Tourismusentwicklung in MV weiterhin verlangsamt

Sparkassen-Tourismusbarometer zieht insgesamt eine positive Zwischenbilanz für Mecklenburg-Vorpommern-Tourismus

Mecklenburg-Vorpommern ist mit Abstand das beliebteste Reiseziel in Ostdeutschland. Unter den deutschen Küstenreisegebieten wird der Wettbewerb aber zunehmend härter. Insbesondere die Ostseeküste in Mecklenburg-Vorpommern muss stärker um ihre Marktanteile kämpfen. Das geht aus dem Sparkassen-Tourismusbarometer 2018 des Ostdeutschen Sparkassenverbandes (OSV) hervor, das kürzlich im Gut Tressow vorgestellt wurde.

Im ersten Halbjahr 2018 **stieg** in Mecklenburg-Vorpommern die **Zahl der Ankünfte um 1,2 Prozent** gegenüber dem Vorjahreszeitraum, die Übernachtungen verharrten mit einem Plus von 0,3 Prozent auf Vorjahresniveau. Die Betriebe meldeten 3,3 Millionen Gästeankünfte und 11,8 Millionen Übernachtungen.

Die **Gäste** in Mecklenburg-Vorpommern sind **insgesamt hoch zufrieden**. Das Land erreichte 2017 einen Trust Score von 82,7 Punkten, das sind 0,1 Punkte mehr als 2016 und übertrifft wie bereits 2016 leicht den ostdeutschen Trust Score (82,5 Punkte), bleibt aber nach wie vor **knapp unter dem deutschlandweiten Wert** (82,8 Punkte). Der Trust Score (maximal 100 Punkte) fasst Gästebewertungen auf über 30 Onlineplattformen für Hotels zu einem Gesamtwert der Gästezufriedenheit zusammen. Der Trust Score erreichte 2017 überdurchschnittlich hohe Werte in Vorpommern (83,4 Punkte), in der Mecklenburgischen Schweiz/Seenplatte (83,3 Punkte) und auf Rügen/Hiddensee (83,2 Punkte), gefolgt von den leicht unter dem Landesdurchschnitt liegenden Reisegebieten Westmecklenburg (81,6 Punkte) und Mecklenburgische Ostseeküste (81,3 Punkte).

Trotz der insgesamt positiven Zwischenbilanz des Mecklenburg-Vorpommern-Tourismus 2018 mahnte Wolfgang Waldmüller, Präsident des Tourismusverbandes MV, sich auf die Lösung der Probleme der Branche zu konzentrieren. Die Schwachpunkte und Reserven – von der **Wegeinfrastruktur über die Erreichbarkeit, die zu sichernde Bäderregelung oder die Tourismusfinanzierung bis zur Internationalität** – seien hinlänglich bekannt und benannt.

Das Tourismusbarometer sieht jedoch **kaum Serviceprobleme** bei den Hotels. Der Service erreicht in MV Werte von etwa 90 Punkten. Die Kunden bewerten die Außenanlagen sowie das Essen und Trinken gut. Negativbewertungen werden bei Zimmern und Preisen abgegeben und insbesondere bei der WLAN-Versorgung (unter 60 Punkte).

Fortsetzung auf Seite 2

Aus dem Inhalt

TMV aktuell
Tourismusbarometer präsentiert Halbjahresbilanz des MV-Tourismus
> Seite 01

Hier spricht der Experte
Mathias Knospe, Marketingleiter Tourismus-Marketing Brandenburg, über die gemeinsame Maritim-Kampagne **> Seite 03**

Tourismusnachrichten
Statistisches Amt braucht Unterstützung der Tourismusbranche
> Seite 04
TMV startet Herbstkampagne
> Seite 05
MV-Tourismuspreisträger 2018 gesucht **> Seite 09**

Vermischtes:
Bücher *übers Land:* „Ob die Möwen manchmal an mich denken?“
Schlussendlich (115) **> Seite 09**

Zahl des Monats

19,2 Grad Celsius betrug die durchschnittliche Temperatur im Sommer 2018 in Mecklenburg-Vorpommern, der damit der heißeste seit Beginn der Messungen 1881 ist. Die Greifswalder Oie ist mit mehr als 900 Stunden die bundesweit sonnenscheinreichste Station und mit Rom (etwa 925 Stunden) vergleichbar.

Fortsetzung von Seite 1

Die **Halbjahresbilanz in den Reisegebieten** MVs fällt unterschiedlich aus. Im ersten Halbjahr 2018 verzeichneten nur Westmecklenburg (+ 6 Prozent) und die Mecklenburgische Ostseeküste (+ 3,3 Prozent) Zugewinne bei den Übernachtungen. Stagnation oder Rückgänge verbuchten die Mecklenburgische Schweiz und Seenplatte (- 0,1 Prozent), Vorpommern (- 0,6 Prozent) und Rügen/Hiddensee (- 3,7 Prozent).

Insgesamt wird der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern durch eine **stabile Nachfrage** größtenteils von Gästen aus Deutschland getragen. Ein wenig dynamischer zeigt sich die Nachfrage aus dem Ausland. Während in Mecklenburg-Vorpommern im ersten Halbjahr 2018 gegenüber dem Vorjahreszeitraum die Nachfrage aus Deutschland quasi stagnierte, + 0,9 Prozent mehr Ankünfte und Stagnation bei den Übernachtungen, lag die **Auslandsnachfrage bei 7,9 Prozent mehr Ankünften** und 8,1 Prozent mehr Übernachtungen. Allerdings hat der internationale Tourismus in MV nach wie vor eine geringe Bedeutung. Der Anteil von Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland an der Gesamtzahl der Übernachtungen in Mecklenburg-Vorpommern lag im ersten Halbjahr 2018 lediglich bei 3,2 Prozent und im gesamten Jahr 2017 bei knapp 3,4 Prozent.

Foto: Ostdeutscher Sparkassenverband

Vorstellung des Sparkassen-Tourismusbarometers MV im Gut Tressow bei Ulrichshusen

Tourismusorganisationen, Branchenverbände und die öffentliche Hand sind gefordert, den **Wandel im Beherbergungsmarkt** strategisch zu unterstützen. Als Zukunftstrends benennt das Tourismusbarometer neben Low-Budget-Konzepten individuelle Angebote mit spezifischen thematischen Ausrichtungen. Auch Luxusbetriebe und die Kettenhotellerie sind erfolgversprechende Strategien.

