Tourismus legt im ersten Halbjahr leicht zu

Branche zeigt sich insgesamt robust und flexibel / Regensommer dämpft Erwartungen für Hauptsaison

Unter schwierigen Bedingungen legt die Tourismusbranche MV im 1. Halbjahr 2017 noch einmal leicht zu und erreicht auch in den Sommermonaten Juli und August ein insgesamt gutes Ergebnis.

Laut aktuell veröffentlichten Zahlen des Statistischen Amtes wurden zwischen Januar und Juni dieses Jahres in den größeren gewerblichen Tourismusbetrieben in MV 11,8 Millionen Übernachtungen gezählt. Das sind 0,9 Prozent mehr als im bislang stärksten Jahr 2016. Allerdings bleibt das Wachstum im Nordosten hinter dem für Deutschland ausgewiesenen Zugewinn von 3,2 Prozent bei Gästeübernachtungen zurück. Harry Glawe, Minister für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit MV, sagte: „Wir haben weiter Zuwächse bei Übernachtungen und Gästen. Die Entwicklung ist so, dass wir für das diesjährige erste Halbjahr sogar einen Übernachtungs- und Gästerekord vermelden können. Das ist – vor allem wegen der Sturmflut im Januar und auch dem ansonsten bislang eher durchwachsenen Wetter – ein insgesamt gutes Ergebnis. Touristische Rekorde sind keine Selbstverständlichkeiten. Ich halte es dennoch für realistisch, dass wir das bisherige Top-Ergebnis aus 2016 trotz der Wetterkapriolen in diesem Jahr halten beziehungsweise leicht verbessern. Jeder Zuwachs ist hart erarbeitet. Deshalb gilt mein Dank vor allem den Unternehmen, Touristikern, Gastronomen und Kommunen."

Der Vorsitzende des Landestourismusverbandes, Wolfgang Waldmüller, ergänzte: „Die Branche hat die Herausforderungen im ersten Halbjahr und insbesondere im teils verregneten Sommer angenommen, sich robust, leistungsstark und flexibel gezeigt und damit ein insgesamt gutes Ergebnis erreicht. Vielerorts habe es einen höheren Aufwand bei der Organisation von Veranstaltungen, bei der Gästebetreuung und auch beim Management von Beschwerden gegeben, die bei schlechterem Wetter erfahrungsgemäß zunehmen würden." Von der mäßigen Witterung profitiert hätten hingegen Museen und Erlebniseinrichtungen, die teilweise starke Zuwächse vermelden.

Erstes Halbjahr: Städte, Hotels und Campingplätze legen zu / Rückgänge bei ausländischen Gästen und in einigen Regionen

Die Mecklenburgische Seenplatte und die Mecklenburgische Schweiz (+7,0 Prozent), Usedom (+2,2 Prozent) sowie das Vorpommersche Festland (+1,3 Prozent) stützen das Wachstum von Januar bis Juni. Leichte Rückgänge gab es an der Mecklenburgischen Ostseeküste (-0,2 Prozent), auf der Insel Rügen und in Westmecklenburg

Fortsetzung auf Seite 2

Aus dem Inhalt

Hier spricht der Experte
Reinhard Meyer, Präsident des Deutschen Tourismusverbandes, über die Forderungen an die Bundespolitik
> **Seite 03**

TMV aktuell
Neues aus dem Ostseetourismuszentrum, MV auf Inlands- und Auslandsmessen 2018 präsent > **Seite 04**
Neues aus den Urlaubswelten
> **Seite 05**
Erfolgreiche Kooperation zwischen „JAKO-O" und Tourismusverband MV > **Seite 07**

Vermischtes:
Bücher *übers Land:* Das kleine Buch der Darßer Haustüren, Schlussendlich (103) > **Seite 10**

Zahl des Monats

14.000 Besucher strömten am 25. Juli 2017 in Ozeaneum und Meeresmuseum in Stralsund – der meist besuchte Tag seit der Eröffnung des Ozeaneums. Besonders die Museen und Erlebniseinrichtungen profitierten in der Saison vom wechselhaften Wetter.

Fortsetzung von Seite 1

(jeweils -0,8 Prozent). Die signifikantesten Rückgänge muss die Halbinsel Fischland-Darß-Zingst verkraften (-4,6 Prozent). Alle größeren Städte des Landes konnten wiederum Zuwächse bei den Übernachtungszahlen verzeichnen. Wismar liegt dabei mit einem Zuwachs von 15,2 Prozent an der Spitze. Auch die Hansestädte Greifswald (+9,2 Prozent), Stralsund (+2,7 Prozent) und Rostock (+2,2 Prozent) sowie die Landeshauptstadt (+2,4 Prozent) und die Vier-Tore-Stadt Neubrandenburg (+3,7 Prozent) verzeichneten positive Übernachtungszahlen.

Abgesehen von den Ferienunterkünften (-2,1 Prozent) bewegten sich im ersten Halbjahr alle statistisch erfassten Unterkunftsarten im positiven Bereich. Der Camping-Bereich (+1,4 Prozent) wurde vor allem vom starken Juni-Ergebnis angetrieben, mit dem der Juni des Vorjahres um 17 Prozent übertroffen wurde.

Teils empfindliche Rückgänge muss MV bei Gästeübernachtungen aus dem Ausland verkraften. In den ersten sechs Monaten dieses Jahres wurden rund 348.000 Übernachtungen von rund 140.000 Gästen verzeichnet – das sind 6,9 Prozent weniger als im Vorjahr. Verluste sind unter anderem aus den Niederlanden (-23,1 Prozent), der Schweiz (-5,1 Prozent) und Österreich (-2,7 Prozent) zu verzeichnen. Mit dem Engagement beim 50. Suisse Caravan Salon in Bern, bei dem Mecklenburg-Vorpommern in diesem Jahr als Partnerland auftritt, wird noch im Herbst ein Zeichen gesetzt.

Sommersaison: MV gut gebucht / Spontanreisende bleiben zum Teil aus

Statistische Zahlen für die Sommermonate Juli und August liegen noch nicht vor, jedoch weist eine aktuelle Umfrage des Landestourismusverbandes unter rund 200 Quartiersanbietern auf einen insgesamt zufriedenstellenden Verlauf der Sommersaison hin: Rund 38 Prozent der Befragten gaben an, während der Sommerferien eine Auslastung von 90 oder mehr Prozent erreicht zu haben. Rund 40 Prozent schafften eine Auslastung zwischen 75 und 90 Prozent; weitere knapp zwölf Prozent lagen zwischen 50 und 75 Prozent. Eine Reihe von Unternehmen beklagte jedoch den im Vergleich zu den Vorjahren spürbaren Rückgang spontan anreisender Gäste, wodurch einige Betten frei blieben.

Insgesamt lag die Auslastung im Sommer der Umfrage zufolge etwas unter der des Vorjahres (2016: 84,1, 2017: 82,7 Prozent). 8,0 Prozent der befragten Unternehmen gaben an, besser als im gleichen Zeitraum 2016 gebucht gewesen zu sein; jedoch konstatierten 44 Prozent im Vergleich zu 2016 eine geringere Nachfrage.

