

## **Protokoll vom 27.09.2018**

### **Marketingnetzwerk Mecklenburgische Schweiz**

Waren (Müritz), Haus des Gastes, 13 – 16 Uhr

#### **Teilnehmer:**

Anne Eggert – Stadt Demmin  
Thomas Fitzke – Wirtschaftsförderung MSE Radwege / Tourismus  
Markus Frielinghaus – Geschäftsführer Kanubasis Salem  
Angelika Groh – Tourismuskordinatorin Netzwerk Run  
Nicole Ehrenberg - Stadtverwaltung Dargun  
Silvia Meyer – TI Krakow am See  
Karin Franz - Müritzeum  
Diana Kusserow – Stadt Malchin  
Christin Hannemann – Mecklenburger Parkland  
Dr. Robert Uhde – Herrenhaus Vogelsang  
Peter Balsam – Kunstkapelle Remplin  
Jana Koch – TI Teterow  
Bert Balke – Geschäftsführer Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte  
Katrin Holst – Mitarbeiterin Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte

#### **TOP 1 Vorstellungsrunde aller Anwesenden**

- u. a. Katrin Holst - Leitung Marketing in der Geschäftsstelle des TV MSE

#### **TOP 2 Marketingplanung 2019**

Neben den saisonalen Kampagnen Ansommern und Indian Summer werden im Geschäftsjahr 2019 – voraussichtlich im letzten Quartal – zwei zielgruppenspezifische Kampagnen durchgeführt.

- Zielgruppe Familie
- Zielgruppe Natururlauber

Im Rahmen der Werbung um Natururlauber wird eine starke Beteiligung angestrebt.

Vorgesehen ist jeweils die Produktion und Beilage von Broschüren in einer Auflage von 75.000 Stück sowie die Darstellung des Themas auf einer Microsite sowie eine entsprechende Onlinewerbung.

#### **Zum Thema Familie:**

Die redaktionellen Inhalte und dazugehörige Fotos wurden im Hinblick auf die unterschiedlichen Jahreszeiten angeschnitten und werden nun durch den TVMSE umgesetzt.

#### **Zum Thema Natur:**

Das zweite zielgruppenspezifische Printprodukt wird unter der Überschrift „Endlich Ruhe“ in Verbindung mit neuen (Themenliste Local Emotions) und bereits vorhandenen Geschichten (Projekt „Echte Natur“) entwickelt.

Es stehen folgende Themen zur Auswahl (basierend auf den Local Emotions):

- Sterne / Sternenpark

- Gutshaus + Kultur (Hofkonzerte, Parkland Jazz, Ausstellungen)
- „Kultur findet Stadt“ (in NB/NZ )-> besondere Erlebnisse in besonderer Location z.B. Basedow Orgelkonzerte
- Havelquellbereich – Von der Schiene aufs Wasser
- Literatur & Kultur (Herbstthema) Kampagne nein Themenseite: Persönlichkeiten – Kulturherbst – Reiselektüre Fallada, Reuter, Sakowski, Wossidlo, Museen
- Schlösserherbst
- Bioläden/ Hofcafés, Mostereien, regionale Lebensmittel
- Fähren „Fährmann hol öber“ Themenseite Fähren: Luzin, Kummerow, Teterow
- Solarboottouren auf der Peene und Vogelstimmenwanderung: Viele kleine, geführte Wanderungen – 500 Wanderangebote/mal Mitwandern, Kraniche Foto: Sebastian Karge
- Konzept Schlafgut

Die Produktion soll auch hier crossmedial stattfinden und wird später über vielfältige Kanäle bespielt. Trägermedium der Broschüre könnte eine Zeitschrift mit klarem Interessengruppenbezug, wie z.B. die GEO Schweiz sein (Auflage 46 Tsd. Stück pro Ausgabe)

### **TOP 3 Schlösserherbst**

Vom 12.10. bis 28.10.2018 öffnen in der historischen Kulturlandschaft der Mecklenburgischen Seenplatte viele Schlösser, Guts- und Herrenhäuser zum Thema Schlösserherbst ihre Tore und Türen für „kulinarische und kulturelle Highlights in historischem Ambiente“. Über 40 Termine - vorrangig in der Mecklenburgischen Schweiz - wurden in der Veranstaltungsreihe erfasst.

Der Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte unterstützte die Marketingmaßnahmen intensiv:

- Erstellung einer Online-Themenseite: 1000seen.de/schloesserherbst, Auffindbarkeit über verschiedene Pfade und Seiten
- Online-Einbindung der 20-seitigen Veranstaltungsbroschüre mit allen Veranstaltungen (Druckauflage: 1.000 Stück, Auslage in den Tourist-Infos und bei den Veranstaltern der Mecklenburgischen Schweiz)
- Pressemitteilung an dpa (für überregionale Verbreitung) sowie an die regionale Presse (Ostsee-Zeitung, Nordkurier, Anzeigenkurier, Mecklenburger Blitz, Kompaktmagazin, Kreisanzeiger)
- Gäste-Newsletter an über 17.000 Abonnenten
- Veranstaltungseintrag und Posts auf Facebook

Erfassung im landesweiten Informationsnetzwerk (Auspielung z.B. beim TMV)

### **TOP 4 Sonstiges**

- Problematik Radwegenetz wurde erläutert durch Thomas Fitzke
  - Wichtigste Erkenntnis → das Radwegenetz ist größtenteils desolat
  - Maßnahmen: Regionalunterhaltung ist schlichtweg nicht möglich, Strecken müssen gebündelt werden, die unterhalten werden sollen
  - 2 Projekte im Bereich Radwegneubau laufen und mehrere Leader-Projekte wo Themenradwege 2019 neu beschildert werden

- Klärung von Nutzungs- und Bildrechten für TIs für Fotorechte und Veranstaltungen (gerade beim Einpflegen in die Datenbank), Klärung durch Robert Neidel, auch in Bezug auf die Zuständigkeiten beim Kummerower See

- **Informationen aus der Region:**

- Thema Schlösserherbst wird mit über 40 Veranstaltungen vorrangig in der Mecklenburgischen Schweiz vom 12. – 28. Oktober bespielt
- Frau Meyer sprach das Thema Bäderregelung für Krakow am See an, da es für den Ort droht zu kippen
- Tag der offenen Tür in Salem am 3. November
- Schließung des Müritzeums vom 19.11. – 02.12. aufgrund von Umbaumaßnahmen, es wird ein Buchenwald rein gebaut
- Kapelle Remplin – Empore fertig 2019 beste Coverband von Depeche Mode vor Ort zum Konzert
- Christian Pegel setzt 1,3 Mrd. frei für digitale Infrastruktur, Aufruf zum Einreichen von Projekten (Information von Dr. Uhde)
- Aus der MittsommerRemise wird nun ein ganzer Kulturmonat mit Veranstaltungen in Schweden und Polen – das Wochenende der Baltischen Gutshäuser findet vom 22. – 23. Juni 2019 statt
- BUGA – Budget für Regiopolgärten