

Tourismus

in Mecklenburg-Vorpommern

Tourismusverband
Mecklenburg-Vorpommern



Auftrag zur Schärfung des touristischen Profils von MV vergeben

Agentur Fischer Appelt aus Berlin setzt Marken- und Kommunikationsstrategie um

MV möchte in Zukunft mit einem noch frischeren, moderneren und einheitlicheren Gesicht erscheinen. Der TMV des Landes hatte im Herbst 2010 eine Marken- und Kommunikationsstrategie ausgeschrieben. 60 Agenturen aus Deutschland und Österreich bewarben sich um den Auftrag, der jetzt per Jury-Entscheidung vergeben wurde. Den Zuschlag zur Umsetzung erhielt aufgrund des überzeugendsten



Bernd Fischer, GF TMV

Angebotes die Agentur Fischer Appelt Furore, ein auf Kommunikationsstrategien und klassische Werbung spezialisiertes Unternehmen mit Sitz in Berlin. „Wir wollen nicht alles neu machen, aber das Gute noch besser“, sagte Verbandsführer Bernd Fischer. Die Tourismusmarke Mecklenburg-Vorpommern solle verfeinert und sowohl nach außen als auch nach innen gestärkt werden. Die neue Strategie soll regionale Stärken berücksichtigen, aber möglichst auch auf allen touristischen Ebenen Mecklenburg-Vorpommerns mitgetragen werden. Auf dem Weg zum Konzept werde daher im Rahmen von Workshops mit Tourismusakteuren aus allen Regionen und Fachrichtungen versucht, eine möglichst große Akzep-

tanz für den eingeschlagenen Weg zu erreichen, erläuterte Fischer.

Basis für die Strategie ist die neue Landestourismuskonzeption, die als Leitziel den weiteren Aufbau der Tourismusmarke und als erste von elf Leitlinien die Erarbeitung eines Kommunikationskonzeptes benennt. Neben Aussagen zur so genannten Markenarchitektur, zu grafischen Elementen, Bildern, Kernthemen und -aussagen wird

Vorschläge für einzelne Werbemaßnahmen enthalten. Zunächst soll es für die Kommunikation auf dem Inlandsmarkt ausgerichtet werden, zugleich aber auch auf das Auslandsmarketing übertragbar sein. „Wir wollen mit unserer Ansprache stärker in den Lebenswelten potenzieller Urlaubsgäste ansetzen“, erklärte Fischer. Dafür würden touristische Themen sinnvoll miteinander vermischt und auf die Bedürfnisse bestimmter Zielgruppen zugeschnitten. Er rechne, so Fischer, im Zuge des Prozesses zudem mit einer stärkeren Konzentration auf Kernthemen und -regionen des Tourismus in MV. Zur Umsetzung der Marken- und Kommunikationsstrategie für das Urlaubsland stehen insgesamt 120.000 Euro zur Verfügung.

TMV aktuell / Ticker

Austeller zufrieden mit ITB
MV bleibt zweitbeliebteste Urlaubsregion

► Seite 2

Hier spricht der Experte

Vincent van der Valk, Geschäftsführer der Van der Valk Deutschland GmbH, über das Paradies vor der Haustür

► Seite 3

TMV aktuell

ITB 2011: Auszeichnungen für MV
Die andere Meinung: Thomas Möller, Vorsitzender des ADFC Landesverbandes MV

► Seite 4

TMV aktuell

Studie über Reiseverhalten wird vorgestellt

► Seite 5

Tourismusknachrichten

Mit Wanderscout unterwegs in MV
ITB 2011: Gute Gespräche und Anbahnung von Kooperationen
Pressestelle gut platziert
20.000 Waldaktien

► Seite 6

Vermischtes

Bücher *übers Land*
Workshop: Klimaanpassung in Küstenregionen
Schlussendlich (35)

► Seite 7

Zahl des Monats

401.823

Zugriffe hatte das Internetportal www.mcpom.com der Arbeitsgemeinschaft „Junges Land für Junge Leute“ 2010. Zwischen 2008 und 2010 gab es somit eine Steigerung bei den Erstzugriffen um 73 Prozent.

Mecklenburg
Vorpommern



MV tut gut.

