



Termin: 11. März 2020, 10-13 Uhr, Ort: Kloster- & Schlossanlage Dargun

Anwesenheit:

A. Knoll	E
Silvia Meyer	A
Diana Kusserow	A
Christel Kuschke-Berghauer	A
Angelika Groh	E
Dirk Höft	A
Christin Hannemann	A
Jana Koch	A
Heike Niemann	A
Robert Neidel	A
Christin Drühl	A
Dörte Wollenberg	A
Anne Eggert	A
Fr. Ehrenberg	A

Tagesordnung

TOP 1 MV-Kampagne 2021 – Thema definieren

- TMV bietet 8 Pakete mit unterschiedlichen Leistungen zu den 3 Hauptthemenschwerpunkten an



MV-Kampagne 2021
Mediadaten
3 Themenschwerpunkte

		Diamant	Platin	Gold	Silber	Bronze	Verbleibend	Grüne	Mischel	Verbleibend
PRODUKTION	Content-Produktion (Text/Foto/Video)	■	■	■	■					
	Videos	■	■	■	■					
	Fotos	■	■	■	■					
	Tabuladarmagazin 2021	■	■	■	■	■	■	■	■	■
PRINT	Thematische Beiträge »Familie & Kinder«, »Genuss & Kultur«, »Natur & Aktivität«	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Special-Interest-Magazin Reise	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Reisemagazin einer namhaften Tages-/Wochenzeitung	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Special-Interest-Magazin Aktivurlaub	■	■	■	■	■	■	■	■	■
MEDIEN-KOOPERATIONEN	MV-Sendeseite in einer Tageszeitung / Print und Online	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Medienkooperation bspw. Funke Medien Print und Online	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Medienkooperation bspw. Rheinische Post Print und Online	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Online-Advertorial Artikel 13 Monate (Diamant), 2 Monate (Platin) Resonetzwerk	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Online-Advertorial Präsentation 11 Monate Resonetzwerk	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Online-Advertorial Präsentation 11 Monate Resonetzwerk	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	auf-nach-mede Startseiten Keyvisual	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	auf-nach-mede Google Display Ads	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	auf-nach-mede Startseiten Teaser	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	auf-nach-mede Webpresence	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	auf-nach-mede Native Content Advertising	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	auf-nach-mede Angebot	■	■	■	■	■	■	■	■	■
ONLINE & SOCIAL MEDIA	youtube.com/aufnachmve Kampagnenvideo inkl. Werbung	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	facebook.com/aufnachmve instagram.com/aufnachmve Deutschland inkl. Werbung	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	facebook.com/aufnachmve instagram.com/aufnachmve Schweiz o. Österreich inkl. Werbung	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Endkunden Newsletter (Angebot)	■	■	■	■	■	■	■	■	■
PRESSE & KULTUR	Endkunden Newsletter (Angebot)	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	PR PR-Event	■	■	■	■	■	■	■	■	■
PROMOTION	Promotion in einem der definierten Quellmärkte	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Promotion Düsseldorf Arcadim	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Zusatzoption: Rechte zur Nutzung des Webvideos			■	■	■	■	■	■	■

Alle Infos: https://dl.tmv.de/MV-Kampagne/Mediadaten_2021_final.pdf

- 2020 Schwerpunkt der Seenplatte: nationale Naturlandschaften und schwimmen lernen
- 2021 Wunsch Seitens des TV MSE an Orte, Themen zu definieren
- Informationsbasis zur Kampagne soll auf Medien des TV MSE aufgebaut werden, Erreichen einer besseren Transferrate -> breitere Aufstellung zur Sicherung der Finanzierung
- In diesem Zusammenhang ergeht noch einmal der Hinweis, alle POIs aktuell zu halten und qualitativ aufzuwerten

Hinweise/Anmerkungen/Fragen/Erwartungen/Ideen aus der Runde:

- Zeitschiene für die Umsetzung?
- Kostenfrage?
- Welche Leistungen beinhaltet das Angebot?
- Focussierung auf die Mecklenburgische Schweiz als Destination (Region bedient nicht den typischen Gast der Seenplatte!)
- Abgleich Leitbild Meckl. Schweiz mit aktuellen Marktforschungsergebnissen -> Basis für die Definition von möglichen Themen und Zielgruppen
- Ideen für Themen: Spiritualität, sagenhafte Orte, Ruhe/Einsamkeit/Besinnung, „Greta-Thema“ (Nachhaltigkeit), 7-Tage ohne Langeweile (z. B. Top 5 für jeden Tag in der Woche)

Wunsch aus der Runde:

Erarbeitung eines „Marketingplanes“ (Inhalt und Kosten) zugeschnitten auf die Region Mecklenburgische Schweiz durch den TV MSE unter Berücksichtigung der Finanzausstattung der Region (bis auf Krakow keine prädikatisierten Orte -> keine Einnahmen aus Kurtaxe/FV-Abgabe, Tourismus keine Pflichtaufgabe -> als freiwillige Aufgabe am ehesten von Kürzungen betroffen)

Orte/Unternehmen der Region Mecklenburgische Schweiz werden sich zum Angebot und Möglichkeiten der Finanzierung abstimmen.