Auf Grundlage der Erkenntnisse aus der Umfrage rechnet der Tourismusverband für die Monate Juli und August mit mehr als zwei Millionen Übernachtungsgästen und mehr als zehn Millionen Übernachtungen in den größeren, für die Statistik rele-

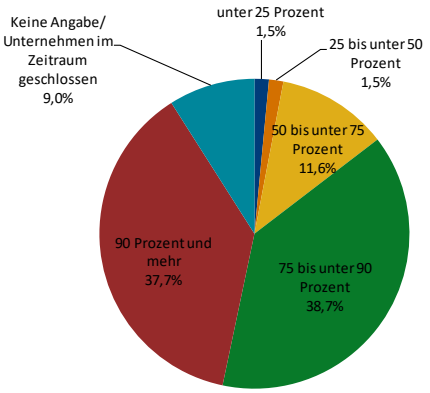


Foto: TMV

Auslastung der Zimmer/Einheiten/Stellplätze im bisherigen Sommer 2017 laut Umfrage TMV

vanten Übernachtungsbetrieben. Im Jahr 2016 wurden in den beiden Sommermonaten 10,5 Millionen Übernachtungen von mehr als zwei Millionen Gästen verbucht. Die Werte des Vorjahres werden durch das Ausbleiben von Spontanbuchern jedoch voraussichtlich nicht ganz erreicht.

Wetter beeinflusste Reiseverhalten stärker als unsichere Lage in anderen Regionen

Die aktuell unsichere Lage in anderen Reiseregionen hat die Nachfrage nur teilweise verstärkt. Knapp 14 Prozent der Befragten verspürten einen entsprechenden Effekt. Hingegen sehen 56 Prozent aufgrund des Unsicherheitsfaktors keine Auswirkungen.

Stärker als die weltweiten Krisen wirkte sich offenbar das zwischenzeitlich durchwachsene Wetter auf das Sommergeschäft aus. Rund 77 Prozent der Betriebe gaben an, dass Gäste kurzfristig abreisten, rund 75 Prozent bemerkten weniger kurzfristige Buchungen, und rund 37 Prozent verspürten eine Nachfrage nach wetterunabhängigen Freizeitangeboten. Nur auf knapp 17 Prozent der befragten Unternehmen wirkte sich das Wetter nicht nennenswert aus.

+ + + NEWSTICKER + + +

+++ Die Stadtvertretung der Stadt Bad Doberan hat mit großer Mehrheit zugestimmt, den sogenannten Stichweg zwischen dem Ensemble denkmalgeschützter Strandvillen und dem **Grand Hotel Heiligendamm** nicht zu bauen. www.residenzen-heiligendamm.de

+++ In der Wismarbucht haben sich Wassersportler und Umweltministerium MV auf **ganzjähriges Surfen** und neue Grenzlinien der Schutzgebiete geeinigt.

+++ Sternekoch André Münch folgt in der Position des Küchenchefs im Restaurant „Der Butt“ in der **Yachthafenresidenz Hohe Düne** auf Matthias Stolze, der die Küchenleitung der Brasserie im Hotel übernimmt. www.hohe-duene.de

+++ Der **Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft** geht auch vor der diesjährigen Bundestagswahl mit den Wahlprüfsteinen der Frage nach, wie die Parteien zu den zentralen Themen und Forderungen der Tourismuswirtschaft stehen. www.btw.de

+++ Die Information der **Kurverwaltung des Ostseebades Sellin** wurde als 700. Unternehmen vom Deutschen Tourismusverband mit dem Qualitätssiegel „i-Marke“ ausgezeichnet. www.ostseebad-sellin.de

+++ **Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel** sprach beim Sommerempfang der Industrie- und Handelskammer zu Rostock am 17. Juli 2017 in Stralsund auch darüber, dass die Tourismuswirtschaft nicht das einzige, aber ein sehr wichtiges Standbein der Wertschöpfung in Mecklenburg-Vorpommern ist. Die vollständige Rede ist zu finden unter www.bundesregierung.de/Content/DE/Bulletin/2017/07/86-3-bkin-ihk.html.

+++ Die **Festspiele MV** vermeldeten zur Halbzeit des Festivals 41.000 verkaufte Tickets, wesentlich mehr als zum gleichen Zeitpunkt 2016. 45 Veranstaltungen waren komplett ausverkauft. www.festspiele-mv.de

+++ Die zweite deutsche **Hausboot-Konferenz** findet am 19. Oktober 2017 im KAI10 in Hamburg statt. www.hausboot-konferenz.de

+++ Das **Kulturforum Pampin** lädt am 13. September 2017 von 10 bis 18 Uhr eine Tagung zum Thema „STADT - LAND - KUNST - kreative Impulse für die Belebung öffentlicher und ländlicher Räume“ ein. www.pampinerhof.de +++

Ideal wäre eine eigene Tourismusabteilung im Bundeswirtschaftsministerium

Reinhard Meyer, Präsident des Deutschen Tourismusverbandes, über die tourismuspolitischen Forderungen an die Bundespolitik für die 19. Legislaturperiode

Foto: DTV/Jan Sobotka

Reinhard Meyer, Präsident des Deutschen Tourismusverbandes

TMV: Der Deutsche Tourismusverband hat in seinem Wahlpapier tourismuspolitische Forderungen an die Bundespolitik für die 19. Legislaturperiode formuliert. Was sind die Hauptforderungen?

Reinhard Meyer: Es gibt zwei Hauptforderungen: Zum einen muss die Bundesregierung den Tourismus deutlich stärker als bedeutenden Wirtschaftsfaktor anerkennen, indem sie zum Beispiel ein verbindliches tourismuspolitisches Konzept vorlegt. Das kann zum anderen aber nur funktionieren, wenn es eine mit den entsprechenden Ressourcen ausgestattete Tourismuskoordinierung auf Bundesebene sowie mehr Koordinierung zwischen Bund und Ländern gibt. Bisher fallen in vielen Ressorts politische Entscheidungen mit Auswirkungen auf die Branche, die häufig erst auf den zweiten Blick erkennbar sind. So kann es schnell passieren, dass touristische Belange zwischen den Ressorts oder zwischen Bund und Ländern zermahlen werden.

TMV: Wie sollte eine Tourismuskoordination auf Bundesebene gestaltet werden, und wer sollte beteiligt sein?

Meyer: In erster Linie geht es um eine ressortübergreifende Koordinierung. Es kommt darauf an, in sämtliche Gesetzes- und Verordnungsvorhaben mit einbezogen zu werden, die touristische Fragestellungen betreffen. Es gilt also, so früh wie möglich mit am Tisch zu sitzen, um auch Themen, die vordergründig keinen Tourismusbezug zu haben scheinen, auf ihre Relevanz abzuklopfen. Das ist eine zeit- und ressourcenintensive Aufgabe, die mit der derzeitigen Ausstattung des Tourismusreferats im Bundeswirtschaftsministerium kaum zu bewältigen ist. Ideal wäre es, wenn eine eigene Tourismusabteilung im Bundeswirtschaftsministerium die Koordination übernehmen würde.

TMV: Was sollte das nationale Tourismuskonzept beinhalten, und wer sollte es erstellen?

