

Was kann und muss touristisches Marketing leisten?

**Sylvia Bretschneider,
Präsidentin des Landtages,
Präsidentin des Tourismusverbandes
Mecklenburg-Vorpommern e. V.**

Gliederung

Touristisches Marketing

- ...muss wissen, was die Gäste wollen
- ...muss wissen, wie wettbewerbsfähig seine Produkte sind
und wie wettbewerbsfähig es ist
- ...muss seine Partner kennen
- ...muss wissen, wohin die Reise geht

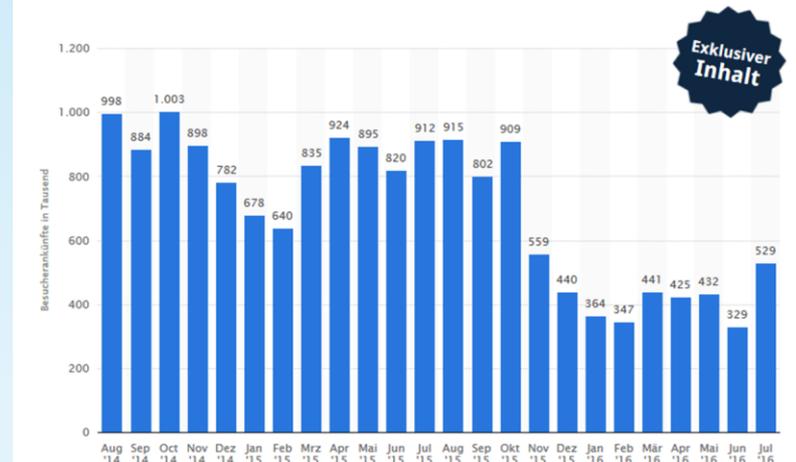
Tourismus braucht Sicherheit

Sicherheit auf Reisen ist eine Grundvoraussetzung.

Professor Dr. Ulrich Reinhardt
Stiftung für Zukunftsfragen

Anzahl der Ankünfte von Touristen in Ägypten von August 2014 bis Juli 2016 (in 1.000)

Die Statistik zeigt die Entwicklung der Gästekünfte im Reiseland Ägypten von August 2014 bis Juli 2016. Im Februar 2015 reisten knapp 640.000 Touristen aus aller Welt nach Ägypten ein.



statista.com

IPK International führte eine Sonderumfrage zum Thema „Terror“ mit 50.000 Interviews durch. Ergebnis der weltweiten Studie ist, dass die Terrorgefahr das Reiseverhalten von 40 Prozent aller internationalen Reisenden beeinflusst.

Der „Pegida-Effekt“



SPIEGEL ONLINE DER SPIEGEL SPIEGEL TV Q Anmelden

"Pegida-Effekt" kostet Dresden Touristen

Erstmals nach Jahren des Wachstums sind die Besucherzahlen für die sächsische Landeshauptstadt Dresden rückläufig. Eine Studie zeigt: Die fremdenfeindliche Pegida-Bewegung schreckt ab - vor allem Deutsche.



Fotos

[f](#) Teilen [t](#) Twittern [E-Mail](#) [+](#)

Dienstag, 23.02.2016 14:52 Uhr Drucken Nutzungsrechte Feedback

3 % weniger
Übernachtungen
in Dresden.

Ähnliche Effekte gab
es in MV nach
„Leisten“
und dem Einzug
der NPD in den
Landtag.

Nation Brand

Rang	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008
1	USA	DEU	USA	USA	USA	USA	USA	DEU
2	DEU	USA	DEU	DEU	DEU	DEU	FRA	FRA
3	GBR	GBR	GBR	GBR	GBR	FRA	DEU	GBR
4	FRA	FRA	FRA	FRA	FRA	GBR	GBR	CAN
5	CAN	CAN	CAN	CAN	JPN	JPN	JPN	JPN
6	JPN	JPN	JPN	JPN	CAN	CAN	ITA	ITA
7	ITA	ITA	ITA	ITA	ITA	ITA	CAN	USA
8	SUI	SUI	SUI	SUI	AUS	SUI	SUI	SUI
9	AUS	AUS	AUS	AUS	SUI	AUS	AUS	AUS
10	SWE							

Kriterien:

- Kultur (auch Sport)
- Politik/Regierung
- Wirtschaft (Produkte/Exportartikel)
- Bevölkerung
- Immigrations- und Investitionspotenzial
- touristische Attraktivität.



