

Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V.
Mitgliederversammlung am 02.11.2016



TOURISMUSBERICHT 2016

Inhalt:

I. Unsere Urlaubsregion.....	02
II. Statistik 2016	04
III. Verbandsarbeit.....	05
IV. Destinationsmarketing	08

I. Unsere Urlaubsregion

Die Mecklenburgische Seenplatte ist mit über 1000 Binnenseen die größte zusammenhängende Seenlandschaft Mitteleuropas, die Müritz sogar der größte Binnensee innerhalb Deutschlands. Angeln, Baden, Bootshaus, Camping auf dem Wasser, Eissegeln, Floßurlaub, Flusslandschaften, Hausboot, Kanu, Müritzeum, Müritzfischer, Ruderboot, Schifffahrt, Schwimmen lernen, Segeln, Sportboothafen, Tauchen, Unterkunft mit Seeblick, Wasserski sind erlebbare Bestandteile des Wassertourismus der Mecklenburgischen Seenplatte.



Reisemagazin S. 6-7

Landschaftsschutzgebiete, allen voran der Müritz-Nationalpark, machen mehr als zwei Drittel der Fläche unserer Destination aus. Unzählige Wander-, Rad- und Wasserwege bilden die Grundlage, die intakte Natur aktiv zu entdecken, aber auch Ruhe suchend zu genießen. Biber, Eisvogel, Eiszeitroute, Feldberger Seenlandschaft, Fischadler, Kranich, Ivenacker Eichen, Kummerower See, Müritznationalpark-Partner, Natur- und Umweltpark Güstrow, Peenetal, Seeadler, Tiergarten Neustrelitz, UNESCO Weltnaturerbe Alte Buchenwälder in Serrahn, Wisentgehege Damerow sind einige Stichworte für das ursprüngliche Urlaubserlebnis der Mecklenburgischen Seenplatte.



Reisemagazin S. 28-29

Erntezeit ist „Gut Essen-Zeit“. Das Gutshaus, in unserer über Jahrhunderte landwirtschaftlich geprägten Region, ist ein Relikt dieser Zeit und heutiges touristisches Sehnsuchtsmotiv, Ausflugsziel und ganzjährig geöffnetes Hotel. Die Mecklenburgische Seenplatte ist „reich“ an Schlössern und Gutshäusern.



Reisemagazin S. 32-33

Die Barlachstadt Güstrow, die Stadt der Vier Tore Neubrandenburg und die Residenzstadt Neustrelitz sind unsere Kultur-Städte. Das Fritz-Reuter-Literaturmuseum in Stavenhagen, das Hans-Fallada-Museum in Carwitz, das Heinrich-Schliemann-Museum in Ankershagen, die Schlossinsel in Mirow oder das Agroneum in Alt Schwerin sowie unzählige Kirchen beherbergen weitere kulturelle Erbschaften der Mecklenburgischen Seenplatte.



Reisemagazin S. 34-35

Zwischen Bützow im Nordwesten und Feldberg im Südosten der Mecklenburgischen Seenplatte existiert neben dem Wissen, Teil des Tourismusverbandes Mecklenburgische Seenplatte e. V. zu sein, eine regionale Identität von Einwohnern sowie Gastgebern und Gästen. Wir sprechen aus touristischer Perspektive von unseren Teilregionen.

Die Mecklenburgische Schweiz, eine Endmoränenlandschaft, deren landschaftliche Charakteristik sich vom 96 m hohen Rötelberg erschließt, ist geprägt von ihren Schlössern und Gutshäusern/Gutsdörfern. Mit dem Kummerower See, im Naturpark Mecklenburgische Schweiz und Kummerower See, beherbergt sie Deutschlands achtgrößten Binnensee. Obgleich touristisch noch entwicklungsfähig, ist dieser bereits heute Angelparadies für Insider. Östlich schließt sich mit dem Naturpark Peenetal eine unberührte und die artenreichste Flusslandschaft des Bundeslandes an.



