

Protokoll Marketingausschuss des TV Mecklenburgische Seenplatte e.V.

30.01.2022, 10.00 – 12.00 Uhr, digitales Meeting

TeilnehmerInnen:

- Winnie Rösner, BÄRENWALD Müritz
- Robert Neidel, Tourismusverband MSE
- Christin Drühl, Tourismusverband MSE
- Cornelia Runge, Waren (Müritz)-Information
- Karsten Thorun, Amt Röbel-Müritz
- Gabriele Haack, Müritzparadies
- Jana Koch, Tourist-Information Teterow
- Nancy Klevenow, Stadt Demmin
- Verena Gräfin Hahn, Hahnsche Gutsmanufaktur (anfangs anwesend)

Nicht anwesend:

- Anya Schlie, Wirtschaftsförderung MSE
- Alexander Bahr, Veranstaltungszentrum Neubrandenburg
- Mario Reincke, Seehotel Schloss Klink
- Robert Gardlowski, zoneEINZ
- Martin Kaiser, Nationalparkamt Müritz

Datum: 30.01.2023
Protokoll:
Winnie Rösner, Christin Drühl, Robert Neidel


Verteiler per E-Mail:
Marketingausschuss und Vorstand TV MSE

TOP 1 Bestätigung des Protokolls

Protokoll der Sitzung vom 21.12.2022 wird einstimmig bestätigt.

TOP 2 Zwischenfazit der Jahreswechsellkampagne

- Ausschreibung zu Müritz rundum für Marketing
- Bewerbung der Agentur Pütter war das wirtschaftlichste Angebot
- Kampagne startete vor Weihnachten / [Link zu Anzeigenbeispielen](#)
- Displaynetzwerke google, soziale Medien, youtube Netzwerk, Spot mit Olaf Schubert, Spot mit Müritz-Nationalparkpartnern
- Erwartung: bessere Performance des kurzen MNP-Spots, jedoch haben sich die Zahlen gedreht, Spot mit Schubert hatte sehr hohe Klickraten
- Landingpage mit „10 guten Gründen“ für Reisen in die Seenplatte mit aktuellen Themen überarbeitet
- Über 350 000 Klicks auf die Landingpage, sehr umfassende Wahrnehmung, 25 Mio. Impressions
- Wahrnehmung/Buchungsentscheidung -> gute Grundlage von Daten; Remarketinganteil; Buchungsentscheidung stärken
- CPC von durchschnittlich 10 Cent; im Vergleich zum Branchenbereich sehr effizient unterwegs
- Stärkung der Vor- und Nachsaison weiterer Fokus

TOP 3	Wirtschaftsplan und Marketingaktivitäten 2023
	<ul style="list-style-type: none"> • Robert erläutert den Geschäftsbericht für die Mitgliederversammlung • Tätigkeitsschwerpunkte: • 1. Digitalisierung (POI Datenbank, App-Lösungen, Chatbot, Geschäftsstelle CRM Datenbank für bessere Mitgliederkommunikation und -verwaltung) • 2. Marketing: Natururlaub, nachhaltige Mobilität, Marketing Funnel: direkte Ansprache der Nutzer, um Interesse zu schüren, 2. Step Bestellung eines Gastgeberverzeichnis oder Reisemagazin, Step 3 Remarketing und Aktivierung zur Buchung • Entwicklung Mobilitätsangebot MÜRITZ rundum • Weiterentwicklung Gästekarte • Erlöse: Modellregion für technische Ausstattung und auch z.B. Videomaterial • Storytelling-Portal seenliebe.de, Systemwechsel beim Content-Management, um zukünftig noch flexibler zu gestalten • Content-Hub verteilt Inhalte in Online-Medien • Saisonales Kampagnenmarketing fortführen • Neben den digitalen Kampagnen auch tlw. Print: GGV, Reisemagazin, Messen, SM, Messe, evt. für den Herbst Out-of-home Kampagnen, Tagesspiegel • SEO-Strategie zukünftig mit externem Partner, da Suchmaschinen wichtiges Instrument sind • Gabi weist darauf hin, dass sie die Zahlen im Bericht etwas runden würde und die digitale Gästekarte noch etwas weiter ausformuliert werden könnte • MA bedankt sich für die ausführlichen Erläuterungen und bietet an, dass alle Mitglieder des MA den Bericht nochmal lesen würden, um eventuell weitere Ergänzungen/Hinweise zu geben
TOP 4	Marketingplan/-ideen 2023
	 <p>1 Marketingausschuss 12/2022</p> <h3>Marketing</h3> <p>Influencerreisen marlenesleben https://marlenesleben.de/ • gebucht vom TMV für die Naturerlebniszentren • Zeitraum: 26 - 28.04.2023</p> <p>Umfang (ca. 9.500 €): Vlog (youtube) Instagram: Story, Feed, Reel TikTok Webstory</p> <p>Reichweite Views youtube: 50-100 000/Video Instagram Follower: 107 000</p> <p>mecklenburgische-seenplatte.de</p> <p>SCHLAGWORT: DEUTSCHLAND</p> <p>MARLENESLEBEN</p> <p>Bräuten sollte die Natur sein, sich umgeben und mensche mit Fremden teilen. Das ist es, worauf es ankommt. Hilfe hat, um keine der Abenteuer zu verpassen.</p> <p>SUCHEN</p> <p>FOLGE MIR AUCH AUF</p> <p>Mecklenburgische Seenplatte</p> <ul style="list-style-type: none"> • TMV finanziert Influencerreise zu Naturerlebniszentren und Nationalpark • Christin checkt eventuelle Verlängerung in der MSE, da die Influencerin eine hohe Reichweite aufweist und auch bei TikTok sehr aktiv ist