Die Gäste wünschen sich eine **klare Positionierung** und möchten authentische Erlebnisse. Anbieter brauchen ein eigenes „Thema" oder müssen die Angebote auf die besonderen Wünsche von Zielgruppen, zum Beispiel Familien mit Kindern oder Radler, ausrichten. Hier gibt es Nachholbedarf. Nur 51 Prozent aller Betriebe in Mecklenburg-Vorpommern vermarkten ein klares Profil, ostdeutschlandweit sind es immerhin 63 Prozent der Betriebe.

Der Anteil der **Markenhotellerie** in Mecklenburg-Vorpommern liegt bei sieben Prozent, im gesamten Bundesgebiet sind es 13 Prozent, ostdeutschlandweit sechs Prozent. Selbst an der Küste sind die Marktanteile der Kettenhotellerie gering. So hat die Ostseeküste nur einen Marktanteil von neun Prozent, Vorpommern acht Prozent, Rügen/Hiddensee sieben Prozent. Im Binnenland liegen diese noch niedriger, so in Westmecklenburg bei sechs Prozent und in der Mecklenburgischen Schweiz/Seenplatte bei vier Prozent.

„Es ist zu wenig Bewegung im System, die Arbeit an der Querschnitts- und Gemeinschaftsaufgabe Tourismus in MV ist noch nicht so in Gang gekommen, wie nötig, um innovativ, wettbewerbsfähig und letztlich in der Schlüsselbranche Tourismus so erfolgreich zu bleiben," so Waldmüller weiter. So sei es dringend notwendig, dass die **Landestourismuskonzeption** mit den konstruktiven Anregungen aus den Stellungnahmen wie vom Landestourismusverband endlich verabschiedet werde und dass mit Ernst und mit den entsprechenden personellen und finanziellen Ressourcen an die systematische Umsetzung der Konzeption gegangen werde. Der Tourismusverband MV habe zur Lösung der ihm übertragenen Aufgaben bereits einen **Strukturprozess („TMV 2025")** auf den Weg gebracht, der sich in Abstimmung mit dem Wirtschaftsministerium Mecklenburg-Vorpommern befände. Fakt sei aber auch, dass die Umsetzung der Tourismuskonzeption nicht ohne leistungsfähige und stabile Organisationen auf allen Ebenen auskomme.

www.osv-online.de

+ + + NEWSTICKER + + +

+++ Wirtschaftsminister Harry Glawe hat am 7. September 2018 den drei im Landkreis Vorpommern-Rügen gelegenen Gemeinden Fuhlendorf, Pruchten und Saal offiziell den Titel **„Staatlich anerkannter Erholungsort"** übergeben. +++ Sebastian Ader, geschäftsführender Vorsitzender des **Tourismusverbandes Insel Usedom**, tritt Mitte September nach zwei Jahren Amtszeit zurück. Im Verband stehen am 20. September 2018 Neuwahlen an. www.tviu.de +++ Aufgrund sinkender Besucherzahlen außerhalb der Sommerferienzeit verkürzt das **Piraten Open Air** in Grevesmühlen 2019 die Spielzeit von elf auf zehn Wochen. www.piratenopenairtheater.de +++ Das **Hotel Neptun** hat die strengen Kriterien der Deutschen Hotelklassifizierung erfüllt und wurde erneut mit der höchsten Klassifizierung und fünf Sternen ausgezeichnet. www.hotel-neptun.de +++ Die Hanse- und Universitätsstadt Rostock hat offiziell den Zuschlag für die Ausrichtung der **Bundesgartenschau 2025** erhalten. www.rostock.de +++ Die **Störtebeker-Festspiele** auf der Insel Rügen haben nach 67 Vorstellungen ihre diesjährige Spielzeit mit insgesamt 310.500 Zuschauern, rund 27.500 weniger als 2017, beendet. www.stoertebeker.de +++ Mit rund 1,4 Millionen Übernachtungen auf Campingplätzen in Mecklenburg-Vorpommern zwischen Januar und Juni 2018 und damit einer Steigerung von rund 7,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (1,27 Millionen) setzt die **Campingbranche MV** neue Bestwerte im Campingtourismus des Landes seit 1990. www.bvcd-mv.de +++ Die Landesregierung Mecklenburg-Vorpommern hat den Vertrag mit der **Deutschen Bahn** über den Saisonfahrplan auf Usedom, der ursprünglich bis 23. September galt, bis 7. Oktober verlängert. Damit wird der hohen Nachfrage der Urlauber bis Anfang Oktober entsprochen. www.usedom.de +++ Vom 15. Juni bis zum 16. September 2018 kamen insgesamt über 86.000 Besucher zu den 150 Konzerten an 86 Orten der **Festspiele Mecklenburg-Vorpommern** und damit so viele Menschen wie noch nie. 87 der 150 Konzerte waren ausverkauft. www.festspiele-mv.de +++

Den Schwung der Maritim-Kooperation auf den Radtourismus ausweiten

Mathias Knospe, Marketingleiter der Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH, über den Brandenburg-Tourismus und die gemeinsame Kampagne „Deutschlands Seenland“

Foto: TMB-Fotoarchiv/bildschoen

Mathias Knospe, Marketingleiter der Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (TMB)

TMV: Ein Blick ins Nachbarland: Wie zufrieden sind Sie mit der touristischen Entwicklung und Ausrichtung in Brandenburg?