TOP 2 Information über Strategiefonds-Projekt und Unterwegs 3.0

- Digitalisierung von Angeboten (am Beispiel Natururlaub - Broschüre unterwegs 2020)
- Aufbereitung des Angebots für die Arbeit am Counter/an der Hotelrezeption/den Abruf über Info-Points (Filter nach Datum, Inhalt und Zielgruppe..., um passgenaue Informationen geben zu können)
- E-Mail-Service – kontinuierliche Zusendung von Informationen nach personalisierter Einstellung -> Tool zur Reiseplanung
- Grundfunktionalitäten sollen zur Hauptsaison verfügbar sein
- Schulungsangebote für Nutzer folgen
- Perspektivisch Kopplung mit anderen Angeboten z.B. Mobilität

Hinweise/Anmerkungen/Fragen/Erwartungen/Ideen aus der Runde:

- Der Strategie müssen Nachhaltigkeit und Verstetigung nach Projektende folgen -> Klärung der Finanzierung!
- Siri/Alexa & Co greifen nicht auf POI-Datenbank des TMV zu – daher großes Interesse an erweitertem Angebot Seitens der Region Mecklenburger Parkland (Verwaltung eines Fewo-Pools im gesamten Gebiet über eine Rezeption – Abruf von auf Gäste zugeschnittenen Informationen wichtiges Tool)

TOP 3 Relaunch Reisemagazin 2021 (Umlageprinzip)

Status quo

- Reisemagazin wird als Ergänzung zum GGV von Müritz „plus“, Kleinseenplatte und Teterow verschickt, auf Messen und in der Region verteilt
- Es bildet die komplette Bandbreite der Seenplatte ab: sowohl bei den Aktivitäten als auch bei den Orten.
- Die Kampagnenmedien sind eine themenspezifische Ergänzung
- Ziel vom RM: Inspiration und Information
- Auflage: ca. 30.000/Jahr

Relaunch:

Format und Wertigkeit sollen zum jetzigen Zeitpunkt bestehen bleiben (hochwertiger)

Haptik wird als gut empfunden, obwohl gerade auf den Messen das Format der Familienbroschüre besonders beliebt ist

Ziel: Facelifting - bessere Orientierung durch: Anpassungen im Layout // Überblick zu den Regionen // Themen klarer herausstellen und vereinen (z.B. Wasser) // kurzer prägnanter Einstieg ins Thema // Sortierung nach Themen // auf einzelne Brandings der Regionen zukünftig verzichten-> wenn jedoch Anzeigenplätze und Brandings verkauft werden, wird die rein redaktionelle Zuordnung schwierig -> deswegen wird Seitens des TV MSE eine Umlagefinanzierung vorgeschlagen (damit sollen die personellen Ressourcen, die Gestaltung und der Druck abgedeckt werden)

Anbieter auf einer Seite zusammenfassen. Z.B. alle Adressen der TIs und ggf. unterstützender Unternehmen.

➔ Angebot für die Region im „Marketingplan“ Mecklenburgische Schweiz unterbreiten

TOP 4 Gemeinsamer Austausch mit dem TV MSE über Themen der MeckSchweiz und Kooperationen

Siehe TOP 1

TOP 5 Sonstiges

- Neues Angebot der MeckSchweizer für Urlauber, Gastgeber und Tourist-Informationen (siehe Präsentation anbei), auf Wunsch der Teilnehmer bekommt Frau Wollenberg den E-Mail-Verteiler zur Versendung von aktuellen Informationen/Angeboten

- Neues aus der Region 2020:

Demmin

- 25.04. Kunstmacht mit dem Dresdner Residenzorchester
- 5.-7. 06. Peenefest und Hansetage (Brilon)
- 29.08. Stadtwandertag/880. Jahre Demmin

Ferienland Salem

- 1.4. Terrasseneröffnung
- 23.06. Hafenfest
- 29.08. Volksradeltag (Station mit Kinderprogramm)

Malchin

- Stadtfest und Bikertreffen weiterhin feste Größen im V-Plan
- Neukalen bekommt neue Boote über Yachtcharter Schulz
- Verleihnetz von Fahrrädern um den Kummerower See in Planung
- Stadtinformation ab 1.4. dem Bürgermeister direkt unterstellt

Stavenhagen

- 17.05. Museumstag mit Wanderung zu den Ivenacker Eichen

Dargun

- 2.08. Schlossspektakel
- 6 Ausstellungen in 2020
- NEU: barrierefreier Rundweg

Krakow

- 4.07. Jubiläum Aussichtsturm Jörnberg
- 25 Jahre Synagoge
- Musik am See – jeden Mittwoch Juni bis August 19-21 Uhr mit Hobbykünstlern
- Neuer Kurpark auf der Halbinsel Jörnberg – Fertigstellung in 2021 geplant

Mecklenburger Parkland

- Sternenpark – Einrichtung Astrologischer Lehrpfad mit 6 thematischen Beobachtungsstationen (Kombi Sterne/Natur)
- 2021 – Kundenakquise Tagungen/Seminare bei ca. 30 Unternehmen ... Kulturtourismus ca. 130 Reiseveranstalter ... 5 Agenturen für Landgänge der Kreuzfahrer (Ostsee und Fluss)– Ausdehnung auf Region Mecklenburgische Schweiz wünschenswert

Teterow

- Pfingsten -> Speedway GP und 100. Bergringrennen, Gratis-Transfer auf Kurkarte für Gäste aus dem Bereich Müritz rundum in Zusammenarbeit mit dem TV MSE
- 1./2.08. Töpfermarkt mit rund 70 Werkstätten
- 11.-13. 09. Musikfest mit rund 500. Musikern (Schalmeienkapellen, Spielmannszüge...)
- Neues Besucherleitsystem geht in Umsetzungsphase