Reisemagazin S. 24-25

Müritz Plus, die Region der Großseen, erstreckt sich vom Heilbad Waren (Müritz) gen Westen über die Erholungsorte Klink und Göhren-Lebbin (Fleesensee) bis zum Luftkurort Malchow bzw. zum südwestlich gelegenen Luftkurort Plau am See. Im Süden der Müritz schließen sich die Erholungsorte Röbel/Müritz sowie Rechlin an. Sieben Kur- und Erholungsorte sprechen für eine touristische Zugkraft, die der gesamten Mecklenburgischen Seenplatte zu gute kommt. Das maritime Flair (Neue Marinas,

Bootskulissen und Hafencafés) vor der Kulisse restaurierter Altstädte ist wohl „das“ beliebteste Postkartenmotiv der Müritz. Obwohl westlicher Teil der Mecklenburgischen Schweiz, ist der Luftkurort Krakow am See ein vergleichbares „Urlaubsprodukt“.



Reisemagazin S. 10-11

Die Mecklenburgischen Kleinseen sind unzählige kleine Urlaubsparadiese. Seen – umgeben von Wald – erstrecken sich zwischen Feldberg im Osten, Mirow im Westen, dem Tollensesee/der Tollense im Norden und durchzogen von der Havel bis ins Brandenburgische nach Fürstenberg und Rheinsberg. Neustrelitz, gut eine Bahnstunde von Berlin entfernt, ist das Tor des Müritz-Nationalpark-Teilgebietes „Serrahn“, in dem sich das UNESCO Weltnaturerbe Alte Buchenwälder befindet. Das Campingangebot ist prägend für die Region.



Reisemagazin S. 18-19

Wenn insgesamt 18 Unternehmen unserer Verbandsregion für drei weitere Jahre mit dem Qualitätssiegel „Familienurlaub MV – Geprüfte Qualität“ ausgezeichnet werden, spiegelt dies eine wichtige Klientel der Region wider. Folglich taucht die „Patchwork-Familie“, die generationsübergreifend verweist und u.a. in Kleingruppen den Jahresurlaub auf einem Hausboot verbringt oder z.B. ein Vater-Tochter/Sohn-Wochenende zum Pilze sammeln unternimmt, in vielen unserer Medien auf.

II. Statistik 2016

Übernachtungsstatistik	Januar - Juli 2016				
	Ankünfte		Übernachtungen		durchschnittliche Aufenthaltsdauer
	insgesamt	Veränderung zum Vorjahreszeitraum	insgesamt	Veränderung zum Vorjahreszeitraum	
		%		Anzahl	%
Mecklenburgische Seenplatte und Schweiz	720.795	0,3	2.461.355	2,6	3,4

Tabelle 1

Schlafgelegenheiten im Juli 2016	insgesamt	Veränderung zum Vorjahresmonat	durchschnittliche Auslastung Juli 2016	maximales Angebot an Schlafgelegenheiten der letzten 13 Monate	Anteil der aktuell angebotenen Schlafgelegenheiten am Max.	durchschnittliche Auslastung Januar - Juli 2016
		Anzahl	%	Anzahl	%	
	Mecklenburgische Seenplatte und Schweiz	51.842	-2,5	53,6	53.106	97,6

Tabelle 2

Von Januar bis Juli 2016 wurden 2.461.355 Übernachtungen in der Mecklenburgischen Seenplatte/Schweiz statistisch erfasst (2,6 % mehr als im Vergleichszeitraum 2015). Gleichzeitig weist diese Statistik eine gesunkene Anzahl angebotener Schlafgelegenheiten im Vergleich zu 2015 aus (je nach Monatsstatistik zwischen -1,5 % und -13,5 %, im Juli -2,5 %).

Wir dokumentieren daher in Tabelle 3 die Anzahl der Übernachtungen ergänzt um die Anzahl der Schlafgelegenheiten. In diesem Verhältnis betrachtet, würde der quantitative Übernachtungszuwachs von 2015 zu 2016 im Durchschnitt bei 5,4 % pro Schlafgelegenheit liegen.

Kalenderjahr	Übernachtungen Januar - Juli	angebotene Schlafgelegenheiten im Juli
2014	2.448.309	55.101
2015	2.388.402	53.182
2016	2.461.355	51.842

Tabelle 3

Auf Jahressicht erwarten wir trotz des traumhaften Spätsommers im September ein geringeres prozentuales „Übernachtungsplus“ aufgrund des schwerer wiegenden und wettertechnisch durchwachsenen Augustes.

