenswerte unternehmerische Kreativität entfaltet“, würdigt der geschäftsführende Präsident des OSV, Dr. Michael Ermrich, und hebt hervor, „diese Eigenschaften brauchen wir künftig mehr denn je. Das Marktumfeld verändert sich ständig und der Wettbewerb um die Gunst des Gastes wird härter“.

Wachsendes Interesse aus dem Ausland

Das Nachfragevolumen der internationalen Gäste in Mecklenburg-Vorpommern lag mit 340.418 Ankünften und 945.346 Übernachtungen in 2013 auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau. Im ersten Halbjahr 2014 hat es sich jedoch mit Zuwächsen von 14,2 Prozent bei den Ankünften und 10,8 Prozent bei den Übernachtungen gegenüber dem Vorjahreszeitraum recht dynamisch entwickelt. Langfristig hat der internationale Tourismus ein überproportionales Wachstum.

Infos: www.osv-online.de

Tourismuspreis des Ostdeutschen Sparkassenverbandes

Jetzt bewerben: Der Tourismuspreis des Ostdeutschen Sparkassenverbandes (OSV) „MarketingAward – Leuchttürme der Tourismuswirtschaft“ zählt zu den begehrtesten Auszeichnungen der Tourismusbranche. Nun ist er wieder zu haben. Ab sofort können sich touristische Unternehmen, die mit pfiffigen Angeboten und nachahmenswerten Konzepten glänzen, bewerben. Der Preis wendet sich an touristische Einrichtungen aus Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen. Eingereichte Angebote und Konzepte sollen kreativ, originell und nachhaltig sein. Einsendeschluss ist der 14. November 2014. Die Beteiligung am Wettbewerb ist kostenfrei. Teilnahmeunterlagen stehen im Internet www.tourismusbarometer.de zur Verfügung.

„LandArt“ im Rennen um den Deutschen Tourismuspreis

Das Projekt „LandArt“ ist unter 57 Bewerbungen um den Deutschen Tourismuspreis, der jährlich vom Deutschen Tourismusverband ausgeschrieben wird, unter den sieben Finalisten. Damit hat sich das Netzwerk, das sich der Professionalisierung des Tourismus im ländlichen Raum verschrieben hat, auf einen aussichtsreichen Platz geschoben. Auf dem Deutschen Tourismustag am 23. Oktober in Freiburg fällt die Entscheidung. www.deutschartourismusverband.de

Strukturveränderungen auf Fischland-Darß-Zingst

„Den Verband als regionale Vermarktungsorganisation, so wie wir ihn heute kennen, wird es nach 2015 nicht mehr geben“, sagte der Vorsitzende des Tourismusverbandes Fischland-Darß-Zingst, Heino Schütt, auf der letzten Vorstandssitzung des Regionalverbandes. Zielsetzung der Umstrukturierung ist es, den Orten, die besonders vom Tourismus leben, die Möglichkeit zu geben, stärker in die Entscheidungs- und Finanzverantwortung für das regionale Marketing einzutreten. Im Gespräch ist unter anderem ein Zweckverband.

Nachgefragt: Wie steht es um regionale Messen?

Andreas Markgraf, Geschäftsbereichsleiter der „HanseMesse Rostock“, über die bisherige Messesaison und anstehende Höhepunkte



Andreas Markgraf

TMV: Wie verlief bisher die diesjährige Messesaison im Landesmessezentrum MV?

Markgraf: Wir sind überaus zufrieden mit der Entwicklung unserer Eigenmessen. Die traditionelle „HochzeitsMesse“, als erste Veranstaltung im Jahr, war Anfang Februar mit 20 Prozent Besucherzuwachs der Beginn einer erfolgreichen Frühjahrssaison. Mit über 41.000 Besuchern ist und bleibt die „OstseeMesse“ weiterhin die besucherstärkste Veranstaltung im Landesmessezentrum. Nun freuen wir uns auf die nächsten Messen: „RoBau“, „PflegeMesse“, „SPIELidee“ und „GastRo“.