Meyer: Es ist ganz klar Aufgabe der Bundesregierung, ein solches Konzept in Auftrag zu geben. Ein nationales Tourismuskonzept setzt den Rahmen für die bundesweite Tourismusentwicklung – angefangen bei Infrastrukturfragen über Förderinstrumentarien bis hin zu den Themen Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Es geht nicht darum, die föderale Aufgabe Tourismus zu zentralisieren, sondern grundsätzlich gemeinsame Strategien und Themen zu definieren. So wäre es zum Beispiel sinnvoll, die Gemeinschaftsaufgabe Agrar- und Küstenschutz in ein zentrales Förderinstrument für die ländlichen Räume umzuwandeln, das mehr Möglichkeiten für den Tourismus schafft. Ein anderer Punkt betrifft das Auslandsmarketing: Die Deutsche Zentrale für Tourismus muss dauerhaft mit angemessenen Finanzmitteln ausgestattet werden, um im internationalen Wettbewerb für das Reiseland Deutschland werben zu können.

TMV: Warum fehlte es bisher an größerer Verbindlichkeit der Bundesregierung für den Deutschlandtourismus?

Meyer: Der Tourismus wird bisher zu wenig als wichtiger Wirtschaftszweig wahrgenommen. Die verdiente Wertschätzung findet innerhalb der Organisationsstruktur der Bundesregierung kaum statt. So ist eine Tourismusbeauftragte beziehungsweise ein Tourismusbeauftragter kein integrativer Teil des Ministeriumsapparates und kann allein aufgrund zu geringer Ressourcen die Vielzahl an Aufgaben nicht erledigen. Zum anderen mangelt es bei touristischen Fragestellungen häufig an der Abstimmung zwischen Bund und Ländern. Allerdings müssen wir uns auch an die eigene Nase fassen: Die vielen singulären Interessen der touristischen Verbände haben es der Bundesregierung in der Vergangenheit einfach gemacht, die Querschnittsbranche nicht ausreichend zu beachten. Aber wir sind in dieser Hinsicht besser geworden, ob mit thematischen Allianzen wie bei der EU-Pauschalreiserichtlinie oder im Rahmen der Kampagne „Auf Zukunft gebucht – die Tourismuswirtschaft", die der Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft ins Leben gerufen hat und der sich der DTV mit insgesamt 20 Unterstützern angeschlossen hat.

TMV: Muss der DTV seine Rolle anders wahrnehmen? Sollten sich regionale Tourismusorganisationen stärker in diesen Prozess einbringen?

Meyer: Wir befinden uns als DTV derzeit in einem Strategieprozess – auch um in unserer tourismuspolitischen Arbeit fokussierter zu werden. Dazu gehört es, enger mit anderen Verbänden zusammenzuarbeiten und Interessen zu bündeln. Selbstverständlich haben wir auch ein großes Interesse daran, dass sich regionale Tourismusverbände über die Landestourismusorganisationen mit ihrer Kompetenz einbringen. So beweist zum Beispiel der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern seit Jahren große Kompetenz im Bereich Wassertourismus und beeinflusst damit die bundesweite Diskussion.

Ostseetourismuszentrum: Projekttreffen, Kommunikationsplan und Logo

BSTC mit neuem Design / Neues Projekt zum nachhaltigen Tourismus startet am 1. September 2017

Im Rahmen des Projektes „Baltic Sea Tourism Center“ (BSTC) fand vom 23. bis 24. August 2017 das zweite Treffen der Projektpartner in Klaipeda, Litauen, statt. Nach erfolgreichem Start wurden erste Aktivitäten in dem Projekt bereits umgesetzt. Unter anderem wurden für das BSTC Logo und Corporate Design entwickelt, die das Projekt und das spätere Zentrum selbst nach innen und außen repräsentieren werden. Des Weiteren wurde ein umfassender Kommunikationsplan erstellt, der die Ansprache der unterschiedlichen Zielgruppen im BSTC regelt und den Projektpartnern als Leitfaden für die weitere Umsetzung des Projektes dient. Im Bereich Marktforschung wurde ein Konzept für eine Datenbank präsentiert, die im weiteren Verlauf dem Zentrum und den sich beteiligenden Partnern regelmäßige Einblicke in die touristische Entwicklung im Ostseeraum gewähren soll. Dazu werden in erster Linie existierende Datenquellen genutzt, die über entsprechende Schnittstellen zu Marktforschungsberichten zusammengeführt werden. Für das BSTC selbst wurde für die kommenden zwei Jahre ein Maßnahmenplan zur Implementierung entwickelt. Ein weiterer Fokus der Gespräche lag auf dem Thema der nachhaltigen Produktentwicklung. So wurde ein gemeinsames Konzept mit einheitlichen Standards erarbeitet, welches an zwölf aktivtouristischen Pilotprodukten in den sich beteiligenden Ländern Dänemark, Deutschland, Litauen und Polen getestet werden soll.

BALTIC SEA TOURISM CENTER

Foto: BSTC

Das neue Logo des Baltic Sea Tourism Centers symbolisiert die vier Himmelsrichtungen im Ostseeraum

Neben dem BSTC widmet sich auch das neue Projekt „From the Sustainable Development Goals towards a Sustainable Tourism in the BSR“ nachhaltiger Tourismusentwicklung im Ostseeraum. Es soll den aktuellen Stand des nachhaltigen Tourismus im Ostseeraum identifizieren und bewährte Praktiken ermitteln, um gemeinsame Lösungsansätze zu entwickeln und diese zu kommunizieren. Das Projekt soll ein erster Schritt hin zu einem systematischeren Ansatz zur Förderung der Nachhaltigkeit im Ostseetourismus sein. Ergänzt um einen sich anschließenden sogenannten „Flagship-Process“ im Rahmen des Politikbereiches der EU-Ostseestrategie (EUSBSR) sollen notwendige Umsetzungsschritte in einen stetigen Prozess überführt werden. Das Projekt nimmt am 1. September 2017 zunächst für ein Jahr seine Arbeit auf und wird mit 65.000 Euro durch den Ostseerat gefördert. Neben dem Tourismusverband MV beteiligen sich an dem Projekt das Wirtschaftsministerium MV in Funktion des Politikbereichsleiters Tourismus der EU-Ostseestrategie sowie vier weitere Partner aus den Ländern Estland, Finnland, Litauen und Schweden.

Urlaubsland MV auf größten Inlands- und Auslandsmessen 2018 präsent

Neuigkeiten und Beteiligungsmöglichkeiten für Messen in Deutschland, Österreich und der Schweiz

Auch 2018 wird der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern relevante Publikumsmessen im In- und Ausland besuchen. Jedoch gibt es Änderungen bei den Beteiligungsmöglichkeiten für interessierte Unternehmen. So wird MV bei der **Grünen Woche** vom 19. bis 28. Januar und der **Internationalen Tourismusbörse** vom 7. bis 11. März in Berlin sowie der **Tour Natur** in Düsseldorf vom 31. August bis 2. September mit einem Gemeinschaftsstand vertreten sein.