Aussteller zufrieden mit ITB

Unternehmen rechnen mit erfolgreicher Saison

Viele der 43 Aussteller aus MV haben eine positive Bilanz der 45. Internationalen Tourismusbörse in Berlin gezogen. Mit 500 Quadrat-



Messestand ITB 2011 Foto: TMV

metern Ausstellungsfläche lockte der Nordosten mehrere zehntausend Fachbesucher und potenzielle Urlaubsgäste sowie Medienvertreter auf die weltweit größte Tourismusmesse. „Die Branche hat auf der ITB noch einmal Schwung für die kommende Saison geholt und zugleich an der strategischen Ausrichtung für die folgenden Jahre gearbeitet“, sagte Sylvia Bretschneider. Trotz der Verlagerung von Kommunikation in das Internet wären persönliche Kontakte und Gespräche nicht zu ersetzen, umriss die Präsidentin des Landtages und des Tourismus-

verbandes MV die Bedeutung der Fachmesse. Analog zu den Erwartungen für den Deutschland-Tourismus rechnet der Tourismusverband in diesem Jahr auch für den Nordosten mit einem Wachstum und peilt ein Ergebnis von 28 Millionen Gästeübernachtungen an. Auch viele der auf der ITB vertretenen Unternehmer aus MV hoffen für 2011 auf ein gutes Ergebnis. Die Zahl der Buchungen bei dem Internet-Reiseanbieter Wild East liegen um 35 Prozent höher als zum gleichen Zeitpunkt des Vorjahres.

Einen besseren Vorbuchungsstand als 2010 verzeichnen auch die Seetel-Hotels auf der Insel Usedom.

Das Hotel Neptun in Rostock-Warnemünde rechnet aufgrund der guten Buchungslage mit einer erfolgreichen Saison und möchte durch neue Investitionen und konstant hohe Qualität ein jüngeres Publikum an die Ostsee locken. Das Van der Valk Resort Linstow, das in diesem Jahr sein zehntes Jubiläum feiert und erstmals auf der ITB vertreten war, zeigt sich mit dem Messeverlauf zufrieden und erwartet ein besseres Ergebnis als 2010.

Nordosten bleibt zweitbeliebteste Urlaubsregion Deutschlands

Gute Nachrichten für MV auf der ITB in Berlin: Das Urlaubsland hat seine Position als zweitbeliebtestes Inlandsreiseziel gegenüber den norddeutschen Mitbewerbern behauptet. Infolge der auf der Messe vorgestellten Reiseanalyse 2011 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen führten im Jahr 2010 5,6 Prozent aller längeren Urlaubsreisen der Deutschen (ab fünf Tagen Dauer) in die Regionen zwischen Ostsee und Seenplatte. Niedersachsen und Schleswig-Holstein belegten laut der Analyse mit jeweils 3,9 Prozent hinter Bayern (6,3 Prozent) und MV die Plätze drei und

vier. „Es freut uns, dass wir unsere Spitzenposition festigen konnten. In diesem Jahr wollen wir sie weiter ausbauen“, sagte Sylvia Bretschneider, Präsidentin des Landtages und des Tourismusverbandes MV.

Laut einer jetzt veröffentlichten repräsentativen Umfrage der BAT-Stiftung für Zukunftsfragen ist Deutschland in diesem Jahr das Traumziel der Deutschen. Jeder vierte Befragte (24,9 Prozent) gab an, seinen Urlaub in den nächsten zehn Jahren in Deutschland verbringen zu wollen. Davon wird laut Umfrage besonders der Norden Deutschlands profitieren.

+++ Tourismus Ticker +++

+++ Die Gesellschafter des **Grand Hotel Heiligendamm** haben grünes Licht gegeben für das vor einem Monat vorgeschlagene **Restrukturierungskonzept**. Mit 74 Prozent stimmten die Anteilseigner auf der Gesellschafterversammlung Anfang März für das Maßnahmenpaket. 2010 hat das Grand Hotel nach eigenen Angaben das beste Ergebnis in der neueren Hotelgeschichte seit 2003 erzielen können. **+++** Die **Insel Rügen plant** zur Sicherung von Fachkräften in der Tourismusbranche einen **branchenübergreifenden Arbeitgeberzusammenschluss**.

Vorgesehen ist, dass die Arbeitnehmer im Winter im Call-Center, im Sommer in Tourismusbetrieben arbeiten und so an die Region gebunden werden. **+++** Am 26. März 2011 zeigen herausragende Modemacher aus der Schweiz auf dem „**Catwalk Binz**“ ihre Kollektionen, unter ihnen Laurence Imstef und Redley Exantus. Präsentiert werden diese im Kurhaus-Saal des **Travel Charme Kurhauses Binz** unter anderem von Germany's Next Topmodel 2010, Alisar Ailabouni. (www.ostseebad-binz.de, www.catwalk-binz.de) **+++**

Baboom an Landesschlössern: Im Rahmen des Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raumes werden von 2007 bis 2013 68 Millionen Euro dafür bereitgestellt. Aktuelle Bauvorhaben des Landes sind die Schlösser Bothmer, Ludwigslust und Mirow. **+++** **Heiratswillige** können sich auf der Dachterrasse des **Ozeaneums in Stralsund**, die sonst den Pinguinen vorbehalten ist, das Ja-Wort geben und dabei einen faszinierenden Blick auf die Silhouette der Unesco-Welterbestadt genießen. Wer lieber Fische als Trauzeugen wünscht, der schließt den Bund fürs Leben vor dem fünf mal zehn Meter großen Atlantikbecken mit mehreren Hundert Fischen. **+++** Als **bestbewertetes Hotel** hat das **Internetportal „hotel.de“** das **Steigenberger Hotel Sonne in Rostock** ausgezeichnet. Die Gäste gaben der 4-Sterne-Herberge überdurchschnittlich gute Noten. **+++**

