

**Protokoll MarketingAusschuss des TV Mecklenburgische Seenplatte e.V.**

28.06.2018, 09:00 bis 12:30 Uhr in Boeck; Müritzparadies

**TeilnehmerInnen**

Gabriele Haack, Müritzparadies  
 Jana Koch, TI Teterow  
 Robert Gardlowski, zoneEINZ, Feldberg  
 Martin Kaiser, Nationalparkamt Müritz  
 Karsten Thorun, Amt Röbel Müritz  
 Enrico Hackbarth, Kleinseenplatte  
 Bert Balke, TV MSE  
 Melissa Kara, TV MSE  
 Robert Neidel, TV MSE  
 Christin Drühl, Tourismusverband MSE  
 Marita Klemmer, Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte  
 Winnie Rösner, BÄRENWALD Müritz

**entschuldigt:**

Anja Schlie, Wirtschaftsförderung Meckl. Seenplatte  
 Angelika Groh, Netzwerk Run  
 Alexander Bahr; VZN  
 Cornelia Runge, Kur- und Tourismus GmbH Waren  
 Sonja Agarwall, Schloss Schorssow  
 Steve Heinecke, Fleesensee

Verteiler per E-Mail:  
Marketingausschuss und Vorstand TV MSE

	<b>Protokoll- Kontrolle</b>	
	Das Protokoll der letzten MA- Sitzung wurde bestätigt.	
<b>TOP 1</b>	<b>Wander- und Natururlaub – 2. Workshop (Verw. Melissa Kara)</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Herausarbeitung des USP als „Wandern für Jedermann“ (M. Kara: „Die wissenschaftliche Literatur versteht hierunter <i>Spazierwandern</i>. Attribute, welche verwendet werden sollen sind neben der <i>„echten Natur, absolute Ruhe und naturbelassene Wege“</i>.)</li> <li>• Kriterien festgelegt:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ÖPNV Anbindung muss vorhanden sein</li> <li>- Weniger als 1 km Einstieg</li> <li>- Radweg ≠ Wanderweg</li> <li>- Parkplatz</li> </ul> </li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- GPS, Karte, Beschilderung</li> <li>- Attribut: Pfad, Weg</li> <li>- Restaurants, Essensmöglichkeiten integrieren</li> <li>- Qualitätssegment: „Absolute Ruhe“ (Martin Kaiser organisiert Kriterienkatalog von terra vita!)</li> <li>• Technische Komponente: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nutzung der POI Datenbank ist erst in 3 bis 4 Jahren nutzbar</li> <li>- Zwischenlösung: App? – Antrag?</li> <li>- Projektskizze für Landwirtschaftsministerium: Martin Kaiser hat sich bereiterklärt!</li> <li>- Verknüpfung mit sozialen Medien</li> </ul> </li> <li>• Ergebnis: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Attribute, welche verwendet werden sollen sind neben der „echten Natur, absolute Ruhe und naturbelassene Wege“. Im Zuge des zweiten Workshops gab es ebenso eine Entscheidung bezüglich der Wanderzentrale, perspektivisch werden Veranstaltungen des Flyers Echte Natur in der POI-Datenbank angelegt und nicht nur auf der eigenen Webseite gespielt, sondern auch bei facebook. Der Flyer enthält ganzjährige Führungen, Veranstaltungen und Ausstellungen mit Themenbezug „Echte Natur“. Eine Prüfung, ob es eine Schnittstelle zwischen POI-Datenbank und facebook gibt wird geprüft, ansonsten müssen die Veranstaltungen manuell bei facebook angelegt werden. Im Nachgang des Workshops erneuter Auftrag (siehe Workshop 1), zur Sammlung der Workshopteilnehmer von geeigneten Bausteinen (Wanderungen, Übernachtungen, Erlebnisse, Gastronomie) unter Berücksichtigung des Alleinstellungsmerkmals und der im Workshop definierten Attribute.</li> </ul> </li> </ul>	
<b>TOP 2</b>	<b>Local emotions - Ideensammlung</b>	
	Beginn mit Prüfung der vorgeschlagenen Ideen „local emotions“ unter Gesichtspunkten, wie: Kampagnenfähigkeit, Key Visual, Themenseite, Medienart (Online, Web) etc. – Fortführung in der nächsten Marketingausschusssitzung	
<b>TOP 3</b>	<b>Sonstiges</b>	
	<p>Martin Kaiser: FFH Gebiete – Managementplanung; Martin Kaiser will in nächster Marketingsitzung Information zum FFH Nationalpark geben (Nutzungskonflikte; welche Maßnahmen soll es geben?)</p> <p>Robert Gardlowski: Vorstellung der Promoaktion „Löwenpitch“ als Möglichkeit dem Fachkräftemangel entgegen zu wirken</p>	
<b>TOP 4</b>	-	

	-	
	<b>Nächster Marketing- Ausschuss (Klausurtagung) zum Thema: local emotions</b>	
	Vorgeschlagener Termin: 26.07.2018; Ort: Feldberg	