TMV: Die GastRo findet in diesem Jahr bereits zum 25. Mal statt. Wie hat sie sich entwickelt und welche Bedeutung messen Sie ihr für die Zukunft bei?

Markgraf: Die „GastRo“ ist unser Musterbeispiel für eine große erfolgreiche Fachmesse. Sie hat sich in den vergangenen 24 Jahren als einzige Fachmesse im Nordosten Deutschlands behauptet und zählt seither zu den wichtigsten Branchentreffen in den neuen Bundesländern. Obwohl im Frühjahr nur 200 Kilometer entfernt die internationale Leitmesse „Internorga“ stattfindet, verzeichnet die „GastRo“ im November eine große Nachfrage sowohl seitens der ausstellenden Unternehmen als auch der Besucher. Laut Einschätzungen des AUMA (Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft) verzeichnen regionale Messen einen leichten Aufwind. Dieser Messtyp hat sich etabliert. Die Entwick-

lung der „GastRo“ beweist es: Steigende Aussteller- und Fachbesucherzahlen, vergrößerte Standflächen und Wachstum in allen Ausstellungsbereichen, das durch zufriedene Aussteller vorangetrieben wird. Ferner zeigen optimierte und zeitgemäße Marketingaktionen ihre Wirkung: 10.600 m² Ausstellungsfläche – 250 Aussteller – 12.800 Besucher – davon 81 Prozent Fachbesucher in 2013. Die „GastRo“ wird auch zukünftig ihren festen Platz in der Messelandschaft haben.

Der Tourismus hat sich als dynamischer und weiterhin krisenfester Wirtschaftsfaktor in MV etabliert. Dank eines flächendeckenden und hohen Investitionsvolumens hat die Tourismusbranche in MV eine national und international wettbewerbsfähige Angebotsstruktur geschaffen, die es zu erhalten und auszubauen gilt. Dafür bedarf es zukunftsweisender Ideen, innovativer Produkte und Fachwissen. All das ist auf der diesjährigen und den folgenden „GastRo“-Messen zu finden.

TMV: Welche Bedeutung haben Messen in Zeiten des boomenden Onlinehandels?

Markgraf: Die Vorteile einer Messe sind nach wie vor, dass Aussteller und Besucher in direkten Kontakt treten, die Produkte vor Ort testen und bei Interesse direkt erwerben bzw. Aufträge auslösen können. Nirgendwo lassen sich bessere Neukontakte knüpfen, nirgendwo hat man die Möglichkeit, in so kurzer Zeit so viele persönliche Gespräche zu führen, als auf einer Messe. In bestimmten Branchen, in denen es um komplexe Fragestellungen, Themen und hochentwickelte Produkte geht, gibt es keine Alternativen zu Fachmessen bzw. Kongressen mit angeschlossener Fachaussstellung. Dennoch ist das Internet gleichzeitig eine Chance für Messen. Ob bei der Informationsbeschaffung, Akquise, Vermarktung oder gegenseitige Bewerbung – das Internet unterstützt und ergänzt das Messeangebot.

Themenkonferenz Kinder- und Jugendtourismus in Schwerin

Unter dem Titel „Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland: Wirtschaftspotential und Entwicklungsmöglichkeiten auch für den ländlichen Raum“ organisiert das BundesForum Kinder- und Jugendreisen im Rahmen des BMWi-Zukunftsprojektes Kinder- und Jugendtourismus am 10. November eine Konferenz im Plenarsaal des Landtages MV in Schwerin. Ziel ist die Vorstellung der Studienergebnisse zur Verdeutlichung der Wirtschaftskraft des Kinder- und Jugendtourismus. Anschließend sollen Handlungsvorschläge dafür entwickelt werden, wie das touristische Potenzial des ländlichen Raumes besser genutzt werden kann. Die Konferenz richtet sich an Interessierte aus dem Kinder- und Jugendreisebereich, an Veranstalter, Fachpolitiker und Tourismusorganisationen. Für Rückfragen: BMWi-Projekt@Jugendherberge.de, Tel.: 052 31 99 36 56 sowie service@BundesForum.de, Tel.: 030 44 65 04 10