Das Paradies vor der Haustür

Vincent van der Valk, Geschäftsführer der Van der Valk Deutschland GmbH, über sein Engagement in Mecklenburg-Vorpommern

TMV: Van der Valk ist in MV mit vier Hotels und Resorts, einem Golfplatz und dem alpincenter in Wittenburg vertreten. Warum engagiert sich die größte holländische Hotelgruppe gerade hier?

Vincent van der Valk: Dafür gibt es eine ganz einfache Erklärung. MV ist wunderschön. Immer wenn ich hier bin, finde ich es sehr schade, wieder wegfahren zu müssen. Fritz Reuter hatte schon Recht, als er beispielsweise um Linstow herum das Paradies vermutete. Diese Gegend war das Feriendomizil unserer Königinnen Wilhelmina und Juliana, des Shell-Gründers Deterding oder Honeckers. Da muss es doch etwas Besonderes sein. Ich habe wirklich einige Zeit ernsthaft darüber nachgedacht, mit meiner Familie hierher zu ziehen. Aber es ist eben auch ziemlich weit weg von meinen geschäftlichen Knotenpunkten.

TMV: Ihr Resort in Linstow besteht im Mai 2011 zehn Jahre. Haben sich in Bezug auf dessen Entwicklung alle Hoffnungen erfüllt?

Van der Valk: Man sollte ja mit dem Erreichten nie ganz zufrieden sein. Aber was wir in Linstow gemeinsam geschafft haben, kann sich wirklich sehen lassen. Daran hat anfangs nicht jeder unbedingt geglaubt. Die Zahlen und Auszeichnungen sprechen nun für sich. Möglich war dies aber nicht nur durch das Engagement des Unternehmers Van der Valk sondern vor allem durch den jahrelangen leidenschaftlichen Einsatz unserer Mitarbeiter. Und natürlich der Treue unserer Gäste. Auch meine Familie und insbesondere meine Frau Daniela haben mir stets zur Seite gestanden. Und dem Land Mecklenburg-Vorpommern gilt in diesem Zusammenhang auch einmal der Dank. Linstow ist ein exemplarisches Beispiel dafür, dass Fördergelder durchaus gut angelegt worden sind. Ich denke ohnehin, dass die meisten dieser Mittel gut und sinnvoll vergeben werden. Sonst wäre das Land touristisch auch nicht da, wo es jetzt steht.

TMV: Gelegentlich wurde die Attraktivität des Standortes nahe der

Autobahn in Zweifel gezogen. Können Sie das verstehen?

Van der Valk: Das hat natürlich anfangs schon ein wenig Kopfschütteln hervorgerufen. Aber wir wollten einen zentralen Treffpunkt und gesehen werden. Der Erfolg hat uns letztlich Recht gegeben. Und im Übrigen ist es genau dieses Konzept, dass von jeher unseren Erfolg ausgemacht hat. Es entspricht der Philosophie, mit der meine Großeltern in den dreißiger Jahren mit einem kleinen Ausflugslokal an einer Durchgangsstraße in den Niederlanden begonnen haben. Mittlerweile kümmern sich über 100 Enkel und Urenkel in vierter Generation um 100 Hotels und Restaurants in sechs Ländern der Welt. Darauf ist meine Familie sehr stolz.

TMV: Sorgenkind von Van der Valk ist derzeit das alpincenter in Wittenburg. Was ist der aktuelle Stand und wie lautet die Vision?

Van der Valk: Wir empfinden das gar nicht als Sorgenkind. Es ist eine wunderschöne, einzigartige Anlage, für die sich die Anstrengungen lohnen. MV kann stolz darauf sein. Ich kann nur jeden einladen, sich dies in Wittenburg einmal anzuschauen. Wir haben hier nach der Übernahme 2008 eine Menge Herzblut und auch viel Geld investiert und es zu steigenden Besucherzahlen gebracht. Die Schließung Mitte vergangenen Jahres war da sicherlich schon ein Rückschlag. An Rückzug haben wir aber zu keiner Zeit gedacht. Durch den Kauf haben wir nun endlich eine gesicherte Rechtsposition und beschäftigen uns gerade intensiv mit der Sanierung. Bis auf die Skihalle ist der überwiegende Teil des Parks ja auch schon wieder geöffnet. Der Rest folgt bis Mai. Dann wartet jedoch die eigentlich schwere Aufgabe auf uns. Nämlich das alpincenter wieder auf den positiven Weg zu bringen, auf dem wir vor uns der Schließung befunden haben. Aber



Vincent van der Valk
Foto: Privat

wir freuen uns auch auf diese neue Herausforderung. Wenn das geschafft ist, geht unsere weitere Vision in Richtung Freizeit- und Urlaubspark und der damit verbundenen Erweiterung der Freizeiteinrichtungen.