Auf der **CMT Stuttgart** vom 13. bis 21. Januar und der **f.re.e München** vom 21. bis 25. Februar wird sich das Urlaubsland mit einem 30 Quadradmeter großen Landesstand präsentieren, auf dem alle Regionen durch den TMV vertreten werden. Hier wird es keine Anschließermöglichkeiten geben. Weitere Präsentationen wird es unter anderem auch im Rahmen der **MV-Kampagne** mit **Promotions** in Essen oder Düsseldorf geben.

Kontakt: Silvia Möhring, s.moehring@aufnach-mv.de, Telefon +49 381 40 30-661.

Nach umfangreicher Diskussion auf der Marketingklausurtagung wurde außerdem entschieden, im Ausland an den Märkten Schweiz und Österreich festzuhalten und die Messen in Utrecht, Niederlande, und Herning, Dänemark, nicht mehr zu besuchen. Um eine Messepräsenz trotz sinkender Budgets zu gewährleisten, wird der TMV 2018 in Wien und Zürich zudem nicht mehr mit einem eigenen Messestand auftreten, sondern am Deutschlandstand der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) präsent sein. Zusammen mit interessierten Leistungsträgern, Regionen und Städten wird sich das Urlaubsland MV mit einem gemeinschaftlichen Auftritt im Corporate Design der DZT in den relevanten Märkten Schweiz und Österreich präsentieren und in direkten Kontakt mit Endkunden und Multiplikatoren treten.

Foto: DZT

DZT-Gemeinschaftsstand auf der Messe Ferien Wien

Die Beteiligung an der **Ferien-Messe Wien**, der führenden Publikumsmesse für Tourismus in Österreich mit rund 150.000 Besuchern, vom 11. bis 14. Januar 2018 ist ab 2.725 Euro möglich. Die Kosten für eine Beteiligung an der **„FESPO“** in **Zürich**, der größten Ferienmesse der Schweiz mit mehr als 60.000 Besuchern, vom 25. bis 28. Januar 2018 liegen bei mindestens 2.950 Euro.

Kontakt für Informationen und Anmeldeunterlagen: Caren Bakker, c.bakker@aufnach-mv.de, Telefon +49 381 4030-660.

Gemeinsame Vermarktung im Aktivtourismus

Kooperationen mit Fachmagazinen und Outdoor-Portalen

Um die Zielgruppe der Aktiven für Radfahren, Wandern und Kanu passgenau anzusprechen, plant der Tourismusverband MV für das Jahr 2018 einen redaktionellen Beitrag im Magazin „ADFC-Radwelt“ vom Allgemeinen Deutschen Fahrradclub im Frühjahr, einen redaktionellen Beitrag im Magazin „OutdoorWelten“ im Mai sowie Präsentation, Content-Kampagne und Newsletter auf dem Online-Portal „outdooractive.com“ im Frühjahr und Herbst. Interessierte Unternehmen können sich mit Tourentipps und konkreten Angeboten daran beteiligen. Detaillierte Informationen zu den einzelnen Maßnahmen sind unter www.tmv.de/radwandern zu finden. Buchungsschluss für diese Maßnahmen ist der 30. September 2017.

Foto: TMV/outdoor-visions.com

Radwandern durch Mecklenburg-Vorpommern

Kontakt: Dorit Jensen, Telefon +49 381 4030-657, d.jensen@auf-nach-mv.de

Neu: Jugendreisekatalog „Auf nach Meck-Pomm“

Mehr als 60 Angebote für Klassen- und Jugendreisen 2018/2019

Die zwölfte Auflage des Jugendreisekataloges des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern ist in einer Auflage von 15.000 Exemplaren erschienen. Mit dem Titel „Auf nach Meck-Pomm“ werden mehr als 60 Angebote für Schulfahrten und Jugendreisen in Mecklenburg-Vorpommern präsentiert. Der Katalog hat ein A4-Format und ist für 2018 und 2019 gültig. Der Vertrieb erfolgt über die regionalen Tourismusverbände, Stadtinformationen, Kurverwaltungen des Landes, als bundesweite Auslage auf verschiedenen Messen durch den TMV sowie über das Ministerium für Bildung des Landes Mecklenburg-Vorpommern.

Foto: TMV/Werk3/Gänsicke

Titel des Jugendreisekataloges

Jetzt bewerben: ADAC Tourismuspreis MV 2018

Bewerbungsfrist endet am 22. Dezember 2017

Der ADAC Tourismuspreis MV würdigt jährlich innovative, regionale Tourismusprojekte. Eine unabhängige Expertenjury bestimmt die sechs besten Projekte. Dabei spielen fünf Kategorien eine Rolle, unter anderem der Innovationsgrad, die Qualität und die Nachhaltigkeit. Nach der Vorstellung der sechs besten Projekte beim Saisonauftakt der Tourismuswirtschaft im Frühjahr 2018 werden die Plätze eins bis drei prämiert. Sie erhalten ein Auszeichnungsschild für ihre Außendarstellung sowie das ADAC Tourismuspreislogo für eigene Marketingmaßnahmen. Der Sieger bekommt zusätzlich den Hansegiebel als Trophäe sowie ein umfangreiches Kommunikationspaket. 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 22. Dezember 2017. Partner des Tourismuspreises 2018 sind der TMV, der Dehoga MV und der Golfverband MV. www.adactourismuspreis.de.

Foto: Repro ADAC Hansa e. V.

Flyer zum ADAC Tourismuspreis

Neue Broschüren für Familienurlaub

Urlaubsspaß-Heft und Oma-Opa-Enkel-Flyer erschienen

Gemeinsam mit „JAKO-O“, dem Anbieter für Kinderprodukte, hat der Tourismusverband MV das „Meck-Pomm Urlaubsspaß-Heft“, ein 20-seitiges Beschäftigungsheft für Kinder von vier bis zehn Jahren, in einer Auflage von 50.000 Exemplaren herausgebracht. Dieses hochwertige Heft für den Urlaub und zu Hause enthält Rätsel,- Bastel- und Malaufgaben sowie viel Wissenswertes zu den Themen Strand und Baden, Camping und Landurlaub, Natur und Kultur, Tradition und Brauchtum kindgerecht aufbereitet. Maximal 280 Exemplare des Urlaubsspaß-Heftes können Anbieter in MV für ihre kleinen Gäste beim TMV kostenfrei bestellen. Für größere Mengen fallen Versandkosten an.

Foto: TMV/H2F/Herr

Titel des Urlaubsspaß-Heftes

Auch die Broschüre „Urlaub für Oma, Opa und Enkel“ mit 27 Urlaubsangeboten speziell für Großeltern und Enkelkinder ist erschienen. Die Angebote stammen größtenteils von Unternehmen, die mit dem Qualitätssiegel für Familienfreundlichkeit (QMF) ausgezeichnet sind. Zusätzlich zu den Angeboten enthält die 20-seitige Broschüre im DIN lang-Format Informationen rund um das Urlaubsland und die Anreise. Die Broschüre hat eine Auflage von 80.000 Exemplaren und kann beim TMV bestellt sowie unter www.auf-nach-mv.de/enkel heruntergeladen oder durchblättert werden.