Germany Travel Mart™ 2020

Bewerbung von
Mecklenburg-Vorpommern







DA

DA

weitblick

Northrhine-Westphalia

Saxony

MECKLENBURG-VORPOMMERN
mit, willy & aufregend

mit hat uns.

SAARLAND

SAARLAND

SAARLAND

SAARLAND

SAARLAND

SAARLAND

Termine & Planung

Germany Travel Mart™ 2020 in Mecklenburg-Vorpommern

- ✓ Geplante Ausrichtung:
26.-28.04 2020 oder **10.-12.05.2020**
- ✓ Dezember 2016: Weitere Detailabstimmung mit der DZT / Bestätigung, Antragstellung
- ✓ Mitte 2017: Einberufung der GTM 2020 Projektgruppe und Ausschreibung der Abendveranstaltungen/Rahmenprogramme
- ✓ Januar 2019: offizieller GTM Projektstart





GTM 2020 in Mecklenburg-Vorpommern

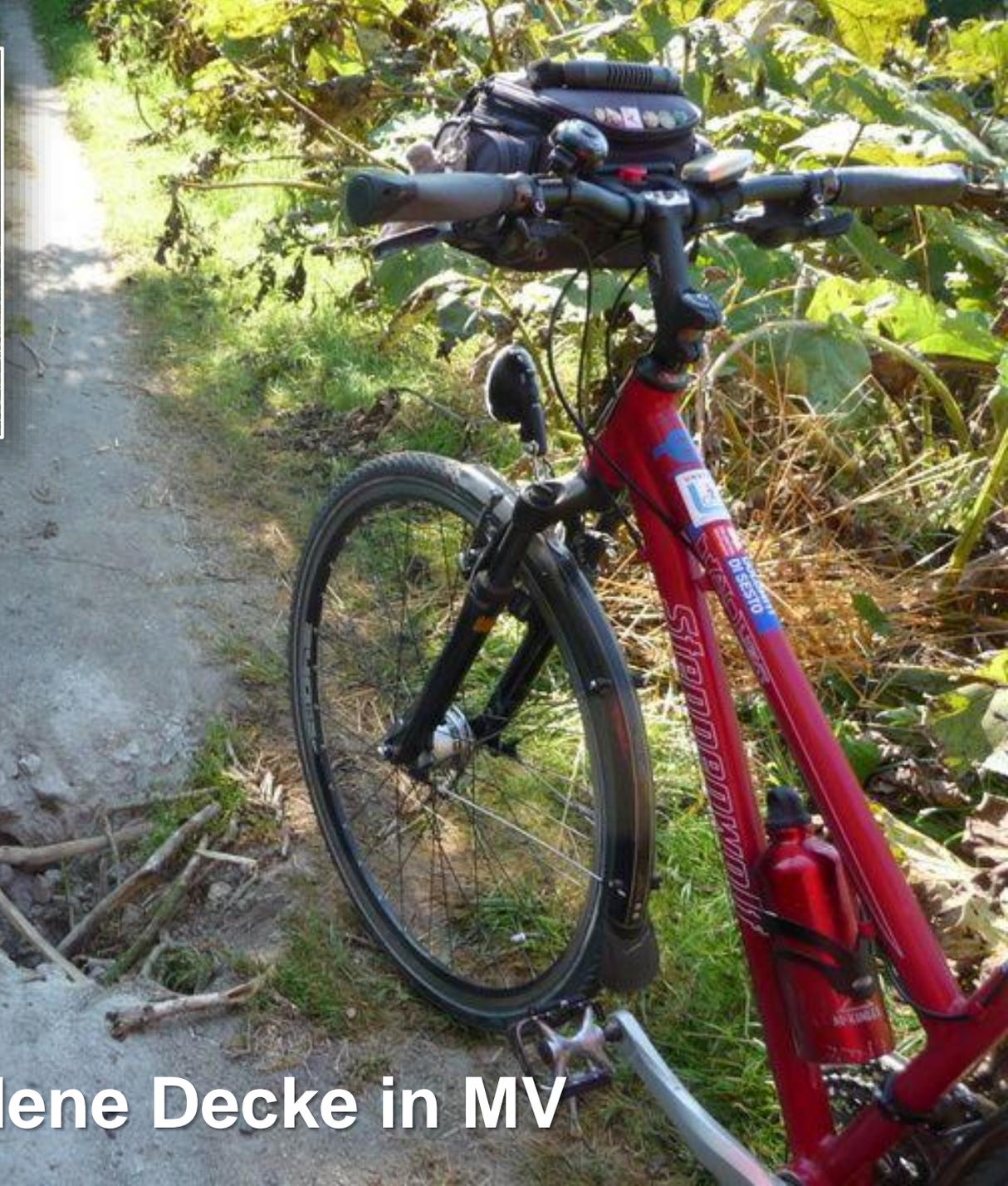
Erster selbstleuchtender Radweg in Polen