Kalenderjahr	Übernachtungen im Kalenderjahr	maximales Angebot an Schlafgelegenheiten im Kalenderjahr
2014	4.463.053	57.331
2015	4.339.307	52.478

Tabelle 4

In der Mecklenburgischen Seenplatte hat sich die Anzahl der durch das Statistische Amt MV erfassten Schlafgelegenheiten im Vergleich von 2015 zu 2014 um 5.000 Stück reduziert. Durch die Schließung größerer Hotels in Klink, Teschow und Neubrandenburg sowie einiger Geschäftsaufgaben im Bereich kleiner Hotels und Pensionen sind real nur zirka 1.500 Betten vom Markt gegangen. 3.500 vorhandene Übernachtungsmöglichkeiten mit ihren hochgerechnet ca. 340.000 Übernachtungen verschwanden seither aus der Statistik. Das ist ein Resultat veränderter, nur leider durch das Statistische Amt MV wenig transparent dargestellter Melde-regularien. (Prozentuale Auslastung aller Schlafgelegenheiten der MSE in Tagen multipliziert mit 3.500)

Es ist unabhängig davon zu kritisieren, dass

- Betriebe mit weniger als zehn Touristenbetten nicht erfasst werden, obwohl gerade diese in unserer Region einen großen Teil der Gästeübernachtungen übernehmen.
- Statistik in MV ausschließlich quantitativ und nicht qualitativ betrieben sowie politisch beurteilt wird.
- diese amtliche Statistik viel zu spät veröffentlicht wird. Bei Redaktionsschluss des Tourismusberichtes am 14. Oktober 2016 lag uns die Auswertung Juli 2016 vor.

Die Darstellungen basieren auf den Informationen des Statistischen Amtes M-V. Beherbergungsbetriebe, die über mindestens 10 Schlafgelegenheiten bzw. über mindestens 10 Stellplätze verfügen, sind Teil der Erhebung. Doppelbetten zählen als 2 Schlafgelegenheiten. 1 Stellplatz wird in 4 Schlafgelegenheiten umgerechnet. Bei den für das Jahr 2016 ausgewiesenen Werten handelt es sich um vorläufige Werte, die aufgrund von Berichtigungen bzw. verspätet eingehenden Meldungen rückwirkend korrigiert werden können. Die statistischen Berichte werden im Schnitt sieben Wochen nach Monatsabschluss veröffentlicht. Alle statistischen Berichte finden Sie im Internet auf www.mecklenburgische-seenplatte.de im Bereich „Branche“.

III. Verbandsarbeit

Unserem Credo-2016 „**Konzentration auf Neukundengewinnung & Destinationsmarketing**“ ließen wir auch in der Vorstandsarbeit Taten folgen. Während der in den vergangenen 12 Monaten abgehaltenen sieben Sitzungen, spielten operative Themen eine bedeutende Rolle. Bereits im ersten Quartal wurden zwei Kooperationen beschlossen. Diese wurden aufgrund von Partnerbeteiligungen überplanmäßig möglich.

Tagesspiegel-Magazin Mecklenburgische Seenplatte plus Werbekampagne



Die Sonderpublikation des Tagesspiegels erschien im Mai 2016. Seither wurde das Magazin im Werbeäquivalenz-Wert von mehr als 400.000 € in Medien der Holtzbrinck-Gruppe beworben.

Kooperation mit der Tourismusmarketing Brandenburg GmbH



Im Rahmen der Jahreskampagne 2016 „Auszeit in der Natur“ warb das Land Brandenburg mit nahezu denselben Attributen (und um einen nahezu identischen Gast) wie die Seenplatte. Sich der Kampagne anzuschließen und damit an einer Vielzahl von Werbeaktivitäten zu beteiligen, war und bleibt eine wichtige strategische Entscheidung. Eine Zusammenfassung der Kooperation befindet sich im Internet auf 1000seen.de/tmb2016.

Öffentliche Verkehre auch an der touristischen Nachfrage auszurichten bzw. mit Angeboten touristische Verkehre auszulösen, blieb auch im Kalenderjahr 2016 das politische Schwerpunktthema unseres Tourismusverbandes.