Bewerben für den ADAC-Tourismuspreis

Der ADAC lobt 2014 wieder den Tourismuspreis aus. Anbieter, deren Produkte sich in Sachen Qualität, Service- und Gästeorientierung, Kreativität oder Originalität von Mitbewerbern abheben, können sich bis zum 31. Oktober um diesen Preis unter www.adactourismuspreis.de bewerben. Bewerben können sich Unternehmen, Privatpersonen, Vereine und Verbände sowie Kommunen. Die Teilnahme ist kostenlos.

„reise“-Domains ab sofort erhältlich

Ab sofort können „reise“-Domains registriert werden. Die Registrierungen sind Touristikern vorbehalten. Damit will die dotreise GmbH einem gemeinsamen Namensraum exklusiv für die deutschsprachige Reisewirtschaft schaffen. „reise“-Domains können bei allen namhaften Registraren und Internetserviceprovidern registriert werden. Eine Übersicht findet sich unter <http://nic.reise/domains-registrieren/wo-kann-man-reise-domains-registrieren>

Das Urlaubsmagazin 2015 kommt

Auflage von 1.000.000 Exemplaren geplant

Unter dem Titel „Seen & Meer – Das Magazin für Ihren Urlaub in MV“ ist im Jahr 2014 das erste Urlaubsmagazin für MV erschienen und als Beilage der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung (WAZ) sowie von lokalen Wochenblättern in Nordrhein-Westfalen mit einer Auflage von mehr als 1,1 Millionen Exemplaren in den Vertrieb gegangen. Gemeinsam mit einer ergänzenden Digital-Publikation des Urlaubsmagazins als „Marco Polo Travel Magazine“, das mehr als 400.000 MV-interessierte Abonnenten anspricht, sowie über den Direktvertrieb konnten deutlich mehr als vier Millionen potenzielle Gäste (mehr als jeder 20. Deutsche) erreicht werden. Um auch zukünftig reiseinteressierte Menschen über aktuelle touristische Themen aus dem Urlaubsland zu informieren und Reiseanreize zu Menschen in den Potenzialmärkten zu bringen, ist für das Frühjahr 2015 eine **Neuaufgabe** des Urlaubsmagazins geplant. Wie auch im Jahr 2014 ist dies in

erster Linie zur Neukunden- und Intervallgastwerbung vorgesehen.

Die Print- und Digitalmagazine sollen 2015 in einer Höhe von rund 1.000.000 Exemplaren in den Vertrieb gehen. Der abgesicherte Vertrieb erfolgt in einer Auflage von mindestens 650.000 Print-Exemplaren in dem bevölkerungsreichsten Bundesland Nordrhein-Westfalen. Die Produktion einer geringeren Auflage von bis zu 30.000 Exemplaren in einer höheren Druckqualität dient dem Vertrieb im Image- und Messebereich. Zusätzlich wird eine digitale Variante mit ca. 400.000 Lesern Reichweite mit dem Partner Marco Polo als „Marco Polo Travel Magazine“ produziert, das zusätzlich zu redaktionellen Passagen zahlreiche Rich-/Cross-Media-Applikationen wie 360-Grad-Panoramen oder kleinere Videos enthält.