TMV: Mit dem Resort in Drewitz, das einst zu Erich Honeckers 70. Geburtstag errichtet wurde, haben Sie ein weiteres „heißes Eisen“ angefasst.

Steckt dahinter eine bestimmte Philosophie?

Van der Valk: Nein. Ich war mit meinem Vater bereits beim Bau des Linstower Resorts Ende der 90-er Jahre an dieser herrlichen Anlage interessiert. Dem damaligen Betreiber habe ich dann später auch immer wieder finanziell geholfen. Als es dann nicht mehr ging, haben wir selbst die Bewirtschaftung übernommen. Eines steht fest: Diese Ferienanlage am Drewitzer See ist eine der schönsten und idyllischsten im Land. Eine wirkliche Perle mitten in der Natur. Jeder, der einmal dort war, bestätigt dies und schwärmt davon. Das gilt es künftig nur noch mehr nach außen zu tragen. Auch hier glauben wir an den Erfolg.

TMV: Außerhalb der eigenen Unternehmensstandorte – was gefällt Ihnen in und an MV besonders gut?

Van der Valk: Meine heimliche zweite Heimat Linstow und alles drum herum. Denn hier bin ich – um es noch einmal mit Fritz Reuter zu sagen – mitten im Paradies. Was will man mehr.

*Vincent van der Valk ist Geschäftsführer der Van der Valk Deutschland GmbH mit derzeit 16 Präsenzen in Deutschland und Vorstand von Van der Valk International. Zu Van der Valk in MV gehören das Resort Linstow, das Alpincenter Wittenburg, das Golfhotel Serrahn, das Resort am Drewitzer See, das Landhotel Spornitz sowie weitere Touristikbetriebe. Sein Vater Gerrit († 2009) legte in den 50-er Jahren den Grundstein für den Ausbau zum Hotelkonzern.
www.vandervalk.de*

ITB 2011: Auszeichnungen für MV

Gleich fünf Titel und Preise gingen in den Nordosten

Nordosten beliebteste

Radreiseregion

Neben den Spitzenpositionen im Familientourismus und beim Camping wurde die Radreiseanalyse des Allgemeinen Deutschen Fahrradclubs (ADFC), bei der MV als Deutschlands Radreiseland Nummer eins ausgezeichnet wurde, besonders beachtet. Damit kehrte das Urlaubsland nach vier Jahren zurück an die Spitzenposition.

Die Region Franken belegte Platz zwei, Bayern Platz drei. Zudem gehört laut dieser Studie der Ostseeküsten-Radweg zu den beliebtesten Radwegen der Deutschen und steht hinter dem Elberadweg, dem Main- und Weserradweg sowie dem Rheinradweg auf Platz vier.

Für viele Gäste gehört das Radfahren selbstverständlich zum Urlaub in Mecklenburg-Vorpommern dazu.

Fast jeder zweite Gast nutzt während des Urlaubs das Fahrrad, rund 15 Prozent kommen als reine Fahrradurlauber ins Land.

Ostseebad Zingst:

Beliebtester Ferienort

Deutschlands

Zum zweiten Mal in Folge wurde das Ostseebad Zingst vom Ferienhausanbieter atraveo zum beliebtesten Ferienort Deutschlands gewählt. Abgestimmt hatten tausende Kunden des Urlaubsanbieters. Zingst wurde dabei als besonders familienfreundlich eingeschätzt. Der Auszeichnung liegen alle bei atraveo in der Saison 2010 abgegebenen Ortsbewertungen zugrunde. Atraveo ist einer der großen Ferienhausanbieter im Internet mit mehr als 160.000 Ferienhäusern und -wohnungen in Europa und aller Welt im Angebot.

Marketing-Award ging nach

Rostock

Beim Tourismuswettbewerb des Ostdeutschen Sparkassenverbandes (OSV) gewann das Hanse Hostel Rostock den Marketing-Award „Leuchttürme der Tourismuswirtschaft“ dank seines vor-

bildlichen Angebots für internationale Märkte. Rund 30 Prozent und damit überdurchschnittlich viele der Gäste des Hauses mit 100 Betten stammen aus dem Ausland. Der OSV lobte neben dem ausgezeichneten Preis-Leistungs-Verhältnis insbesondere das soziale Miteinander und die internationalen Vernetzungen des Hauses. Dazu Sylvia Bretschneider: "Konsequent auf ausländische Gäste zu setzen, erfordert Mut, Weitsicht und Ideenreichtum. All das hat das Team um Hostel-Leiterin Iris Karper aufgebracht und wird mit einer hohen Akzeptanz bei Gästen aus inzwischen mehr als 90 Nationen dafür belohnt."