Vor diesem Hintergrund veranstaltete unser Tourismusverband in Kooperation mit der Mecklenburg Vorpommerschen Verkehrsgesellschaft (MVVG) und dem Deutschen wirtschaftswissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr e.V. (dwif e.V.) am 13. April 2016 eine Informationsveranstaltung zum Thema „Nachhaltige Mobilitätskonzepte für ländliche Tourismusregionen – Anregungen für die Mecklenburgische Seenplatte“.



Eine Präsentation dieser Veranstaltung sowie unsere im Jahresverlauf formulierten **Stellungnahmen** zum

- **integrierten Landesverkehrsplan Mecklenburg-Vorpommern (ILVP M-V)** und zur
- **Fortschreibung des Nahverkehrsplanes des Landkreises Mecklenburgische Seenplatte von 2016 – 2020**

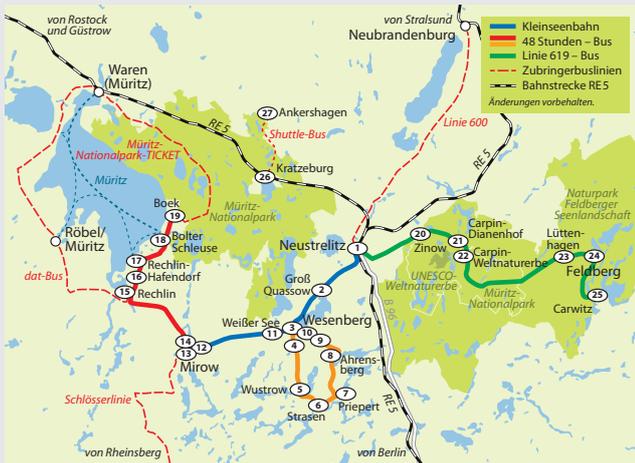
wurden bereits über die jeweiligen Mitgliedernewsletter an Sie verbreitet, können aber weiterhin online angesehen und heruntergeladen werden. 1000seen.de/branche/verkehr

In den vorgenannten Stellungnahmen weisen wir unter anderem darauf hin, dass eine Ausweitung des Verkehrsverbundes Berlin Brandenburg auf die Streckenabschnitte Fürstenberg (Havel) - Neustrelitz - Waren (Müritz) sowie Fürstenberg (Havel) - Neustrelitz - Neubrandenburg einschließlich der Querverbindungen Neustrelitz - Mirow (Kleinseebahn) und Neustrelitz - Feldberg (SEV) der Tourismusregion Mecklenburgische-Seenplatte - laut eigener Schätzung - Gästerausgaben durch Tages- und Mehrtagesreisen pro Jahr im mittleren zweistelligen Millionenwert einbringen könnte, sowie die nachgelagerte Mobilität des ländlichen Raum gestärkt würde. (Achsen Neustrelitz - Mirow, Neustrelitz - Feldberg, Neustrelitz - Waren und Neustrelitz - Neubrandenburg).

Am 4. und 5. Juni veranstalteten wir mit einer Vielzahl engagierter Partner und für erneut mehr als 2000 Gäste das nach 2015 zweite „48 Stunden-Wochenende“.



Zwischen Müritz und Feldberger Seenlandschaft wurden an 27 Ausflugsstationen insgesamt mehr als 60 touristische Angebote offeriert und im Stundentakt durch Bus & Bahn verbunden.



Für die Teilnahme war wie im Vorjahr der Erwerb eines Tickets (5,- Euro pro Tag / 8,- Euro für das Wochenende) Voraussetzung, wobei das Ticket diesmal zusätzlich auf der datBus- und Nationalparklinie anerkannt wurde.

In Verbindung mit einem bis Fürstenberg/Havel gültigen VBB-Bahnticket, galt unser Programmflyer vom 3. bis 5. Juni als Fahrtberechtigung auf der Route des Regional-Express (RE 5) bis nach Neubrandenburg bzw. Waren (Müritz) und retour.



Gemeinsam mit dem **Mobilitätsmanager** der LEADER-Region Mecklenburgische Seenplatte-Müritz und weiteren Akteuren engagieren wir uns für die Realisierung einer integrierten öffentlichen Mobilität. Unter anderem rückt hierbei das Vorhaben „Müritz rundum“ (kostenfreie Mobilität für Kurkarteninhaber, gleichzeitige Erhöhung der Kurabgabe um mind. 35 Cent) in den Fokus.