Mathias Knospe: Ich bin ja erst seit sechs Monaten als Marketingleiter bei der TMB, insofern schwingt auch noch der Blick von außen mit: Mit der Entwicklung der letzten Jahre kann man nur zufrieden sein. Bei den Übernachtungen und Gästezahlen aus dem In- und Ausland geht es kontinuierlich nach oben. 2017 haben wir die Marke von 13 Millionen Übernachtungen geknackt. Für die weitere Entwicklung gibt uns die Landestourismuskonzeption Orientierung. Sie definiert die Handlungsfelder, denen wir uns widmen. Dazu zählt auch die touristische Markenstrategie, mit der bereits seit fünf Jahren gearbeitet wird. Auch uns treibt die Digitalisierung um. Hier setzen wir auf landesweite Zusammenarbeit. Im Content-Netzwerk Brandenburg wirken über 450 Redakteure mit und pflegen jährlich 1.000 buchbare Übernachtungsanbieter, 25.000 Veranstaltungen und 13.000 Points of Interest. Das macht es möglich, die Daten über eine Vielzahl von eigenen und externen Kanälen auszuspielen. Damit sind wir Vorreiter im Deutschlandtourismus.

TMV: Brandenburg und MV haben 2018 die Kooperation zum Wassertourismus unter dem neuen Titel „Deutschlands Seenland“ wiederbelebt. Wie schätzen Sie die Kampagne und Kooperation bis hierhin ein?

Knospe: Gemeinsam sind wir stark: So kann man die Wirkung der Kooperation ganz praktisch zusammenfassen. Für unsere Gäste, die auf dem Wasser unterwegs sind, spielen Landesgrenzen keine Rolle. So liegt es auf der Hand, das grenzüberschreitende Wassersportrevier auch zusammen zu vermarkten. Mit der Kampagne 2018 ist uns ein wirklich beachtliches Media-Investment mit der daraus resultierenden Reichweite gelungen. Ein Partner alleine hätte dies nicht stemmen können. Nur so hatten wir zum Beispiel die Chance, neue Online-Formate auszuprobieren. Wir konnten Aufgaben verteilen und haben wechselseitig von unseren Kontakten profitiert.

TMV: Wie läuft die Zusammenarbeit mit Regionen und Leistungsanbietern?

Knospe: Die Erfahrungen waren sehr positiv. Das Thema Wasser gehört zu den starken markenprägenden Themen Brandenburgs und lag unseren Partnern daher sehr am Herzen. Wir sind hier offene Türen eingerannt. Es ist ja auch eine hohe Wertschöpfung und eine steigende Nachfrage mit dem Wassertourismus verbunden, und die Angebote werden kontinuierlich weiterentwickelt. Das ist also keine Eintagsfliege. Ich würde mir wünschen, dass wir den Schwung, den wir gemeinsam entwickelt haben, auch auf den Radtourismus ausweiten würden. Denn auch hier haben wir tolle länderübergreifende Angebote.

TMV: Auch spannend. Aber wie und wohin soll sich die Kampagne zum Wassertourismus in den kommenden Jahren entwickeln?

Knospe: Der Fokus soll verstärkt auf ganz konkreten Tourenvorschlägen liegen. Unsere Regionen und Leistungsträger sind Experten auf diesem Gebiet, und dieses Wissen gilt es zu nutzen. Tipps zu den besten Bootstypen, den schönsten Routen und Häfen und so weiter – wir haben die „Auskenner“, die die Gäste und speziell auch Familien bei der Wahl des perfekten Angebotes unterstützen können.

TMV: Spielen landseitige Angebote und Produkte für die Nebensaison künftig eine stärkere Rolle?

Knospe: Ein klares „Ja“! Die Nebensaison ist noch zu wenig ausgeleuchtet. Das sagen uns auch die Anbieter. Vor allem für einen entschleunigten Urlaub bieten unsere Ziele auf und am Wasser in der ruhigeren Zeit perfekte Voraussetzungen. Allerdings ist es wichtig, dass Serviceeinrichtungen an Land, wie zum Beispiel Restaurants, dann auch geöffnet sind. Das ist natürlich auch ein Prozess, der sich gegenseitig bedingt. Landseitige Angebote haben wir schon immer stark kommuniziert. In vielen Revieren Brandenburgs sind die kulturtouristischen Angebote am Ufer so zahlreich, dass Landgänge und Ausflüge ein integraler Bestandteil des Erlebnisses sind. Aber sicherlich kann man das auch noch stärker herausstellen.

TMV: Wassertourismus ist vor allem auch Infrastruktur und damit Politik: Wie stehen Sie zum Kurs des Bundes für das Netz, insbesondere der Nebenwasserstraßen, im Hinblick auf deren touristische Nutzung?

Knospe: Natürlich ist die Entwicklung kritisch für unsere Bundesländer. Es wird darauf ankommen, dass der Bund zu seinem Eigentum steht und den Haushaltstitel der Nebenwasserstraßen so ausstattet, dass Infrastrukturmaßnahmen durchgeführt werden, die vor allem den dynamisch wachsenden Unternehmen Planungssicherheit geben. Das Wassertourismuskonzept des Bundesverkehrsministeriums muss weiterentwickelt und unter Einbindung weiterer Ressorts untersetzt werden. Dafür werden wir uns gemeinsam mit Mecklenburg-Vorpommern und anderen starken Partnern wie den Industrie- und Handelskammern im „Bündnis für Wasserstraßen“ einsetzen.

Statistisches Amt braucht Unterstützung der Übernachtungsbetriebe

Tourismusbranche steht in der Mitwirkungspflicht / Monatliche Datenübermittlungen unumgänglich

Seit 1992 informiert das Statistische Amt über die touristische Entwicklung in Mecklenburg-Vorpommern. Erhoben werden dabei nicht nur Ankünfte und Übernachtungen, sondern auch die Nationalität der Gäste. Zudem werden in den Berichten die gemeldeten Betriebe und angebotenen Schlafgelegenheiten ausgewiesen. Diese über einen langen Zeitraum vorhandenen **Kennzahlen bilden eines der wichtigsten Messinstrumente zur Beobachtung der Tourismusentwicklung** und ermöglichen dank einheitlicher Rechtsgrundlage durch das Beherbergungsstatistikgesetz einen Vergleich auf nationaler und europäischer Ebene. Gerade in der aktuellen Reifephase des Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern und im schärfer werdenden Wettbewerb mit anderen Destinationen ist eine **verlässliche Analyse des Gästeaufkommens und der Kapazitätsentwicklung** sowie deren Auslastung für die Branche **essentiell**.