Foto: OSV

Parkhotel Klüschenberg für Ausbildungsprojekt geehrt

Grund zur Freude gibt es schließlich auch in der Mecklenburgischen Seenplatte: Das Parkhotel Klüschenberg wurde von der Willy Scharnow-Stiftung für das "Azubi-Wintertheater" als bestes Haus in der Kategorie "Einzelhotel" mit dem Willy Scharnow-Preis ausgezeichnet. Damit ehrte die Stiftung den innovativen und nachhaltigen Ansatz in der touristischen Aus- und Weiterbildung des Hauses. Während der Lehrjahre organisieren die Auszubildenden in den unterschiedlichen Berufsfeldern ein Theater-Event und stellen dabei ihr Organisationstalent und ihre Teamfähigkeit unter Beweis. Ob angehender Koch, Restaurantfachfrau oder Hotelfachmann – alle zeigen bei dem Wintertheater

lesen Sie bitte auf Seite 5 weiter

Die andere Meinung

Radtouristisches Angebot kann deutlich verbessert werden

Wir finden es erfreulich, dass MV 2010 nach mehrjähriger Pause wieder die beliebteste Radreiseregion in Deutschland war – nach der ADFC-Radreiseanaly-



Thomas Möller
Foto: Privat

se. Das sollte aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass insbesondere die Qualität der Radfernwege nicht zufriedenstellend ist. Um dauerhaft bei den Gästen zu punkten, sollte das Land zusammen mit den Tourismusverbänden und Kommunen die Radfernwege als ADFC-Qualitätsradrouten zertifizieren und die wichtigsten auf ein Niveau von mindestens vier Sternen bringen. Dazu gehören durchgängig ausgeschilderte Wege mit gut befahrbaren Oberflächen und eine ausreichende Zahl von radfahrerfreundlichen Beherbergungsbetrieben für unterschiedliche Ansprüche, vom Hotel bis zum Campingplatz. Viele Radfernwege weisen hier noch Lücken im Angebotsnetz auf, Radler müssen zu lange Strecken bis zur nächsten passenden Unterkunft zurücklegen. Im Sommer wird der ADFC eine Karte für Radtouristen und Ausflügler herausgeben, die alle Radfernwege mit ihren Qualitätsstufen und alle bis dahin angemeldeten Bett+Bike-Betriebe enthält. Rund 240 Betriebe tragen heute schon das Bett+Bike-Label am Hauseingang. Auf die besonderen Bedürfnisse radelnder Gäste sind sie gut vorbereitet: Radfahrer werden auch für eine Nacht beherbergt, das Fahrrad kann sicher untergestellt werden und für nasse Kleidung sowie Ausrüstung gibt es eine Trocknungsmöglichkeit. Die Mitarbeiter des ADFC-Landesverbandes kommen gerne in Ihre Region und erläutern die vielen Vorteile der Qualitätsmarke Bett+Bike, zum Beispiel auf einem Vermieterabend, Tourismusstammtisch oder Seminar. Machen Sie einfach einen Termin mit uns aus.

Thomas Möller, Vorsitzender des ADFC Landesverbandes MV, www.adfc-mv.de

lesen Sie bitte von Seite 4 weiter

ihre Fertigkeiten im Umgang mit dem Gast und auf der Bühne.
www.klueschenberg.de



**Theam des Parkhotels
Klüschenberg
Foto: Parkhotel Klüschenberg**

**„Neckermann Primo“ für
Seehotel Binz-Therme Rügen**

Rund eine halbe Million Gäste von Neckermann Reisen haben ihre 100 beliebtesten Hotels gewählt: Die Auszeichnung „Neckermann Primo“ konnte das Seehotel Binz-Therme Rügen im Rahmen der ITB 2011 in Berlin entgegennehmen und gehört damit bereits zum 7. Mal zu den Preisträgern. „Ich freue mich, dass die Gäste die Qualität unserer Angebote und Leistungen gemäß unseres Slogans ‘Mein Urlaub, mein Hotel’ zu schätzen wissen und auf eine derart schöne Weise honorieren“, so Geschäftsführer Wolfgang Möser. Direkt an der autofreien Strandpromenade gelegen, bietet das Seehotel Binz-Therme Rügen seinen Gästen ein Badevergnügen fast wie im Toten Meer. Aus Tiefen von 300 bis 1.222 Metern gefördert, werden drei Pools mit 32°C bis 34°C warmem Sole-Heilwasser gefüllt. Die ursprüngliche Reinheit und ausgewogene Mineralisation dieses seit 220 Millionen Jahren in der Erde schlummernden Wassers machen es an der Ostseeküste einzigartig. www.binz-therme.de



Foto: Seehotel Binz Therme

**Erfolgreich für den Kinder
und Jugendtourismus in
Mecklenburg-Vorpommern**

An seinem Jugendreisestand auf der ITB 2011 hat sich Mecklenburg-Vorpommern mit fünf Jugendübernachtungsstätten, dem Landesverband der Schullandheime und dem DJH-Landesverband sowie weiteren sechs Leistungs- und Erlebnispartnern präsentiert. Das attraktive und vielfältige Angebot am Stand „Jugendreisen Mecklenburg-Vorpommern“ war Basis für viele interessante Gespräche und Kontakte mit Pressevertretern, Lehrern und Schülern sowie vielen Besuchern.