Ansprechpartner ist Volkmar Wagner (Tel. 0395/57087, Fax. - 2575; E-Mail: volkmar.wagner@lk-seenplatte.de).

Seit geraumer Zeit führen wir außerdem onlinebasiert über das Portal mecklenburgische-seenplatte.de eine **Befragung** unserer Gäste zu ihrem Reiseverhalten durch. Hier geht es zur Befragung: 1000seen.de/befragung-verkehre

In unserem Schreiben vom 02. März 2016 an den Planungsverband Region Rostock c/o Amt für Raumordnung und Landesplanung Region Rostock nahmen wir zur Ergänzung zum zweiten Entwurf der Fortschreibung des Kapitels 6.5 des Raumentwicklungsprogrammes Region Rostock (**Ausweisung von Eignungsgebieten für Windenergieanlagen**) Stellung.

In der Vorstandssitzung am 12. September 2016 wurde das **Wassertourismuskonzept** des Bundes thematisiert. Nicht abrücken wird unser Tourismusverband demnach von der Erwartung, dass sich der Bund weiterhin zu seiner Verantwortung für die touristisch genutzten Bundeswasserstraßen bekennt. Ein entsprechendes Schreiben ist inklusiver einer Reihe von Daten und Statistiken sowie eines Hinweises bezüglich der unserer Ansicht nach wachsenden touristischen Bedeutung der Peene, an das Bundesverkehrsministerium gerichtet worden.



Neben der politischen Lobbyarbeit wird die konzeptionelle Aufstellung und Umsetzung notwendiger Infrastrukturmaßnahmen eine regionale Aufgabe vieler Akteure (u.a. der Wirtschaftsfördergesellschaft MSE) sein, die eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit der Außenstelle des Wasser- und Schifffahrtsamt (WSA) in Canow erfordert.

Um die Tourismusentwicklung der Mecklenburgischen Seenplatte weiterhin zu stärken, engagiert sich unser Tourismusverband für ein professionelles **Tourismusmanagement am Kummerower See**. Mit Unterstützung des Europäischen Sozialfonds (ESF) finanzieren die Kommunen Dargun, Demmin, Malchin, Neukalen sowie Kummerow, Lelkendorf, Meesiger, Sommersdorf und Verchen seit 01. April 2016 die zunächst auf ein, ggf. zwei Jahre befristete Stelle eines regionalen Tourismusmanagers. Im Mittelpunkt des Vorhabens steht die Ausgestaltung eines zukünftig regionalen/interkommunalen Tourismusservices, die touristische Produktentwicklung und spätere Ausgestaltung des gemeinsamen Tourismusmarketings. Konzept und Halbjahresbericht des Projektes können bei Interesse online gelesen werden.

1000seen.de/kummerower-see

Ansprechpartnerin ist Angelika Groh (Tel.: 0170 5266194; E-Mail: a.groh@mecklenburgische-seenplatte.de)

Auch wenn der Tourismus in der Mecklenburgischen Seenplatte kleinteilig aufgestellt ist, machen wir gemeinsame Sache. Am 8. März trafen wir uns mit 24 Kolleginnen und Kollegen aus 19 Tourist-Infos zum ggf. zur Tradition werdenden vorsaisonalen **Touristikertreffen** in Waren (Müritz).

Umfassende **Empfehlungen für die qualitative Tourismusentwicklung der Mecklenburgischen Seenplatte** wurden im Zuge der Neukonstituierung des Landtages an alle Fraktionen und ausgewählte Ministerien gesandt. Ungleichen Standortbedingungen einzelner Destinationen, so unser zentrales Anliegen, können keine bundeslandweit einheitlichen Förderrichtlinien, Marketingaktivitäten etc. gegenüberstehen. Im Einzelnen wurden diese Themen kommuniziert: gezielte Förderung von Hotelbetten/Entwicklung von Hotelprojekten, die Schaffung urbaner Infrastrukturstandards im ländlichen Raum, die Zugehörigkeit zum Verkehrsverbund Berlin Brandenburg bzw. Orientierung zur Metropolregion Berlin sowie die Novellierung des Kommunalabgabengesetz - KAG M-V § 11. Das Schreiben ist online im Bereich „Branche“ hinterlegt.