Brigitte Jaeger-Dabek - 26.10.2016



Nach GB und Holland zieht Polen nach.

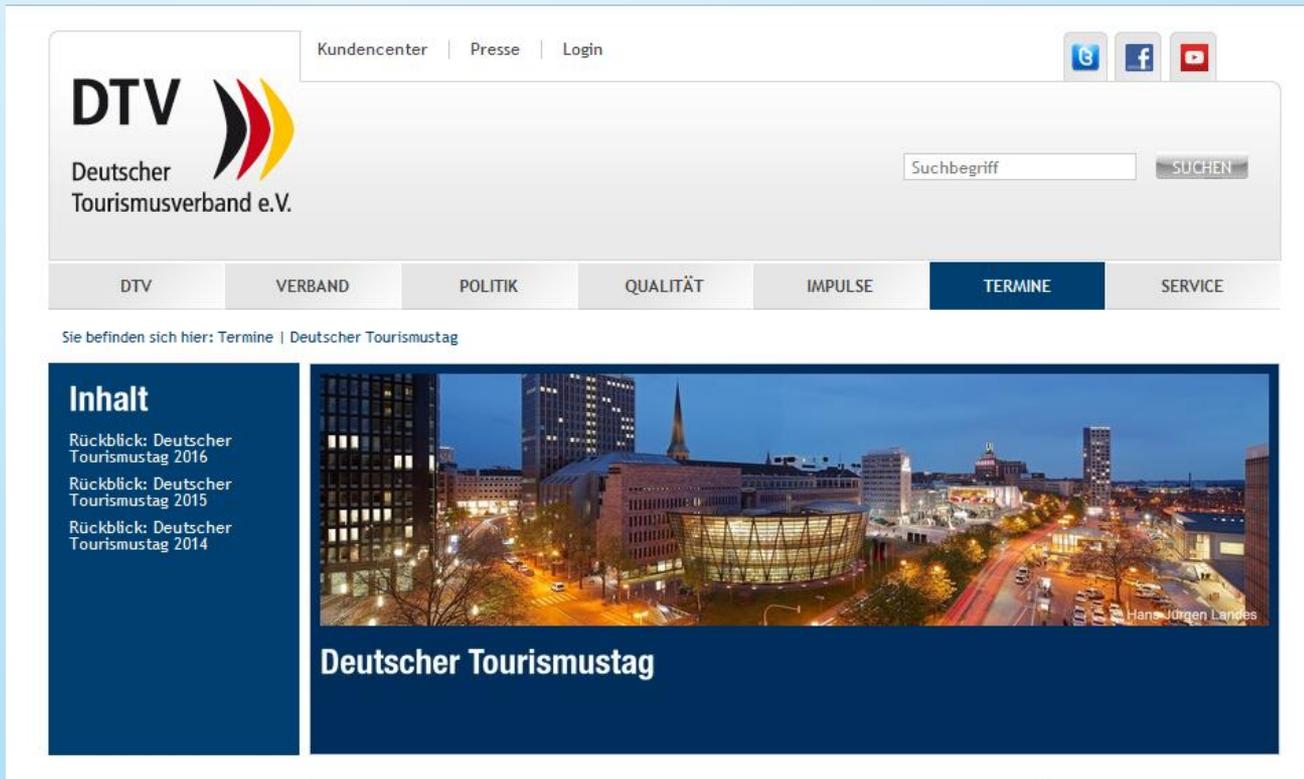


Wassergebundene Decke in MV

Arbeitsfähigkeit

Die Arbeitsfähigkeit der Tourismusorganisationen sichern. Die Aufgaben werden immer komplexer, die Möglichkeiten zunehmend geringer.

Deutscher Tourismstag 2019 in Rostock



2016 in Dortmund

440 Teilnehmer diskutierten Digitalisierung und Markenführung.

Der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V. unterstützt die Bewerbung Der Hansestadt Rostock!

Wie viele Marken braucht das Land?

Dachmarke „Vorpommern“, wo bleiben Rügen oder Usedom?



Vernetztes Marketing mit Freiraum für Regionen

MEDIA DATEN

Mecklenburg-Vorpommern
Kernkampagne 2017
vernetzt, effizient,
reichweitenstark,
zielgruppengenau

Mecklenburg Vorpommern 
MV tut gut.

auf-nach-mv.de

Multi-Channel Marketing

Kernkampagne 2017 | Mediadaten

Informationen und Buchungformulare: tmv.de/kernkampagne

4 Themenschwerpunkte	7 Einstiegsstufen						
	Diamant	Platin	Gold	Silber	Bronze	Bernstein	Kiesel
 FREIES THEMA FAMILIE STÄDTE & KULTUR AKTIV							
Kernmagazin »Urlaubsmagazin 2017«	■	■	■	■	■	■	■
Beileger Zeitung »Urlaubsmagazin 2017«	■	■	■	■	■	■	■
Beileger Zeitschrift »Urlaubsmagazin 2017«	■	■	■	■	■	■	■