Die amtliche Statistik unterstützt die Verbände und Leistungsträger bei der Entscheidung für kurz- und langfristige touristische Marketingstrategien und -instrumente. Sie liefert Argumente und **unterstützt bei Entscheidungen über Infrastrukturmaßnahmen** sowie bei Maßnahmen zum Ausbau oder zur Begrenzung von Kapazitäten. Es sollte daher ein Anliegen aller touristischen Akteure im Land sein, dass solche mitunter weitreichenden Entscheidungen der Verbände, Wirtschaft und Politik auf einer fundierten Datengrundlage getroffen werden. Letztlich kommen die Ergebnisse der amtlichen Statistik allen zu Gute, die direkt oder indirekt mit der Tourismusbranche zu tun haben – somit auch den Auskunftspflichtigen ganz persönlich.

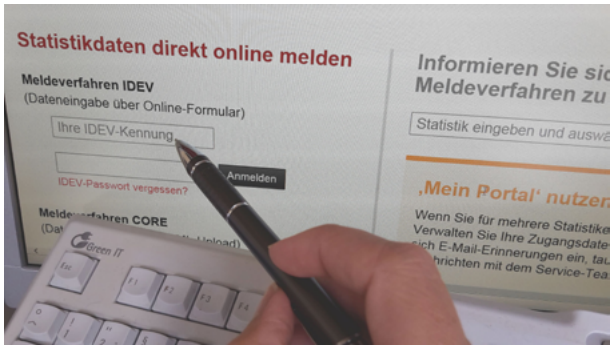

Foto: privat

Online-Datenerfassung der touristischen Ankünfte und Übernachtungen

Um dem Anspruch an eine hohe Datenqualität gerecht zu werden, führt das Statistische Amt MV derzeit eine **Evaluierung des Berichtskreises** durch. Die Statistiker sind hierbei auf die Unterstützung aus der Branche angewiesen, insbesondere durch die meldepflichtigen Beherbergungsbetriebe. Der Berichtspflicht unterliegen alle Betriebe oder Betriebsteile, die nach Einrichtung und Zweckbestimmung dazu dienen, mindestens zehn Gäste gleichzeitig vorübergehend zu beherbergen. Ist jemand nicht selbst Inhaber und/oder „kümmert" sich um mehrere Übernachtungsbetriebe, die jeweils unter zehn Betten umfassen, kann er trotzdem berichtspflichtig sein. Nach einschlägigen Definitionen des Bundesamtes für Statistik und der Rechtsprechung kommt es darauf an, wer aus Urlaubersicht der Anbieter einer Ferienwohnung beziehungsweise eines Appartements ist.

An den monatlichen Übermittlungen muss aufgrund der Notwendigkeit **verlässlicher Daten und drohender Zwangsgeldfestsetzungen** festgehalten werden, wenngleich die Meldung der Zahlen bei jedem einzelnen Auskunftspflichtigen – in jeder Saison – eine Belastung darstellt. Kontinuierliche Verbesserungen und die Digitalisierung der Erhebungsprozesse tragen dazu bei, den Aufwand hierfür so gering wie möglich zu halten.

Nach Meinung des Statistischen Amtes und des Landestourismusverbandes MV gelingt eine Konsolidierung der Datenqualität nur durch eine **Kooperation mit den regionalen und örtlichen Akteuren**. Neben den Auskunftspflichtigen stehen daher auch die Kurverwaltungen, Tourist-Informationen und Verbände in der Verantwortung, einen Beitrag im Evaluierungsprozess zu leisten.

Informationen und Hilfestellungen: Dr. Detlef Thofern, Dezernent im Statistischen Amt, Tel.: +49 385 588-56433, detlef.thofern@statistik-mv.de

Barrierefreier Strandkorb für die Saison 2019 zu gewinnen

Teilnahme am Wettbewerb bis 28. Februar 2019 möglich

Um das Angebot barrierefreier touristischer Produkte in Mecklenburg-Vorpommern weiter zu steigern, startet der Tourismusverband MV im Projekt „Tourismus für Alle" einen Wettbewerb. Zu gewinnen gibt es einen modernen barrierefreien Strandkorb als Dreisitzer mit Platz für Rollstuhl oder Kinderwagen für die Saison 2019. Zukünftig könnten weitere dieser Strandkörbe die zahlreichen bereits existierenden barrierefreien Strandzugänge an Seen und an der Ostsee ergänzen.

Foto: TMV

Zu gewinnen: Barrierfreier Strandkorb als Dreisitzer

Interessierte Orte, Regionen, Verbände aber auch private touristische Anbieter aus Mecklenburg-Vorpommern sind aufgerufen, Informationen zu ihren bereits bestehenden und neu für die Saison 2019 geplanten barrierefreien Angeboten sowie eine Einschätzung, wie Barrierefreiheit in ihrem Ort oder in ihrer Region bereits gelebt wird, bis 28. Februar 2019 formlos per Mail an Annette Rösler unter a.roesler@auf-nach-mv.de zu senden.

Weitere Informationen sind unter www.tmv.de/marketing-reisen-fuer-alle zu finden.

„Das Schönste am Herbst“ – Urlaubsland MV startet Herbstkampagne

Anzahl der Herbstgäste steigt / Tourismusverband MV hält passende Angebote in der Broschüre „Kurzurlaub zum kleinen Preis“ bereit

Unter dem Titel „Das Schönste am Herbst“ macht der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern mit einer groß angelegten Herbstkampagne im Berliner Raum auf aktuelle Kurzreiseangebote und Veranstaltungen in der Nebensaison aufmerksam.