1000seen.de/empfehlungen2017ff



Gemeinsam mit dem Fleesensee Hotel & Sportresort und dem Tourismusverband MV wurde während der ITB am 09. März zum Empfang „SEEN & HÖREN“ geladen, um sich auf eine kleine Genussreise durch unser Verbandsgebiet zu begeben und den guten Austausch unter Touristikern und Multiplikatoren zu pflegen. (Foto: TMV)

Seit 2013 und der zum 01. Januar 2014 vollzogenen Verschmelzung fungiert der **Vorstand** in folgender Zusammensetzung:



- 1. Vorsitzender Wolf Dieter Ringguth
- 2. Vorsitzender Frank Fechner
- Schatzmeisterin Carmen Pralow

Geborene Mitglieder (Vertreter von Landkreisen und der Stadt Neubrandenburg) sind Christian Fink, Christian Plünsch und Sabine Kunert. Jana Koch und Alexander Winter vertreten die Mecklenburgische Schweiz, Helmuth von Maltzahn und Ricardo Reschke fungieren als Beisitzer, Winnie Rösner als Vorsitzende des Marketingausschusses sowie als beratende Mitglieder Christoph von Kaufmann, Ulrich Meßner und Gert Schröter.

1000seen.de/vorstand



Wolf-Dieter Ringguth,
1. Vorsitzender unseres
Tourismusverbandes



Winnie Rösner,
Prokuristin im Bärenwald Müritz
und unsere Marketingausschuss-
Vorsitzende



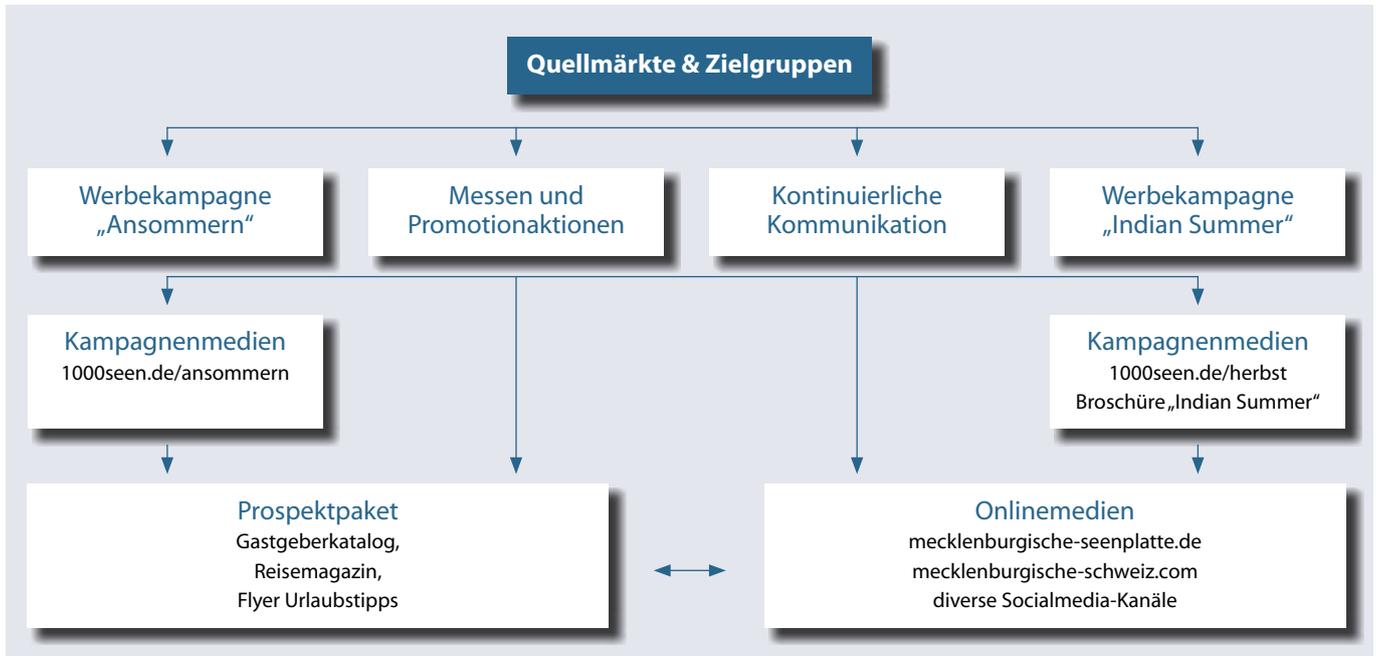
Jana Koch
leitet die Touristinformation Tete-
row und das Marketingnetzwerk
Mecklenburgische Schweiz