Zum elften Mal wurde auf der ITB 2011 in Berlin der Best Exhibitor Award (BEA) an die besten Aussteller vergeben.

In der Kategorie Non-Profit Institu-



Best Exhibitor Award Repro: TMV

tions belegte die Arbeitsgemeinschaft „Junges Land für Junge Leute“ den 4. Platz. Bewertet wurden Qualitätsmerkmale wie Standgestaltung, Servicekompetenz, Informationstransfer und Kreativität. Der BEA wird im Auftrag und in Kooperation mit der Messe Berlin vergeben. Während der Fachbesuchertage bewerten rund 30 Studenten der Cologne Business School (CBS) jeden der rund 12.000 Aussteller auf der ITB. Die Auszeichnungen wurden im Rahmen einer feierlichen Award Show verliehen.

Informationen: www.osv-online.de, www.mcpom.com

**Studie über die
Themenkompetenz
deutscher Reiseziele**

Anmeldungen für Workshops
bis 5. April 2011 möglich



Der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern lädt gemeinsam mit dem Institut für Management und Tourismus (IMT) der Fachhochschule Westküste in Heide zu zwei Marktforschungs-Workshops ein.

Vorgelegt werden die Ergebnisse der Studie „Destination Brand 2010 – Themenkompetenz deutscher Reiseziele“ sowie ergänzende Daten aus weiteren Studien.

Im Rahmen der Studie wurden deutsche Reiseziele auf ihre Eignung in Bezug auf verschiedene Urlaubsthemen, wie Wandern, Radfahren, Kultur, Wellness etc. aus Sicht der deutscher Urlauber untersucht.

Für Mecklenburg-Vorpommern wurden dabei folgende Destinationen einbezogen: Mecklenburg-Vorpommern insgesamt, Ostsee Mecklenburg-Vorpommern, Insel Rügen, Insel Usedom, Mecklenburgische Seenplatte, Rostock, Kühlungsborn und Binz.

Die Ergebnisse werden von Prof. Eisenstein vom IMT sowie von Bernd Fischer und Antje Hansch vom Tourismusverband MV in zwei Workshops vorgestellt:

Workshop 1: Schwerpunkt Küstendestinationen: am 13. April 2011 von 13:00 bis 17:00 Uhr im Baltic Hotel in Stralsund

Workshop 2: Schwerpunkt Seenplatte/Binnendestinationen: am 14. April 2011 von 15:00 bis 18:00 Uhr im Seehotel Ecktannen in Waren

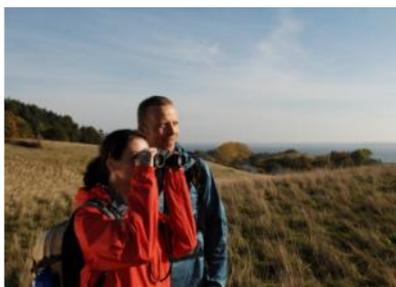
Weitere Informationen und Anmeldungen zu den Workshops sind unter www.tmv.de/mafo bis zum 5. April 2011.

Mit Wanderscout unterwegs in MV

Internetportal wissen.de, Wikinger Reisen und der Tourismusverband MV setzen gemeinsame Kampagne um

Gemeinsam mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern und Deutschlands größtem Wanderreisen-Anbieter Wikinger Reisen startet das führende Online-Wissensmagazin im deutschsprachigen Raum, wissen.de eine Wanderscout-Kampagne.

Ab sofort und bis zum 4. April 2011 können sich die wissen.de-Leser unter www.wissen.de in der



Unterwegs mit dem Wanderscout
Foto: TMV

Rubrik Reisen als Wanderscout für Mecklenburg-Vorpommern bewerben. Nach Ablauf der Bewerbungsfrist wählen die Partner Wikinger Reisen und der Tourismusverband MV den besten Bewerber aus. Dieser wandert durch Mecklenburg-Vorpommern und berichtet live von seiner Reise in Form eines BLOGs auf www.wissen.de.