Thematische Beilagen »Familien«, »Städte & Kultur«, »Aktive	■	■	■	■	■	■	■
Marco Polo Travelmagazin	■	■	■	■	■	■	■
Webvideo mit Rechten (Zusatzoption Gold)	■	■	■	■	■	■	■
Webvideo ohne Rechte			■	■	■	■	■
360-Grad-Video	■						
360-Grad-Panoramafoto mit Rechten (Zusatzoption Gold)	■	■	■	■	■	■	■
360-Grad-Panoramafoto ohne Rechte			■	■	■	■	■
Radsportmagazin »aktiv Radfahren« - Reportage		■		■			
Gruppenpressereise	■						
Medienkooperation WAZ Print und Online	■	■	■	■	■	■	■
Medienkooperation WAZ Promotion	■	■	■	■	■	■	■
Medienkooperation WAZ Anzeige	■	■	■	■	■	■	■
Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« Reportage	■	■	■	■	■	■	■
Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« Anzeige	■	■	■	■	■	■	■
auf-nach-mv.de Startseiten-Keyvisual	■	■	■	■	■	■	■
auf-nach-mv.de Startseiten-Teaser	■	■	■	■	■	■	■
auf-nach-mv.de Content-Integration	■	■	■	■	■	■	■
auf-nach-mv.de Angebot	■	■	■	■	■	■	■
facebook.com/aufnachmv	■	■	■	■	■	■	■
Endkundennewsletter	■	■	■	■	■	■	■
PR Versand der Reportage	■	■	■	■	■	■	■
PR Versand des Artikels			■	■	■	■	■
PR Partnerdarstellung und Themenpressedienst	■	■	■	■	■	■	■
PR Versand von Short News	■	■	■	■	■	■	■
Medienkooperation Rheinische Post (Zusatzoption)	■	■	■	■	■	■	■

Online und
Printmedien
effizient vernetzt.