Foto: TMV/Ulrich

Holzbohlenweg im Müritz-Nationalpark

Mit Großflächen-Plakaten und Infoscreens auf hochfrequentierten S-Bahnhöfen der Bundeshauptstadt, einem 24-seitigen Booklet mit Reiseofferten, beigelegt in „Der Tagesspiegel“, den bewährten Broschüren „Kurzurlaub zum kleinen Preis“ mit 122 Angeboten für 60, 80 oder 100 Euro, sowie zahlreichen Online- und Social-Media-Maßnahmen werden Berlinern – nach Gästen aus Nordrhein-Westfalen die stärkste Besuchergruppe in MV – die Vorzüge eines herbstlichen Kurzurlaubes im Nordosten nähergebracht. Dazu Wolfgang Waldmüller, Präsident des Tourismusverbandes MV: „Immer mehr Gäste nutzen den Herbst für einen Kurzurlaub. Knapp ein Viertel aller Übernachtungen fallen inzwischen auf den Zeitraum von September bis November – mehr als zehn Prozent mehr als noch vor zehn Jahren.“ Auch von November bis April reisen immer mehr Menschen nach Mecklenburg-Vorpommern. Betrug der Anteil der Übernachtungen 1998 mit 19,3 Prozent noch ein knappes Fünftel des Gesamtaufkommens, war es 2017 mit 26,8 Prozent bereits mehr als ein Viertel.

MV präsentiert sich beim Tag der Deutschen Einheit

Umfangreiches Informations- und Unterhaltungsprogramm in Berlin

Vom 1. bis 3. Oktober 2018 gastiert der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern gemeinsam mit zwölf Regionen, Orten und touristischen Anbietern bei der diesjährigen Feier zum Tag der Deutschen Einheit in Berlin. Unter dem Motto „Nur mit Euch“ gehen die Städte Rostock mit Warnemünde, Wismar, Stralsund und Greifswald, der Rostocker Zoo mit seinem neuen Polarium sowie die Regionen Rügen, Usedom, Fischland-Darß-Zingst, Vorpommern, Mecklenburgische Seenplatte, Mecklenburg-Schwerin und Mecklenburgische Ostseeküste auf der Ländermeile vor Anker, um auf einer Fläche von mehr als 200 Quadratmetern Lust auf einen Besuch in der beliebtesten Urlaubsregion der Deutschen zu machen. Neben Informationen aus erster Hand zur Ostseeküste und Seenplatte, kommen Besucher in den Genuss kulinarischer Vorzüge des Landes und maritimer Klänge.

Foto: TMV/projekt rk

Animation der Mecklenburg-Vorpommern Präsentation 2018 in Berlin

Einen Höhepunkt bildet der Auftritt des neuen Dock-Inn-Hostels, das im vergangenen Jahr mit dem ersten Platz des Deutschen Tourismuspreises ausgezeichnet worden ist. Die Upcycling-Herberge ist eigens mit einem großen High-Cube-Seecontainer vor Ort. Familien, Aktivurlauber, Design-Fans und Backpacker können vor Ort das neue Konzept unter die Lupe nehmen.

Für musikalische Unterhaltung sorgen die Rostocker Kultband „Les Bummms Boys“ sowie Sophie Huth & Band mit einer Mischung aus Popmusik und Jazz.

Neu im TMV-Team

Verstärkung für Kommunikation, Marketing und Büromanagement

Foto: TMV

Christian Kitzmann, Volontär

Vom 1. August 2018 bis 31. Juli 2020 verstärkt Christian Kitzmann als Volontär die Kommunikationsabteilung des TMV.
Kontakt: c.kitzmann@auf-nach-mv.de, Tel. +49 381 4030-610

Foto: privat

Celine Hoffmann, Auszubildende

Celine Hoffmann absolviert ihre dreijährige Ausbildung zur Kauffrau für Büromanagement vom 27. August 2018 bis 31. Juli 2021. Sie folgt auf Henning Sieweke, der im Juli 2018 seine Ausbildung erfolgreich abgeschlossen und eine Anstellung im Landkreis Mecklenburgische Seenplatte angenommen hat.
Kontakt: c.hoffmann@auf-nach-mv.de, Tel.: +49 381 4030-601

Foto: privat

Monique Marschalek, Themenmanger Genuss und Kultur

Im Themenmanagement Genuss und Kultur hat Monique Marschalek die Elternzeitvertretung für Carolin Erler vom 1. September 2018 bis 31. August 2020 übernommen.
Kontakt: m.marschalek@auf-nach-mv.de, Tel.: +49 381 4030-678

Antje Hansch im Bereich Marktforschung und Marie Zürnstein im internationalen Marketing sind aus ihrer Elternzeit in ihre Fachbereiche zurückgekehrt.

Wanderqualität steigern

Schulungen zum Wandern

Mit dem steigenden Interesse an Wanderungen in Mecklenburg-Vorpommern wächst auch die Nachfrage nach entsprechenden Wegen, Unterkünften und Serviceleistungen. Dieser Nachfrage sollte mit einem hohen Qualitätsniveau entsprochen werden. Der Tourismusverband MV bietet aus diesem Grund Ausbildungen zum Prüfer für die Zertifizierung

Foto: TMV/outdoor-visions.com

Urlaub im Schritttempo: Wandern in MV

von „Qualitätsgastgebern Wanderbares Deutschland“ und zum Bestandserfasser für „Qualitätswege Wanderbares Deutschland“ am 13. sowie 14. und 15. November 2018 ein. Die Schulungen vermitteln Anforderungen an Wege, Unterkünfte und Einkehrmöglichkeiten, Informationen zu Qualitätskriterien des Deutschen Wanderverbandes sowie praktische Anwendungsbeispiele von Experten. www.tmv.de/qmw-schulungen

Erlebniskalender 2019

Bis 31. Oktober Platzierung sichern

Der TMV plant für 2019 die Fortsetzung des „Meck-Pomm Erlebniskalenders“ auf www.spielstrand.de/erlebniskalender, bei dem es jeden Monat einen sechstägigen Familienurlaub nach MV zu gewinnen gibt. Der Erlebniskalender wird bei den Marketingaktionen im Bereich Familienurlaub, bei Messen und Promotions, im Newsletter und auf den Social-Media-Kanälen des TMV beworben. Rund 8.000 Familien haben sich für eine Teilnahme am Gewinnspiel vorregistriert. Gesucht werden 25 interessierte Tourismusorte, Beherbergungsbetriebe und Erlebnispartner, die ihre familienfreundlichen Angebote im Meck-Pomm Erlebniskalender präsentieren möchten.
www.tmv.de/b2b-spielstrand

Foto: TMV/HZF

Der Meck-Pomm-Erlebniskalender

GastRo 2018 – größter Branchentreff in MV

Workshops und Aktionstage im November in Rostock

Vom 18. bis 21. November 2018 zeigt die „GastRo“ als größter Branchentreff im Nordosten und als Informations- und Ordermesse für Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung und Catering ebenso neueste Angebote für Fleischer, Bäcker, Camping- und Golfplatzbetreiber.