Pressestelle gut platziert

Bei der Bewertung der besten touristischen Pressestellen Europas schaffte es der TMV im fünften Jahr in Folge in die Top 10, in diesem Jahr auf Rang 8, und war damit als einziger deutscher Vertreter unter den besten Zehn. Gewählt haben die „Verkehrsbüros des Jahres“ die Reisedeureure deutscher Tageszeitungen, Fachzeitschriften, Reisezeitschriften, Illustrierten, Nachrichtenagenturen und Online-Medien sowie freie Reisejournalisten im Auftrag der „Touristik PR und Medien GbR“. www.urlaubsnachrichten.de



ITB 2011: Gute Gespräche und Anbahnung von Kooperationen

Vielversprechende Verhandlungen sind auf der ITB 2011 in Berlin mit Blick auf die Weiterentwicklung des Urlaubslandes geführt worden.

Den Schwerpunkt bildeten Verhandlungen zum Tourismusmarkt Österreich, unter anderem über eine Linienflugverbindung von Wien nach Mecklenburg-Vorpommern. Daneben beschloss der Touris-

Tulln" vor den Toren Wiens gehört. Eine Dünenlandschaft mit Dünenrosen, Strandhafer und Stranddisteln wird ein typisches norddeutsches Landschaftsbild und zugleich etwas Urlaubsgefühl transportieren.

Auch in einem Spitzengespräch zwischen Wirtschafts- und Tourismusminister Jürgen Seidel, Tourismusverbandspräsidentin Sylvia Bretschneider und dem österreichischen Wirtschaftsminister Reinhold Mitterlehner wurde der Wille zur stärkeren touristischen Zusammenarbeit zwischen Ostsee und Alpen betont. Der Nordosten hofft damit mehr als die jährlich rund 60.000 Übernachtungen österreichischer Gäste zu erreichen.

Starkes Interesse an einer Vermarktung von Urlaubsangeboten in MV zeigten auch in diesem Jahr viele große Reiseveranstalter, mit denen Messesprache geführt wurden. Zudem gab es auf der fünftägigen ITB erstmalig konkrete Ansätze für die Organisation von Klassenfahrten aus Frankreich und Großbritannien.

20.000 Waldaktien Energieversorger Wemag verbessert Öko-Bilanz



Foto: Landtag MV

Die Klimawälder in MV wachsen weiter. Die Wemag ist neuer Großaktionär. Der Energieversorger aus Schwerin, hat 20.000 Waldaktien gekauft und besitzt damit die Hälfte der bisher verkauften Anteile. Mit ihnen sollen 200.000 Quadratmeter Mischwald im Biosphärenreservat Schaalsee aufgeforstet werden. Bei der Gewinnung neuer Gaskunden in MV, Hamburg und Schleswig-Holstein im vergangenen Jahr bekam jeder Neukunde eine Waldaktie von der Wemag geschenkt. Das Unternehmen will damit einen Ausgleich für die entstehenden CO2-Emissionen schaffen.

Mit der Waldaktie, einem Gemeinschaftsprojekt von Landwirtschafts- und Umweltministerium MV, Tourismusverband MV und Landesforstanstalt MV, wurden bisher 13 Klimawälder im Land angelegt. www.waldaktie.de



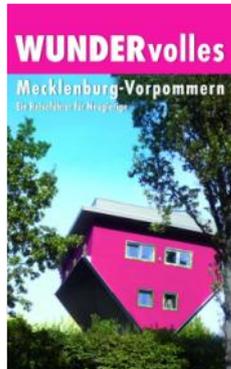
Ostseesand aus Prora für „Die Garten Tulln“
Foto: TMV

musverband MV eine Kooperationsvereinbarung mit der Region Niederösterreich, die im Mai dieses Jahres unterzeichnet wird und zu der unter anderem die Präsentation des Landes mit einem 300 Quadratmeter großen Mecklenburg-Vorpommern-Garten auf der Dauerausstellung „Die Garten

Bücher übers Land

Christine Stelzer, Helmut Graumann:
WUNDERvolles Mecklenburg-Vorpommern
 Ein Reiseführer für Neugierige

Mehr als 190 Raritäten aus Natur, Architektur, Kunst und Kultur sowie Technik stellt Reisebegleiter von Christine Stelzer nach einer Idee und Materialsammlung von Helmut Graumann vor. Zu den touristischen Kostbarkeiten zählen ein Mehlsack-, Aschenputtel-, U-Boot- und Knopfmuseum, der Goldschatz von Hiddensee, Häuser auf dem Kopf, Tauchgondeln, die weltweit ältesten Eichen, die 61-Minuten-Uhr von Bergen oder das Eisenbahnfährschiff „Stralsund“ in Wolgast als das älteste Dampffährschiff in Europa – unter anderem. Der Reiseführer mit seinen mehr als 420 illustrierten