Foto: TMV/Gänsicke

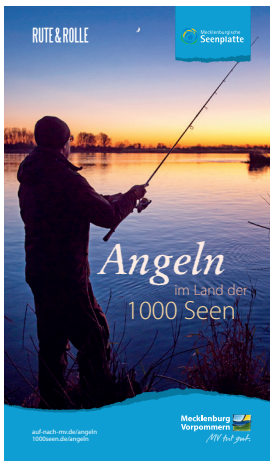
Titel der Broschüre

Kontakt: Corina Reuter, c.reuter@auf-nach-mv.de, Telefon +49 381 4030-669

Angeln: Neue Angelkarte für Seenplatte und neue Webseite für Kutterfahrten

Heft wird Magazin „Rute & Rolle“ beigelegt / Internetseite soll über Google Adwords beworben werden

Die neue Angelkarte „Angeln im Land der 1000 Seen“ ist ein Gemeinschaftsprojekt des Tourismusverbandes MV, des Tourismusverbandes Mecklenburgische Seenplatte, der Mecklenburgischen Kleinseenplatte Touristik GmbH und der Waren (Müritz) Kur- und Tourismus GmbH in Kooperation mit dem Angelmagazin „Rute & Rolle“. Die 24-seitige Karte hat ein Format von 12 x 21 Zentimetern und eine Auflage von 51.000 Exemplaren. Sie wird Mitte August mit mehr als 30.000 Exemplaren der Septemberausgabe des Magazins „Rute & Rolle“ beigelegt. Die restlichen Exemplare werden in den örtlichen Touristinformationen ausgelegt sowie auf Messen verteilt.



Cover der neuen Angelkarte

Fota: TMV/Läufer

In der neuen Angelkarte präsentieren sich 15 angeltouristische Anbieter der Seenplatte, darunter zehn mit dem Qualitätssiegel „Angelurlaub MV – Geprüfte Qualität“ zertifizierte Unterkünfte. Die Anbieter sind zusammen mit den Touristinformationen und den Fischerhöfen der Region übersichtlich auf einer Karte dargestellt. Informationen zum Qualitätssiegel „Angelurlaub MV – Geprüfte Qualität“, zu den erforderlichen Angelkarten und Touristenfischereischeinen sowie Revierinfos zur Mecklenburgischen Seenplatte mit Übersicht zu den wichtigsten Zielfischen ergänzen die Karte.

Unter www.ostsee-kutter-angeln.de präsentiert der Tourismusverband MV eine neue Webseite, die die Kutterfahrtanbieter in ihrer Öffentlichkeitsarbeit unterstützen soll, deren wirtschaftliche Existenz durch die von der EU 2017 verhängte Tagesfangquote für den Dorsch bedroht ist.

Die endkundenorientierte Webseite soll die Ostseehäfen in MV als Startpunkt für das Kutterangeln bekannter machen, aber auch Alternativen zum Dorsch und zum Hochseeangeln aufzeigen und neue bislang weniger angelaffine Zielgruppen wie Familien, Vater und Sohn oder Großeltern mit Enkelkindern ansprechen. Neben einer Übersichtsseite mit der Darstellung der Anbieter auf einer Karte werden die einzelnen Kutter vorgestellt, ein Fangkalender mit allen wichtigen Zielfischen sowie alternative Angebote präsentiert.

Petrijünger beim Hochseeangeln auf einem Kutter

Fota: TMV/Läufer

Die Webseite wird unter anderem über eine mehrere Monate laufende Google AdWords-Kampagne umfassend beworben.

Kontakt: Sebastian Karpe, s.karpe@auf-nach-mv.de, Telefon +49 381 4030634

MV erstmals fünffach in Top 100 für Deutschland

Ergebnis des Online-Votings der Deutschen Zentrale für Tourismus

In einem von der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) über ihre Kanäle organisierten Online-Voting haben von September 2016 bis Juni 2017 knapp 32.000 Besucher aus über 60 Ländern ihre Top 100 der deutschen Reiseziele gewählt. Das Miniatur Wunderland Hamburg kann auch dieses Jahr seine Spitzenposition der beliebtesten Sehenswürdigkeiten bei internationalen Gästen verteidigen. Auf Rang zwei liegt der Europa-Park Rust, Platz drei geht an das Schloss Neuschwanstein. Ziele in Mecklenburg-Vorpommern sind Karls Erlebnisdorf Rövershagen (Platz 18), Insel Rügen mit Kreidefelsen und Prora (Platz 22), Ozeaneum Stralsund (Platz 52), Schloss Schwerin (Platz 54) und der Müritz-Nationalpark (Platz 97). Damit ist MV erstmals fünffach in den Top 100 vertreten. Die DZT erstellt das Ranking seit 2012. Alle Teilnehmer tragen dabei ihren Favoriten in einem Freifeld ein. Die Ergebnisse führt die DZT dann zu den Top 100 zusammen. „Das Ergebnis vermittelt ein aktuelles Stimmungsbild vom Bekanntheitsgrad und Image deutscher Reiseziele“, sagt Petra Hedorfer, Vorsitzende der DZT. Für die Top 10 produziert die Deutsche Welle 360°-Videos als begleitende Kommunikationsmaßnahme. Das Ranking ist auf der Webseite der DZT zu finden unter www.germany.travel/de/staedte-kultur/top-100/germany-travel-attractions.html.

Wasserspiegelung Schloss Schwerin

Fota: TMV/Grundner

bmi regional baut Route nach Rostock aus

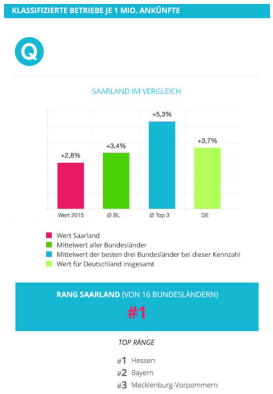
Ab Oktober sechs Mal pro Woche zwischen Stuttgart und Rostock

Mit Beginn des Winterflugplanes des Flughafens Rostock-Laage Ende Oktober 2017 übernimmt die Fluggesellschaft bmi regional die Verbindung zwischen Stuttgart und Rostock. Sie bietet tägliche Flüge, im Winter außer samstags, an. Bis Oktober wird die Flugverbindung zwischen Stuttgart und Rostock von Eurowings mit zwei wöchentlichen Flügen am Freitag und Sonntag bedient. Seit dem 22. August 2017 sind die Flugtickets inklusive 23 Kilogramm Freigepäck und zwölf Kilogramm Handgepäck sowie kostenlosen Snacks und Drinks an Bord und 30 Minuten Quick Check-In über die Webseite der Airline www.flybmi.com oder des Flughafens Rostock-Laage www.rostock-airport.de ab 89,00 Euro inklusive Steuern und Gebühren für die einfache Strecke buchbar.