Informationen: Mathias Christmann, m.christmann@auf-nach-mv.de

Bücher übers Land



„Frisch vom Fischer“ ist der Titel des neuen Fischeinkaufsführers für die Region Vorpommern-Rügen. Zum ersten Mal sind in der Publikation Adressen und Informationen zu den lokalen Küstenfischern zusammengestellt, die ihren Fang direkt vermarkten. Darüber hinaus erfährt der Leser, welcher Fisch in Ostsee und Bodden heimisch ist, wann er Saison hat und wie er gefangen wird. Einblicke in die Historie ebenso wie die aktuelle Bedeutung der heimischen Küstenfischerei machen die Lektüre rund. Die Broschüre hat 52 Seiten. Herausgeber ist der Verein landaktiv. Bereichert werden die Texte der Broschüre um künstlerische Fotografien von Iwona Knorr. Die Künstlerin hat über zehn Jahre die hiesige Küstenfischerei mit ihrer Kamera begleitet. So wird ein emotionales wie einfühlsames Portrait dieses alten Handwerks und der Küstenlandschaft gezeichnet. Gegen eine Versandpauschale kann sie auch über den Verein landaktiv unter www.landaktiv-mv.de bezogen werden.

Verein landaktiv

Nicole Knapstein
Tel.: 038226 53531
www.landaktiv-mv.de

Strandhotel Dünenmeer bekommt „Großen Preis des Mittelstandes“

Nach der Nominierung für das Finale im Frühjahr 2014 konnte Generaldirektorin Isolde Heinz nun den „Großen Preis des Mittelstandes“ der Oskar-Patzelt-Stiftung für Mecklenburg-Vorpommern entgegennehmen. Das Hotel habe sich laut Jury in der Region seit seiner Eröffnung im Sommer 2007 überdurchschnittlich entwickelt, es konnte sich stabil am Markt behaupten und mit sozialem Engagement überzeugen.

Schlussendlich (71)

Anzüglich bedeutet meist nichts anderes als auszüglich, und daher waren wir ausdrücklich nicht glücklich, als wir von zwei aktuellen Innovationsinitiativen der Verkaufsförderung in unserer im Urgrunde so sitzamen Branche hörten: dem „Tag der Sauna“ und dem „Kochen ist sexy“-Kalender. „Sex sells“ heißt es offenbar auch an den schmutzigen Rändern der touristischen Innovationsfront. Der „Tag der Sauna“ feierte am 24. September (hat das jemand bemerkt?) Premiere. Der Kalender erscheint im Oktober „für das nächste Jahr“, was als vorausdenkend anerkannt werden kann. Es darf dennoch bezweifelt werden, ob angesichts solcher Neuigkeiten die Botschaft verklingt, die manch einer von einem jüngst vorgestellten Tourismusbarometer noch im Ohr hat: dass nämlich touristische Unternehmen überschaubar innovativ und kreativ seien. Nicht wirklich helfen dabei auch die mit den Innovationen gelieferten Begründungen in ihrer An- bzw. Auszüglichkeit: Der Sauna-Tag soll „die Gemeinsamkeiten

unterstreichen, welche Jung und Alt, Mann und Frau, Professoren und Busfahrer dazu bringen, gemeinsam unbekleidet auf einer Holzbank zu schwitzen und miteinander ins Gespräch zu kommen“. Die Menschen verbinde die „Liebe zur Wärme“ und „der Mut zur Kälte“. Heiß und kalt zugleich kann einem bei diesen Formulierungen werden! Wiederum soll der Kalender des nackten lebenden Fleisches in der Küche „das Selbstbewusstsein der Köchinnen widerspiegeln und damit auch die massiven Veränderungen in der Branche. Das Klischeebild der dreckigen Küche und des langsamen Personals verzerren. Moderne und junge Menschen sollen in realen Lebens- und Arbeitssituationen abgebildet werden.“ Es scheint, als läge ein Teil der Innovationskraft dieser Ideen in den abenteuerlichen, zusammengezwimmerten Begründungen, die bildlich auszuschnücken oder weiter zu kommentieren, ohne anzüglich zu werden, unmöglich erscheint. Darum ist an dieser Stelle Schluss mit lustig.

Impressum

Herausgeber: Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V. · Platz der Freundschaft 1
18059 Rostock · fon 0381 40 30 612 · presse@auf-nach-mv.de · V.i.S.d.P. Tobias Weitendorf