Repro: TMV

renden Farbfotos ist ein Ausflugsbegleiter, der Gästen wie Einheimischen Mecklenburg-Vorpommerns faszinierende Geschichte, Geschichten und Ziele für kurzweilige Exkursionen bietet. Unterhaltsame Hintergrundinformationen zu Persönlichkeiten, Kulturhistorie, Naturkunde oder Technikgeschichte runden das Angebot des Buches ab. Ein praktischer Reiseführer, der einlädt, wieder zurückzukehren und MV als Land voller Wunder zu erkunden. 256 Seiten, 424 farbige Abbildungen, 12,95 Euro

Schlussendlich (35)

Sybille Wiedenmann ist eine sehr freundliche und kluge Frau. Eine, die wie gemacht ist für den Posten an der Spitze der Bayern Tourismus GmbH. Eine, die viel lächelt und zugleich die Richtung vorzugeben versteht. Und eine, die auch nicht vor strategischen Partnerschaften zurückschreckt, da sie vorausblicken vermag. Strategische Partnerschaften sind zunächst einmal keine Liebesbeziehungen und haben mit diesen nur gemein, dass ihr Ausgang offen ist. Im Unterschied zu Liebesbeziehungen sind strategische Partnerschaften nicht vom Hier und Jetzt getragen, sondern vor allem von der Hoffnung auf später. Später möge sich – vor allem für einen selbst – auszahlen, was heute an Kapital strategisch eingesetzt wird. In dieser Weise könnte man auch den 1. Journalistischen Saisonauftakt verstehen, der Ende April/Anfang Mai von Bayern und Mecklenburg-Vorpommern gemeinsam veranstaltet wird. Eine ungewöhnliche Allianz zwischen ganz Nord und ganz Süd, für manchen Wettbewerber dazwischen gar eine Mésalliance. Wie weit aber geht die

Freundschaft zwischen den beiden touristischen Leuchtturmregionen wirklich? Konfrontiert von einem Journalisten mit der Mecklenburger Meinung, Sommerreiseziel Nr. 1 zu sein, sagte Sybille Wiedenmann: „Das ist eine sehr selektive Wahrnehmung der Freunde aus Meck-Pomm.“ Schöner und prägnanter hätte niemand die gesunde und beflügelnde Distanz einer strategischen Partnerschaft ausdrücken können, deren Wert Sybille Wiedenmann noch wie folgt umriss: „Wir gönnen Mecklenburg-Vorpommern Erfolg. Ich brauche nicht zu überlegen, welche Gäste ich von Meck-Pomm nach Bayern ziehe. Der Markt ist so groß, und immer noch fahren zwei Drittel der deutschen Urlauber ins Ausland zum Haupturlaub.“ Damit ist wirklich alles gesagt. Uns bleibt, uns auf den Schulterchluss mit Bayern zu freuen und darauf, die sehr freundliche und kluge Frau Wiedenmann wieder mal willkommen heißen zu dürfen. Und natürlich wissen wir, dass auch sie sich sehr auf die Reise an die Ostsee freut.

Klimaanpassung in Küstenregionen Szenario-Workshop am 31. März 2011 in Hamburg

Am 31. März 2011 findet in Hamburg unter Federführung des Landes MV und des Projektes RADOST ein Workshop zum Thema „Küstentourismus“ statt, zu dem private und öffentliche Vertreter der Tourismusbranche sowie Vertreter aus Kommunen, Regionalplanung und Wirtschaft eingeladen sind. Die Veranstaltung stellt sich unter anderem der Frage „Küstenregionen im Klimawandel – ein zukünftiges Spannungsfeld zwischen Tourismus, Küsten- und Naturschutz?“. Die Küsten Union Deutschland (EUCC-D) wird gemeinsam mit Projektpartnern mögliche, durch den Klimawandel beeinflusste Zukunftsentwicklungen für den Tourismus aufzeigen, diese auf ihre Relevanz für den Tourismussektor bewerten und mit den Teilnehmern diskutieren, mit welchen Strategien und Maßnahmen den Folgen des Klimawandels in der Küstenregion begegnet werden kann. Dabei werden sowohl verschiedene Räume und Regionen als auch die Themenbereiche Strandmanagement, Küstenschutz, Naturschutz und Energie (Geothermie) beleuchtet. Der Workshop ist Teil der „Regionalkonferenz Klimaanpassung Küstenregion“, die die fünf norddeutschen Bundesländer gemeinsam mit dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit am 30. und 31. März veranstalten und das Ziel haben, die verschiedenen Küstenregionen Deutschlands dabei zu unterstützen, regionale und kommunale Anpassungsstrategien zu entwickeln und umzusetzen. Der Workshop wird durch das Leibniz-Institut für Ostseeforschung Warnemünde, das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung, das Staatliche Amt für Landwirtschaft und Umwelt Mittleres Mecklenburg, die Universität Rostock, das Institut für Angewandte Ökosystemforschung und Großmann Ingenieur Consult unterstützt.

Informationen und Anmeldungen:
<http://klima.hamburg.de/regional-konferenz-2011>

Impressum

Herausgeber:

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