„Destination Quality“ macht Daten vergleichbar

Tool misst Leistungsfähigkeit von Städten und Regionen

Ein neues Datentool des Europäischen Tourismus Instituts (ETI) misst erstmals die Leistungsfähigkeit aller deutschen Städte und Regionen. Neben Gäste- und Übernachtungszahlen vergleicht Destination Quality betriebswirtschaftliche Zahlen wie die Auslastung und Betriebsgrößen in den Ferienregionen, die Kundenzufriedenheit, Servicequalität und Klassifizierungen gemäß den Standards des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) und des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (Dehoga). Wichtige Datenpartner sind neben dem Dehoga und dem DTV die statistischen Landesämter und der Analysedienst „TrustYou“, der Kundenbewertungen von weltweit mehr als 400.000 Beherbergungsbetrieben auf Reiseportalen und sozialen Netzwerken misst. Insgesamt sind fast 1.000 Reports online abrufbar. „Das neue Tool eignet sich für DMOs und LMOs gut zur Eigenanalyse und um zu schauen, wie Mitbewerber im Markt stehen und von Kunden wahrgenommen werden“, sagt Cornelius Obier, Geschäftsführer des ETI und der Agentur Project M. Die Reports sind speziell für touristische Entscheidungsträger, Investoren und die Politik entwickelt worden. Weitere Informationen sind auf der Webseite www.destinationquality.de zu finden.



Beispiel-Auswertung

Foto: ETI

Mehr Flachlandwandern

Küsten- und Genusswandern gewinnen an Bedeutung

Die kundenorientierte Themenstudie „Destination Brand 2016“ der inspektour GmbH für Tourismus- und Regionalentwicklung hat 2016 die Top Ten der deutschen Wanderregionen ermittelt. Repräsentativ wurden dafür 17.000 Reisende nach der Eignung 172 inländischer Destinationen befragt. Die Frage, welche Urlaubsziele für einen Wanderurlaub besonders geeignet sind, ohne vorgegebene Antworten ergab, dass die Mittelgebirge in der Wahrnehmung der Deutschen beim Thema Wandern besonders präsent sind. Die gezielte Frage nach Destinationen und deren Eignung ergab jedoch, dass die Flachlandregionen in der Gunst der Reisenden steigen. Themen wie Küstenwandern und Genusstouren gewinnen an Bedeutung.
www.inspektour.de/destination-brand

Erfolgreiche Kooperation zwischen „JAKO-O“ und Tourismusverband MV

Mit gemeinsamen Aktionen sollen Synergieeffekte genutzt und Reichweiten erhöht werden

Der Versandhändler für sorgfältig ausgewählte Kindersachen „JAKO-O best for kids“ und der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern, als zentraler Vermarkter des beliebtesten Familienreiseziels Deutschlands, kooperieren seit Jahren erfolgreich miteinander in der gemeinsamen Ansprache von Familien mit Kindern im Alter bis zehn Jahren.
Beide Partner sprechen die gleiche Zielgruppe an, legen Wert auf Qualität und Nachhaltigkeit und stellen die Natur als Reiseanlass oder in den Produkten in den Vordergrund. „JAKO-O“ engagiert sich auch außerhalb der Versand-Services mit vielfältigen Aktivitäten für Familien und Kinder, unter anderem mit eigenen Bildungsstudien oder Familien-Kongressen. Der TMV möchte mit dieser Kooperation gezielt Familien im Süden und „JAKO-O“ Neukunden im Norden Deutschlands ansprechen. Beide Partner zielen auf einen Image- und Markentransfer, stärkere Kundenbindung, Reichweitenerhöhung und neue Vertriebswege ab. Bernd Fischer, Geschäftsführer des Tourismusverbandes MV sagte dazu: „Vertrauen und Professionalität auf der einen Seite, ähnliche Werte und Ziele auf der anderen Seite – die langjährig gelebte Kooperation zwischen Mecklenburg-Vorpommern, Deutschlands beliebtestem Familienreiseland, und Jako-o, dem größten Versandhaus für Kinderartikel im deutschsprachigen Raum, ist ein Vorzeigebeispiel für eine erfolgreiche, strategische Crossmarketing-Partnerschaft.

Logo des Versandhändlers „JAKO-O“

Foto: JAKO-O

Wenn beide Seiten profitieren, ist es sinnvoll, immer wieder über neue Ideen und Ansätze nachzudenken.“
Einzelne Aktionen mit „JAKO-O“ wurden bereits seit 2008 durchgeführt, die umfangreiche, eng miteinander abgestimmte Kooperation läuft seit Herbst 2015.
Dabei unterstützt „JAKO-O“ eine Reihe von Marketingaktionen des Tourismusverbandes MV, wie zum Beispiel den „MeckPomm Erlebniskalender“ online unter www.spielstrand.de/erlebniskalender mit monatlicher Verlosung einer sechstägigen Urlaubsreise für eine Familie und einem passenden Produkt von „JAKO-O“, den Entdeckerpass MV, Produktsponsoring für Fotoshootings sowie Messe- und Promotionaktionen, die Urlaubsspaßhefte 2016 und 2017, die Testfamilien-Aktion, zu der sie seit 2016 auf www.jako-o.de zur Bewerbung aufrufen, und Aktionen, Gewinnspiele sowie Berichterstattung im Kundenmagazin „wirbelwind“ von „JAKO-O“. Im Gegenzug platziert der TMV „JAKO-O“ als Kooperationspartner in seinen Veröffentlichungen wie Tourismuszeitung, Newsletter, Social Media oder Presseaussendungen zum Thema Familienurlaub in MV. Des Weiteren wurde „JAKO-O“ mit einem Gewinnspiel in der Zeitschrift „unterwegs“, die in den Regionalzügen Hamburgs ausliegt, präsentiert und erhält als Exclusivpartner eine Anzeige in allen Publikationen der Urlaubswelt Familie und Kinder.
Zukünftig sollen die Kooperation weiter ausgebaut und Synergien noch stärker genutzt werden. „JAKO-O“ wird in allen Kanälen des TMV zum Thema Familie eingebunden und mit Produkten bei den mit dem Siegel „Qualitätsmanagement Familienurlaub“ zertifizierten und familienfreundlichen Orten oder Betrieben in MV präsent sein.

Aktuelles in Bildern

Produziert, informiert und bewertet

Foto: TMV

Zwei von vier Produktionen in Vorbereitung auf die MV-Kampagne 2018 wurden von der ausführenden Agentur Wundermedia aus München bereits vor Ort durchgeführt. So wurden unter anderem Mitte August mit dem Netzwerk Naturerlebniszentren Fotos und Videos im Naturpark Sternberger Seenland aufgenommen. Zwei weitere Produktionszeiten folgen im August und September unter anderem in der Mecklenburgischen Seenplatte und auf Fischland-Darß-Zingst.

Foto: TMV

Der „Deutsche Wandertag" ist alljährlich das größte Treffen der Wandervereine in Deutschland und ein fester Termin für 30.000 bis 50.000 Wanderfreunde. Der 117. Deutsche Wandertag fand dieses Jahr in Eisenach und im Wartburgkreis statt. Vom 27. bis 30. Juli 2017 präsentierte der Tourismusverband MV zusammen mit Vertretern der Tourismusverbände Rügen, Mecklenburgische Ostseebäder, Fischland-Darß-Zingst, Mecklenburgische Seenplatte und Mecklenburg-Schwerin das Wanderland MV.