GASTRO
29. Fach- und Erlebnisausstellung für Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung

Foto: inRostock GmbH

Logo der GastRo 2018

Über 270 regionale und nationale Produzenten sowie Lieferanten, Wettbewerbe, Workshops und Aktionstage vermitteln Trends und Neuigkeiten für die Branche. Neu auf der „GastRo 2018“ ist der Bio-Markt, ein Gemeinschaftsstand mit biozertifizierten Produzenten und Lieferanten, Anbietern von Obst, Gemüse, Molkereiprodukten, Backwaren und Getränken. Im „GastRo Profi Center“ wird mit den präsentierten Produkten gekocht, aber auch zum Beispiel zur Bio-Umstellung informiert und aufgeklärt. Nachhaltige Technik für Küche, Bad & Co., Mehrwegkonzepte, Recycling und Fairtrade-Angebote vervollständigen das Ausstellungsspektrum zum Thema „Green GastRo“.

Foto: inRostock GmbH

Die GastRo 2017 in der Hansemesse Rostock

Weitere Höhepunkte der Messe sind die Start-Up Area als Testmarkt für innovative Technik, Food Trends oder Social-Media-Lösungen, der Markt der regionalen Produkte, der „Next Generation Day“ mit Expertenwissen zu Unternehmensgründung und Nachfolge und die „KOCH-Akademie“ mit spannenden Workshops für Fleischer, Bäcker, Köche und Caterer.
www.gastro-rostock.de

Jetzt bewerben: ADAC Tourismuspreis MV 2019

Einreichungsfrist endet am 22. Dezember 2018

Noch bis 22. Dezember 2018 können sich Unternehmen, Privatpersonen, Vereine, Verbände und Kommunen mit einem innovativen Angebot für Touristen kostenfrei für den ADAC Tourismuspreis Mecklenburg-Vorpommern 2019 bewerben. Die drei besten Projekte werden nicht nur ausgezeichnet, sondern auch medienwirksam in der Öffentlichkeit präsentiert. Der Preis ist damit eine Empfehlung für die über 20 Millionen ADAC Mitglieder und jeden anderen Reisenden. Die konkrete Lösung für den Tourismus vor Ort muss dabei bereits am Markt positioniert sein oder kurz vor der Realisierung stehen. Bei der Bewertung durch eine unabhängige Fachjury werden die Kategorien Innovationsgrad, Qualität, Kundenorientierung, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit betrachtet. Der Preis wird im Rahmen des Saisonauftaktes der Tourismuswirtschaft Mecklenburg-Vorpommern im Frühjahr 2019 verliehen.
Weitere Informationen und die Bewerbungsunterlagen sind unter www.adactourismuspreis.de zu finden.

Foto: Repro ADAC Hansa e. V.

Flyer zum ADAC Tourismuspreis

Konferenz zum Reiten und Konzept für Usedom

Neues und Traditionelles aus den Regionen, Städten und Verbänden

Förderung des Reittourismus

Landurlaub. Der Fachverband Landurlaub und der Tourismusverband MV laden am 18. Oktober 2018 zur 9. Fachtagung Reittourismus in MV in das Mecklenburgische Kutschenmuseum in Kobrow ein. Fachexperten vom Wirtschafts- und Landwirtschaftsministerium MV, vom Kompetenzzentrum für Tourismus und Landwirtschaft und vom Bilse-Institut zeigen verschiedene Förderungs- und Entwicklungsmöglichkeiten für reittouristische Betriebe auf. Informationen und Anmeldung sind unter www.tmv.de/reiten zu finden.

Foto: TMV/Hafemann

Einladungsflyer zur Konferenz

Vermarktung regionaler Produkte stärken

Landurlaub. Rund 40 Vertreter von Regionalvermarktungsinitiativen und weitere Partner und Unterstützer dieser Thematik trafen sich am 5. September 2018 zu einem Seminar im Internationalen Haus des Tourismus in Rostock. Neben einem Impulsvortrag des Bundesverbandes der Regionalbewegung über Chancen, Herausforderungen und Erfolgsfaktoren für Regionalvermarktungsinitiativen und der Vorstellung des dazugehörigen Handbuches teilten Vertreter des Vereins Nordbauern Schleswig-Holstein und des Spreewaldvereins ihre Erfahrungen in Organisation, Qualitätssicherung, Vertrieb und Marketing. Im Anschluss wurden die Ergebnisse der Bereisung und Befragung einzelner Regionalvermarktungsinitiativen und ihrer Handelspartner im Rahmen des dreijährigen Interreg Projektes Baltic Sea Food vorgestellt, die ab Herbst 2018 als ausführlicher Befragungsbericht in deutscher Sprache veröffentlicht werden. Als Höhepunkt der Veranstaltung wurde die Landesgruppe Regionalbewegung Mecklenburg-Vorpommern ausgerufen, die die einzelnen Regionalvermarktungsinitiativen in MV bündeln, den gegenseitigen Austausch unterstützen und als eine Einheit gegenüber der Politik und Öffentlichkeit auftreten soll.