IV. Destinationsmarketing

strategisch geplante Umsetzung einer Vielzahl von Maßnahmen. Gleichwohl „tickt“ u.a. eine Medienbranche sehr spontan. Hier Chancen für unsere Destination zu ergreifen, bedeutet daher auch flexibel zu agieren. Personelle und finanzielle Ressourcen spielen grundsätzlich eine wesentliche Rolle.

Die Vermarktung der Mecklenburgischen Seenplatte und ihrer Teilregionen, verbunden mit der gezielten Ansprache und Gewinnung neuer Gäste, erfordert eine in erster Linie

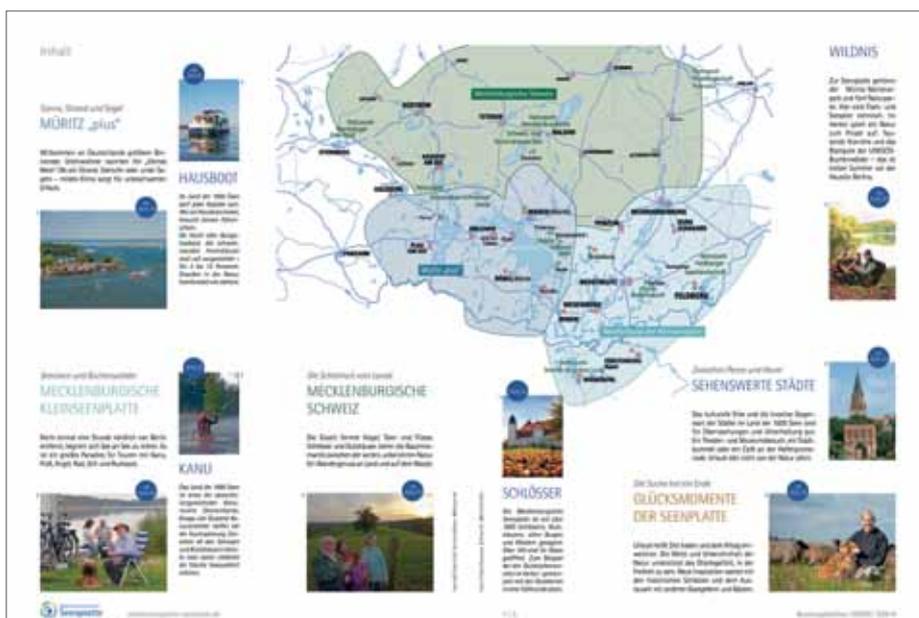
Über die im Wirtschaftsplan 2016 vorgesehenen Marketingaktivitäten hinaus, dokumentiert dieser Tourismusbericht die Umsetzung weiterer Projekte und Aktionen.



Im Zuge der budgetorientierten Optimierung eigener Medien und des auf Neukunden ausgerichteten Kampagnenmarketings, ist das hier abgebildete Schema der Versuch einer Verdichtung unseres Marketing-Mixes.

In unserem monatlich erscheinenden **Newsletter** berichten wir zeitnah über geplante und durchgeführte Maßnahmen. Alle Newsletter sind in unserem Webportal www.mecklenburgische-seenplatte.de im Menüpunkt „Branche“ dauerhaft eingestellt und ermöglichen eine detaillierte Rückschau auf das Kalenderjahr 2016.

Unter dem Marketingdach der Mecklenburgischen Seenplatte kommunizieren wir nunmehr die drei Teilregionen Mecklenburgische Schweiz, Müritz und Mecklenburgische Kleinseen (in den neuen Printmedien bereits umgesetzt) und stehen mit unseren touristischen Partnern der Kommunen im stetigen Austausch.