Marketing

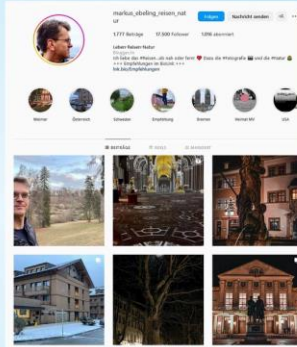
Influencerreisen

Markus_ebeling_reisen_natur
Austausch über Ansonnern bzw. Indian Summer, mit E-Auto unterwegs

Umfang:
Nur Instagram
Post: 225 €, Story: 150 €, Reel: 200 €

Recherche: 3-4 Tage
3 Posts, 12 Storys, 3 Reels
-> 3.075 €

Reichweite:
Follower Instagram 17.500



- MA spricht sich eher gegen Markus Ebeling aus; Clickrate ist auch zu gering

Angebot Druck Urlaubskarte

ANGEBOT PRINT - 036787

Objekt: Urlaubskarte Mecklenburgische Seenplatte 2023
Format: 100 x 210 mm offen 300 x 420 mm
Umfang: 12 Seiten
Papier: 115 g/m² Bilderdruck holzfrei weiß glänzend FSC
Druck: 4/4 Seiten
Verarbeitung: schweben, läppen (2-fach Parallelfalsch / Kreuzbruchfalsch)
Verpackung: in Kartons verpackt, transparenter auf Plastie abgepackt
Versand: auf Einwegkarte bei Haus 1 Adresse Rübemüritz (LKW mit Ladetisch)
Vorlagen: Bildtüchtigkeits-Daten werden vom Kunden gestellt.
Bearbeitungen von Korrekturdaten werden nach Aufwand berechnet.
Versand: EXW ab Werk 17207 Rübemüritz / Müritz

Auflage	Einzelpreis	Gesamtpreis
25.000 Expt.	66,32 € per o/so	1.652,20 €
50.000 Expt.	54,44 € per o/so	2.722,00 €
75.000 Expt.	51,49 € per o/so	3.861,75 €
100.000 Expt.	50,00 € per o/so	5.000,00 €

Zusatzkosten	Beschreibung	Einzelpreis	Gesamtpreis
25.000 Expt.	DAF bei Haus an 1 Adresse Rübemüritz auf Einwegkarte (LKW mit Ladetisch)	per Stück	42,00 €
50.000 Expt.	DAF bei Haus an 1 Adresse Rübemüritz auf Einwegkarte (LKW mit Ladetisch)	per Stück	54,00 €
75.000 Expt.	DAF bei Haus an 1 Adresse Rübemüritz auf Einwegkarte (LKW mit Ladetisch)	per Stück	70,00 €
100.000 Expt.	DAF bei Haus an 1 Adresse Rübemüritz auf Einwegkarte (LKW mit Ladetisch)	per Stück	81,00 €

- Bestes Angebot von **optimal Media**
- **Möllerdruck** war aufgrund der Transportkosten geringfügig teurer
- Eine weitere Angebotsanfrage ging an **Print und Media** in HRO, die allerdings ca. 20 % teurer waren

TOP 5 Termine 2023

- Urlaubsmarke MV 23./24.05. bis zu 8 Akteure für den Markenworkshop mit allen Teilregionen, jeweils 1 Vertreter Meckl. Schweiz (Jana); Müritz plus und Kleinseenplatte; Christin, Robert, Nancy (hatte auch Interesse bekundet)

TOP 6 Sonstiges

Messen

- Feedback Grüne Woche: Präsenz über die Wirtschaftsförderung mit dem Reisemagazin; WDR war zur Auftaktveranstaltung; 3 Partner mit Müritz+ Katalog vertreten (500 Kataloge plus Reisemagazine) -> gutes Interesse
- CMT Stuttgart – Reisemagazin von MSE dabei in Koop mit TV Mecklenburg-Vorpommern
- Koop mit Brandenburg bei BOOT; 2023 kein eigener Messeauftritt wegen Kostensteigerung; Delegation war vor Ort -> Entscheidung für 2024 noch offen
- ITB Berlin nur B2B Messe (Dienstag bis Donnerstag): MV hat sich an DZT angedockt, kein eigener Stand

TOP 7 Nächster Termin

n.n.