Foto: TMV/LANDURLAUB MV

Teilnehmer des Infoseminars zur Regionalvermarktung

Neues Tourismuskonzept für die Kaiserbäder 2026

Insel Usedom. „Mondän, lebendig, ambitioniert: Mit klarer Marke auf Erfolgskurs". So lautet die Quintessenz des Prozesses zur Markenbildung, den der Eigenbetrieb Kaiserbäder Insel Usedom gemeinsam mit der dwif-Consulting GmbH durchgeführt hat. Mit der Erarbeitung des Tourismuskonzepts „Kaiserbäder 2026" stellen sich die Seeheilbäder Ahlbeck, Heringsdorf und Bansin dem kontinuierlichen Wandel und dem stetig wachsenden Wettbewerb in der Tourismusbranche. Im Prozess wurden fünf Eigenschaften ermittelt, die die Kaiserbäder in ihrem Wesen und ihrer Persönlichkeit charakterisieren: innovativ & vorwärtsstrebend, kultiviert & anspruchsvoll, grenzenlos & verbindend, beständig & stolz, natürlich & gesund. Aus diesen Markenwerten wurde das Markenversprechen „Die mondänste und lebendigste Bäderarchitektur im Ostseeraum" abgeleitet. Als Kernzielgruppe wurde das Liberal-Intellektuelle Milieu ermittelt, das nach Selbstverwirklichung in Beruf und Freizeit strebt, großen Wert auf verantwortungsvollen Umgang mit sich und der Umwelt legt und Genuss auf hohem Niveau schätzt. Diese Klientel ist bereit, für beste Qualität mehr Geld auszugeben und zeichnet sich durch Markentreue aus. Ziel der nächsten Jahre ist es, das Angebot sukzessive an die Bedürfnisse der Zielgruppe anzupassen und die Gästeansprache behutsam Richtung Liberal-Intellektuelles Milieu zu orientieren.

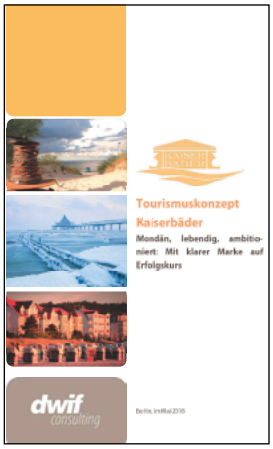

Foto: Usedom Tourismus GmbH/Dirk Bleyer

Cover des Tourismuskonzepts der Kaiserbäder

Nachhaltiges Besuchermanagement auf Rügen

Insel Rügen. Das Naturschutzgebiet Zicker Berge zieht viele Wander- und Naturfreunde an. Um zukünftig ein nachhaltiges Besuchermanagement zu gewährleisten, führt ein Ranger des Biosphärenreservats Südost-Rügen von August bis Oktober Besucherbefragungen durch. Mittels Zählsystemen werden in diesem Zeitraum die Besucherzahlen erfasst. Um den nachhaltigen Tourismus in der Region langfristig zu stärken, arbeitet das Biosphärenreservat Südost-Rügen eng mit Einwohnern, der Kurverwaltung sowie lokalen Betrieben zusammen.

Foto: Tourismuszentrale Rügen/Christian Thiele

Wandern durch die Zicker Berge

Das Vorhaben wird im Rahmen des EU-Interreg Projektes „CEETO – Central European Eco-Tourism: tools for nature protection" umgesetzt. Gemeinsam mit elf Partnern aus sechs europäischen Ländern zielt die Befragung darauf ab, verschiedene Optionen der Besucherlenkung in Schutzgebieten zu testen und mögliche Entlastungsstrategien für stark frequentierte Gebiete zu entwickeln.

Aktuelles in Bildern

Premieren, Prämierungen und Präsentationen

Foto: TMV

Zum Ende des auf drei Jahre angelegten Projektes „Interaktiver Marktplatz für gesundheitstouristische Angebote" lud der TMV am 5. September 2018 zum **zweiten Forum „Gesundes MV"** *ein. Dabei wurden den etwa 60 Teilnehmern das Projekt bilanziert und Ausblicke auf die zukünftige Ausrichtung des Gesundheitstourismus gegeben. Pünktlich zum Forum ist auch die neue Broschüre „Gesundheitsreisen zwischen Ostsee und Seenplatte" erschienen.*

Foto: TMV

Auf Einladung von Innen- und Europaminister Lorenz Caffier fand am 30. August 2018 im Informationsbüro Mecklenburg-Vorpommern bei der Europäischen Union in Brüssel zum ersten Mal das **Mecklenburg-Vorpommern-Strandfest** *statt. Mit landestypischer Umrahmung informierten sich die rund 350 Gäste aus europäischen Institutionen, Ländervertretungen und Verbänden über Mecklenburg-Vorpommern und konnten Kontakte knüpfen oder vertiefen.*

Foto: beeftea

Vom 14. bis 16. September 2018 lud Rostock unter dem Motto „Wo Schiffe begeistern, geht die Welt an Bord" zur Premiere des **Rostock Cruise Festival** *ein, das abwechselnd mit den Hamburg Cruise Days alle zwei Jahre stattfinden soll. Neben einem maritimen Programm für die ganze Familie und der großen Auslaufparade der Kreuzliner „AIDAmar", „Norwegian Breakaway" und „Columbus" wurden neue Wege zur Schadstoffreduzierung thematisiert.*

Foto: TMV

Foto: Fahrtziel Natur

Foto: TMV

Vom 31. August bis 2. September 2018 präsentierte der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern gemeinsam mit den Regionalverbänden Mecklenburgische Seenplatte, Rügen, Fischland-Darß-Zingst, Usedom und Mecklenburgischer Ostseebäder das Urlaubsland MV auf der **Messe „TourNatur" in Düsseldorf**. *Insgesamt besuchten 42.000 Gäste Deutschlands größte Wander- und Trekkingmesse. Im Rahmen der Messe zeichnete die Deutsche Bahn den Müritz-Nationalpark für die Gästekarte „MÜRITZ rundum" und das integrierte Buskonzept mit dem 2. Platz des Fahrtziel-Natur-Award aus. Bert Balke, Geschäftsführer des Tourismusverbandes Mecklenburgische Seenplatte, und Ingo Dann, Bauamtsleiter der Stadt Waren (Müritz) nahmen stellvertretend für alle beteiligten Projektpartner die Urkunde entgegen. Außerdem wurde der Bodden-Panoramaweg auf Rügen vom Deutschen Wanderverband erneut als „Qualitätsweg Wanderbares Deutschland" ausgezeichnet.*

Foto: TMV/LANDURLAUB MV

Foto: nordicfamily

Foto: Mobilista.eu/Adina und Timo Herrmann

Vom 13. bis 16. September 2018 informierten sich zahlreiche Besucher der **Messe Mela in Mühlengeez** *über attraktive Angebote für Landurlaub in MV. Darüber hinaus gab es auch einen regen B2B-Austausch aktueller und potenzieller Mitglieder über Kooperationsmöglichkeiten im Landurlaub.*