Foto: TMV

Um die Urlaubserlebnisse in Mecklenburg-Vorpommern auch hörbehinderten und gehörlosen Menschen zugänglich zu machen, wurden in Zusammenarbeit mit dem Gehörlosenlandesverband MV acht Videos in deutscher Gebärdensprache produziert. Die Image-Videos präsentieren die schönsten Erlebnisse von der Mecklenburgischen Ostseeküste bis zur Mecklenburgischen Seenplatte, sind in deutscher Gebärdensprache und mit Untertitel und Tonspur versehen.

Foto: TMV

Foto: TMV

Im Rahmen des neuen Projektes „Biking South Baltic", das seit Anfang des Jahres in Zusammenarbeit mit dem Projektleiter Polen und dem Projektpartner Dänemark gestartet ist, wird von August bis September 2017 die Befahrung des Ostseeküsten-Radweges durchgeführt. Dabei wird der aktuelle Zustand des Weges mit touristischen Sehenswürdigkeiten erfasst und nach Kriterien der European Cycling Federation bewertet. Zusätzlich wird das Thema im Bereich Social Media-Marketing aufgegriffen, um Synergien zu nutzen.

Foto: Stadtmarketing Schwerin

Am 29. Juli 2017 lud die Stadtmarketing Gesellschaft Schwerin in Kooperation mit der Agentur Mandarin Medien zum dritten Instameet regionale Instagrammer zu einer Tour durch Schwerin und die Region ein. Unter dem Motto „Schlösser, Seen und Gärten" standen Schloss Wiligrad und Schloss Schwerin samt Gartenanlagen sowie eine Bootstour auf den Seen Schwerins auf dem Programm. Die Instameets haben sich für Schwerin als Marketinginstrument bewährt, sodass für Herbst bereits das nächste Treffen geplant wird. #exploreschwerin

Freie Tickets, große Namen, kurze Auswertung

Neues und Traditionelles aus den Regionen, Städten und Verbänden

Seenplatte führt Freifahrtticket ein

Mecklenburgische Seenplatte. Ab 2018 können Übernachtungsgäste der Urlaubsorte Klink, Rechlin, Röbel/Müritz und Waren (Müritz), die im Besitz einer gültigen Kurkarte sind, den öffentlichen Busverkehr unentgeltlich nutzen. Die Gästekarte „Müritz rundum" gilt als Freifahrtticket im Stadtverkehr Waren (Müritz), auf der die Orte Waren (Müritz), Klink, Röbel/Müritz und Rechlin verbindenden „dat Bus-Linie" sowie im „Nationalpark-Bus". Die Müritz kann so im Takt umrundet

Foto: TMV/Steindorf-Sabath

Blick auf Waren (Müritz)

werden. Die jeweiligen Bus-Haltepunkte bieten einen direkten Übergang zum Rad- und Wanderwegnetz und zur Fahrgastschifffahrt der Nationalparkregion. Eine kostengünstige Fahrradmitnahme auf Bus und Schiff ist gewährleistet, damit Bus-, Schiff-, Rad- und Wandertouren individuell kombiniert werden können. In rund 100 gewerblichen Beherbergungsbetrieben sowie bei unzähligen Privatvermietern von Ferienhäusern und -wohnungen der vier beteiligten Urlaubsorte erhalten die Gäste bei der Ankunft mit der Kurkarte ein Freifahrtticket. Das Fahrgeld wird zusammen mit der Kurabgabe erhoben und seitens der beteiligten Urlaubsorte pauschal an die Verkehrsgesellschaft abgeführt. Im August 2017 fand bereits ein Testmonat statt, der wichtige Erkenntnisse für 2018 liefern soll.

Pressereise Usedom

Usedom. Die Usedom Tourismus GmbH betreute zwei Journalisten der Berliner Tageszeitung Tagesspiegel und der Illustrierten Superillu. Je zwei Tage recherchierten die Redakteure mit ihren Fotografen unter anderem zu den Themen Inselsafari, Zeesenbootfahrt, Anklamer Stadtbruch, Heringsdorf und Bäderarchitektur sowie zu kulinarischen Tipps für ein Tagesspiegel-Magazin über die Ostseeküste Mecklenburg-Vorpommerns. In

Foto: UTG/Schulz

Mirco Lomoth, Journalist beim Tagesspiegel, auf Zeesenbootfahrt mit Skipperin Rika Harder

der Reportage der Superillu werden Personen der Region im Mittelpunkt stehen, zum Beispiel die Kapitänin Jane Bothe des Traditionsseglers „Weiße Düne", eine Familie, die in Rankwitz eine Fischräucherei betreibt, und ein Fischer mit seinem Vater, die seit mehreren Generationen im Lieper Winkel diesem Traditionsberuf nachgehen.

Neuer Kurdirektor in Graal-Müritz

Mecklenburgische Ostseebäder. Das Ostseeheilbad Graal-Müritz hat ab dem 15. September 2017 einen neuen Kurdirektor. Roman Ferken übernimmt die Geschäftsleitung der Tourismus- und Kur GmbH von Dr. Bernd Kuntze, der den ehemaligen Eigenbetrieb der Gemeinde seit 1999 geleitet hat und nun in den Ruhestand geht. Während seiner 18-jährigen Tätigkeit als touristischer Leiter des Ostseeheilbades konnten die Gäste- und Übernachtungszahlen in Graal-Müritz auf 178.000 Gästeankünfte und 1,13 Millionen Übernachtungen in 2016 verdoppelt werden, neue Veranstaltungshöhepunkte wie das Fest der Moorgeister oder der Wald-, Wind- und Ostseelauf „Dünenläufer" etabliert und eine eigene Zimmervermittlung aufgebaut werden.

Prominente Jury bei den 13. Ahrenshooper Filmnächten

Fischland-Darß-Zingst. Im Jahr des 125-jährigen Jubiläums des Bestehens seiner Künstlerkolonie heißt Ahrenshoop vom 6. bis 9. September zum 13. Mal Filmschaffende und Cineasten zu den Ahrenshooper Filmnächten im Ostseebad und im exklusiven Ambiente des Hotels The Grand Ahrenshoop. Die prominente Jury setzt sich in diesem Jahr aus den Schauspielern Henry Hübchen und Matthias Koeberlin sowie dem Film-

Foto: Mirjam Knickriem

Schauspieler Henry Hübchen ist Jurymitglied 2017

journalisten Knut Elstermann zusammen. Neben dem Jurypreis für den besten Film wird es einen Publikumspreis und erstmals auch einen Förderpreis der Kurverwaltung Ahrenshoop gemeinsam mit dem Künstlerhaus Lukas für das beste Drehbuch geben.

Camper halten durch

Campingverband MV. Im ersten Halbjahr 2017 lag im Bereich Camping die Zahl der Ankünfte mit 328.421 (+ 8,0 Prozent) und Übernachtungen mit 1,27 Millionen (+ 1,4 Prozent) erneut über den Rekordzahlen von 2016. Dabei ist ein leichter Rückgang bei den ausländischen Gästen mit 4,8 Prozent bei den Ankünften und 13,5 Prozent bei den Übernachtungen verzeichnet worden. Für die Sommerferienmonate Juli und August ist aufgrund des unbeständigen Wetters ein leichter Rückgang der Ankünfte und Übernachtungen vor allem der Spontanreisenden zu erwarten. Auch kurzfristige Stornierungen und kürzere Aufenthalte können Folgen der teils ungünstigen Wetterlage sein. Obwohl teilweise bis zu 30 Prozent der Stellflächen aufgrund der Witterung nicht angeboten werden konnten, erwartet die Branche keine derartigen Auswirkungen wie im Regensommer 2011 und setzt auf eine gute Auslastung im goldenen Herbst.