Tagung „Tradition und Brauchtum“



Kooperationen vertiefen und die Menschen im Land für den Tourismus gewinnen!

Menschen über Brauchtum ansprechen und Akzeptanz bei Gästen und Einheimischen aufbauen.

Zusammenarbeit neu lernen

In einer immer komplexer werdenden Welt
müssen wir
neu
lernen
zusammenzuarbeiten.

Treiber Digitalisierung



Wir können schon heute jedes Sandkorn mit einer IP-Nummer versehen.

Kennen Sie Blockchain?
Die Datenbank als Kryptowährung?

Serviceautomatisierung



Wer findet das gut?

Henn-na Hotel:

Das erste voll automatisierte Hotel!

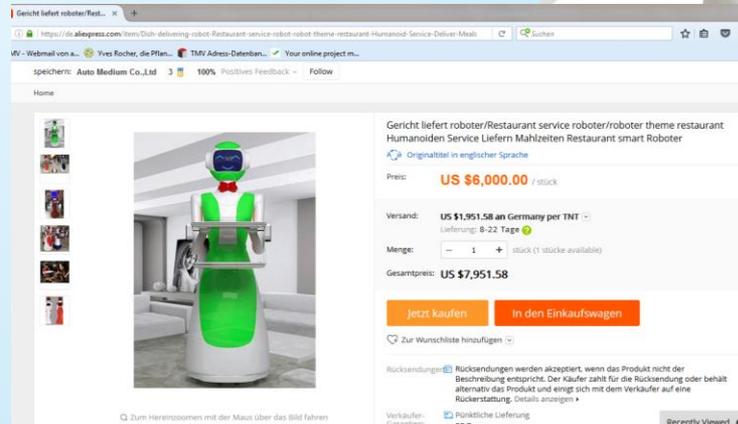
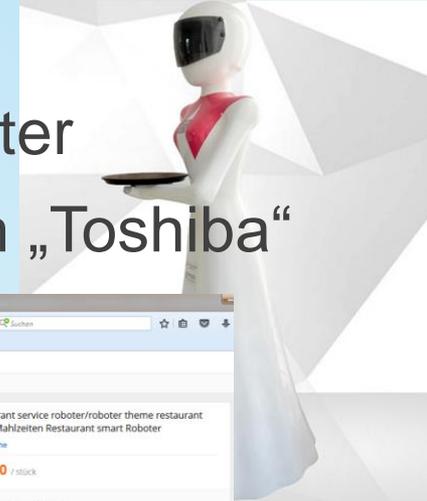
Autonome Serviceroboter: „the next big thing“



Marriott: Mario begrüßt Gäste



Humanoide Roboter
ChihiraKanae von „Toshiba“



Serviceroboter: Auto Medium Co.,Ltd., 6.000 Dollar

Tourismus als Treiber der Regionalentwicklung

Ein zukunftsorientiertes touristisches Marketing mit Echtzeitinformationen, individualisierter Ansprache und Service kann im Land keiner allein finanzieren und umsetzen. Tourismus muss der Treiber für die Regionalentwicklung in unserem Land sein.

Jürgen Seidel- Ehrenvorsitzender



Als rockender Minister hat er für ausgesprochen hohe Sympathiewerte für unser Land gesorgt und tolle Events gestaltet.

Martin Honerla – Ehrenmitglied



Seit 24 Jahren ununterbrochen Mitglied im Vorstand des Verbandes, Schatzmeister, amtierender Vorsitzender des Verbandes.

Danke
für Ihre
Aufmerksamkeit!