Im Rahmen der **Maritim-Kampagne „Deutschlands Seenland"** *in Kooperation mit Tourismus-Marketing Brandenburg und mit Unterstützung von Kuhnle Tours fanden verschiedenste Bloggerreisen entlang der „Großen Rundtour" statt. Unter anderem reiste die Bloggerfamilie „nordicfamily" vom 24. bis 26. August 2018 mit einem Hausboot über die Müritz und benachbarte Seen. Auch das Bloggerpaar von mobilista.eu für barrierefreies Reisen verbrachte eine Woche im September auf einem barrierefreien Hausboot und fuhr von Brandenburg nach Mecklenburg-Vorpommern.*

MV-Tourismuspreisträger 2018 gesucht

Vorschläge können dem TMV eingereicht werden

Der Tourismusverband MV ruft zur Abgabe von Vorschlägen für den Tourismuspreis Mecklenburg-Vorpommern 2018 und die Ehrennadel des Tourismusverbandes MV auf. Gesucht werden natürliche und juristische Personen mit besonderen Verdiensten um den Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern. Ausgelobt wurde der Tourismuspreis, der im Jahr 2010 erstmals vergeben wurde, vom Tourismusverband MV unterstützt durch die Deutsche Kreditbank. 2017 erhielt Jürgen Seidel, langjähriger Vorsitzender und Präsident des Landestourismusverbandes, den Preis in Form einer Plastik des Rostocker Bildhauers Thomas Jastram, die den Heiligen Christophorus – den Schutzpatron der Reisenden – darstellt.
Teilnahmebedingungen sowie Verleihungs- und Vergabeordnung für Tourismuspreis und Ehrennadel sind unter www.tmv.de/de/tourismuspreis zu finden.

Schlussendlich (115)

*Diese Geschichte beginnt mit einem Coming-out. Es war ihr Autor, der in den frühen 90er-Jahren, als das Millennium noch ein gutes Stück entfernt war und mit ihm die zwar überzeugten, aber nicht immer überzeugenden Millennials, das schwarze Shirt mit der blauen Aufschrift „Tourists are terrorists" trug. Dies war in seiner Generalität und Direktheit ganz sicher ähnlich diskutabel wie das in Deutschland verbotene und von militanten Pazifisten dennoch immer mal wieder verwandte Wort von Tucholsky, worin Soldaten als vorsätzliche Schwerstverbrecher tituliert werden, was sie per se nicht sind. Dem Shirt-Träger der frühen 90er ging es weit vor Overtourism- und Nachhaltigkeitsdebatten sowie Millenials-Weltverbesserertum um die Kritik am ungezügelten und ungehobelten Konsum mit allen negativen Konsequenzen für die Umstehenden: Bevölkerung, Servicekräfte, Bäume. Mittlerweile sind wir ein Stück weitergekommen – vor allem zeitlich, weniger im Handeln. Und so bricht mitten rein in die sachlichen Diskussionen des Ausmaßes und der Akzeptanz von Tourismus immer wieder auch eine drastisch artikulierte Sicht. So wie am Rostocker Stadthafen, wo ein Einheimische und Gäste gleichermaßen versorgender Stromverteilerkasten mit der blauen und verlaufenen Aufschrift „F*** Touris" leben und arbeiten muss. Was aber entnehmen wir dieser Formulierung? 1. Es handelt sich um eine optisch und inhaltlich fragwürdige Artikulation. 2. Es wird damit ein Ausgleich der touristischen Anpreisungen auf dem Einheitsgrau der Säule versucht, denn oben drüber wird für zwei jugendliche Festivals geworben – momentan steht es 2:1 für Gastfreundschaft. 3. Es sollte in Abstimmung mit dem Schreiber dieser Wörter das Restrisiko einer Fehlinterpretation ausgeräumt werden – nicht, dass es ihm gar nicht um die Kritik am touristischen System, sondern um den Wunsch körperlicher Annäherung an Urlauber ging. 4. Das Werk hätte noch schlimmer und angsteinflößender ausfallen können – wenn der Produzent nach unten verlaufende rote Farbe verwendet hätte. 5. Die Menschen nehmen solche Warnungen wörtlich, schließlich zeigt das Bild die Einsamkeit der Säule an einem touristischen Ort – keine Spur von Touristen, Terroristen, T-Shirt-Trägern oder irgendwelchen Vorbeireisenden.*

Stromverteilerkasten in Rostock

Bücher *übers Land*

Mit dem Aufstieg der Seebäder im Wilhelminischen Kaiserreich kam sogleich auch der „Bäder-Antisemitismus" auf. Anhand einer Fülle historischer Quellen, Tagebucheinträgen, Reiseberichten und Briefauszügen jüdischer Badeprominenz sowie Schilderungen des sommerlichen Bäderalltags zeichnet Kristine von Soden ein facettenreiches Bild jener Zeit bis 1937, als nahezu alle Orte und Strände für jüdische Badegäste verboten waren. Ein fundierter und lebendiger Blick auf ein bislang erst wenig beleuchtetes Kapitel der Seebädergeschichte.

Ob die Möwen manchmal an mich denken?
Kristine von Soden
Erschienen: Juni 2018 im AvivA-Verlag, 20,00 Euro, 208 Seiten, gebunden, ISBN 978-3932338724

Umfahrung der A-20-Baustelle erleichtert

Elektronisches Hinweissystem installiert

An der Autobahn A 20 wurden Anzeigetafeln installiert, die die Verkehrsteilnehmer bei der Wahl ihrer Route zur Umfahrung der A-20-Großbaustelle bei Tribsees unterstützen sollen. Das elektronische System dahinter ermittelt permanent die aktuelle Passierdauer für die A-20-Umleitungen in Richtung Rügen, Usedom und Rostock. Die Hinweistafeln zeigen die errechneten Daten den A-20-Nutzern an. Aktuell befindet sich das System in der Feinjustierung und soll Anfang Oktober in den Regelbetrieb übergehen.

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/Grundner

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