Deutscher Tourismusverband warnt Gastgeber vor Abmahnung bei falscher Sternewerbung

Verwendung der achtzackigen Sterne besonders wichtig

Dem Deutschen Tourismusverband (DTV) werden zunehmend Ferienwohnungen und -häuser gemeldet, die ihre Sterne nicht korrekt darstellen. Einige Gastgeber wurden bereits durch die Wettbewerbszentrale, die größte bundesweit tätige Selbstkontrollinstitution zur Durchsetzung des Rechts gegen unlauteren Wettbewerb, abgemahnt. Daher weist der DTV darauf hin, dass nur klassifizierte Unterkünfte mit noch gültigem Zertifikat die achtzackigen DTV-Sterne auf der Webseite und in allen weiteren Werbemitteln nutzen dürfen. Den Sternen muss ein F für Ferienhäuser und -wohnungen oder ein P für Privatzimmer vorangestellt werden. Im Fließtext dürfen die Tastatursterne genutzt werden, zum Beispiel „Haus Regina F **** DTV-Klassifizierung". Im Logo dürfen die Sterne nur verwendet werden, wenn alle Einheiten das gleiche Bewertungsergebnis erhalten haben.

Foto: DTV

Offizielles Zeichen einer klassifizierten Unterkunft.

Die Sterne-Bilddateien stehen klassifizierten Unternehmen im DTV-Kundencenter zum Download bereit.
www.deutschertourismusverband.de/qualitaet/sterneunterkuenfte.html

Schlussendlich (103)

Es kommt schon wieder einiges zusammen, was sich nicht gehört und was schon gar nicht zusammengehört – Fußball-Krawall live im TV exakt 25 Jahre nach Lichtenhagen. Bauplätze, aus denen hier und da Bausünden zu werden drohen. Dazu ein Regensommer, der sich gewaschen hat. Alles schon mal gesehen, alles schon mal gehabt: Blickt man nach vorn, schaut man nach hinten. Guckt man in den Spiegel, sieht man das Gestern und das Heute und vielleicht sogar das Morgen? Bevor wir kryptisch werden, werden wir lieber plastisch und zeigen den „Spiegel" drei- statt zweidimensional, wie an der Wand und in der Hand üblich.

Die erste Dimension ist der Blick ins „Gestern": Schon vor 25 Jahren fingen Chaoten und Verbrecher damit an, das einzureißen, was zumindest in den westdeutschen Ländern weder kulinarisch noch überhaupt aufgebaut war: den guten Ruf des Urlaubslandes MV. Der „Spiegel" schrieb damals (Nr. 41/1992) in einer Abrechnung mit der Geschmacklosigkeit ostdeutscher Koch- und Krawallkunst: „Am besten aber ist die Curry-Wurst in der von Rostock-Lichtenhagener Rassisten gut besuchten Imbißbude ‚Happi Happi bei Api'. Das Wurstobjekt dort ähnelt einem Gartenschlauch und wird ohne alles serviert."

25 Jahre und eine lange Reihe von Curry-Würsten und einen dicken Stapel von „Wurstblättern" (nicht „Der Spiegel") später „befeuern" laut Ausgabe 34/2017 „Bauboom und Touristenandrang einander". In unserer zweiten „Spiegel"-Dimension – dem „Heute" – heißt es dementsprechend: „Die Wanne ist voll. Der Besucherstrom hat entlang der Küste einen Bauboom entfacht, der mancherorts auf Widerstand stößt." Es wird zumindest aus Sicht einiger das gebaut, was am Ende das Zuviel ausmachen könnte. Unterkünfte für Touristen entstünden sogar an Plätzen, die zunächst nicht sonderlich attraktiv erschienen. Unsere sich daran unmittelbar anschließende Frage: Wird dort dann Urlaub „ohne alles" (Drumherum) serviert werden?

Apropos „ohne alles": Die dritte Dimension, die des „Morgen", lieferte uns kürzlich im „Spiegel" (33/2017) Frank Trentmann, Autor von „Die Herrschaft der Dinge": Er bringt das Urlaubsland weg von Verbrechen an Mensch und Natur, er reduziert es auf das Grundding des Urlaubmachens und führt es damit vielleicht zurück auf sich selbst, wenn er mit Blick auf den entfesselten Konsumenten sagt: „Es muss ja nicht immer Mallorca sein, es kann auch mal ein See in Mecklenburg-Vorpommern sein." Zurück in die Zukunft also, und Mecklenburg-Vorpommern mittendrin, womit wir bei der mehrdimensionalen Eingangsthese wären: Wir sehen im Spiegel den Spiegel im Spiegel dessen, was wir waren, sind und werden. Hoffentlich wird manch einer schlau draus.

Bücher *übers Land*

Die bunten Haustüren sind schon lange zu einem Markenzeichen der beliebten Ferieninsel Fischland-Darß-Zingst geworden. Die Autoren erzählen deren mehr als 200-jährige Geschichte, erklären die Symbole und deren Bedeutung für die Bewohner der Halbinsel, beschreiben die Herstellung der Türen und stellen Besonderheiten der Gestaltung dar.

Das kleine Buch der Darßer Haustüren
Frank Braun und Renè Roloff
Erschienen: Juli 2017 im Thomas Helms Verlag, 8,90 Euro, 56 Seiten, Hardcover, ISBN 978-3-944033-13-6

Praktikumsbetriebe gesucht

Projekt vermittelt chinesische Studenten an Unternehmen

Das Projekt „ERIKA – ErfahrungsRaum Interkulturelle Kompetenz Asien" will chinesische Master of Business Administration-Studenten der Fachhochschule des Mittelstandes in Schwerin in Betriebspraktika an Unternehmen vermitteln. Die Teilnehmer des 24-monatigen Studiengangs haben bereits vier Jahre Germanistik in China studiert und bringen Grundkenntnisse der deutschen Sprache mit. Sie studieren seit Oktober 2016 in Schwerin und sind bereits mit der deutschen Kultur vertraut. Sie werden von Oktober 2017 bis März 2018 sechs Monate Praktikum in einem deutschen Unternehmen absolvieren. Eine Pflichtpraktikumsbescheinigung für sechs Monate kann ausgestellt werden.
www.ihkzuschwerin.de/international/Laender_und_Maerkte/Asien/China/IHK-Projekt--ERIKA-/3779878

Impressum
Herausgeber: Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V. · Konrad-Zuse-Straße 2 · 18057 Rostock
Tobias Woitendorf (verantw.) · Petra Schierz · Tel. +49 381 4030 615 · tourismuszeitung@auf-nach-mv.de
Titelfoto: TMV/pocha.de

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