Regionale & thematische Kanalisierung von Content am Beispiel Reisemagazin für ein strukturiertes Gästeverständnis unseres diversifizierten touristischen Produkts „Seenplatte“

Die Reduzierung der Ausgaben für die Produktion eigener Printmedien stellte bekanntlich die grundsätzliche Voraussetzung zur notwendigen Erhöhung der Ausgaben für die Gewinnung neuer Gäste im Quellmarkt (u.a. Kampagnen Ansonnern und Indian Summer) dar. Die Bereitschaft unserer Mitglieder, sich mehr und mehr aktionsbezogen mit uns gemeinsam bei der Gewinnung neuer Gäste zu engagieren, erhöhte darüber hinaus den Etat für das Destinationsmarketing. Unabhängig davon, bleiben die Budgets und folglich Gestaltungsmöglichkeiten im Vergleich zu fast allen Mitbewerber-Destinationen bzw. deren Marketingorganisationen gering. So manche „Personallücke“ kompensierten wir 2016 innerhalb unserer Mitgliederorganisation durch die aktive Mitgestaltung von Gremien- und Verbandsmitgliedern sowie durch das Einwerben von Projektvorhaben.

Kampagnen

Ansonnern

Ziel war es, den Quellmarkt Berlin zu adressieren. Dies realisierten wir in enger Zusammenarbeit mit dem Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg (u.a. Verteilung von 8.000 Programmflyern „48 Stunden“), mittels Werbung in Medien der Deutschen Bahn/Berliner S-Bahn, einer crossmedialen Gästeansprache von Netto-Kunden (u.a. Anzeige in 4 Mio. Verkaufsprospekten, Auslage von 40.000 Flyer in Märkten) und Tagesspiegel-Lesern (u.a. 2 halbseitige Anzeigen, mehrfache Newsletterwerbung), einer umfangreichen Onlinewerbung im Raum Berlin sowie der Promotionaktion am 20./21. Mai in Spandau. Starke Partner waren u.a. die Touristinformationen der Kleinseenplatte.



ansonnern.de bündelt Reiseanlässe und Angebote



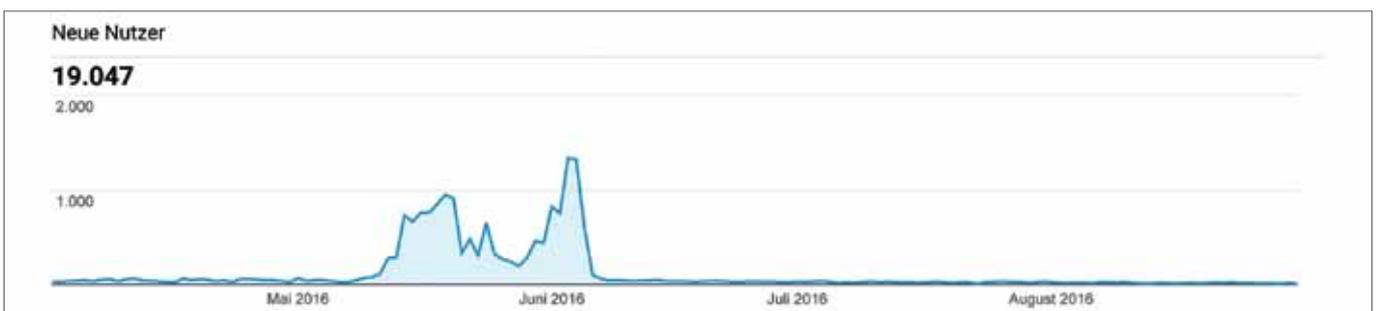
Halbseitige Anzeige im Tagesspiegel am 30.05.2016



Anzeige im NETTO Handzettel am 21.05. deutschlandweit (Auflage 4,1 Mio.)



Vorbericht im NDR bei „Lust auf Norden“ und im „Nordmagazin“ (Foto: ndr.de)



Die Kampagnenwebseite ansonnern.de wurde im Zeitraum April bis August 2016 von 19.047 neuen Nutzern besucht.

Indian Summer

Wie in den vergangenen zwei Jahren bildeten unser Onlineportal www.1000seen.de/herbst sowie die 16-seitige Broschüre die zentralen Elemente der im August und September realisierten Kampagne. Dank der hohen Partnerbeteiligung - insgesamt offerierten Onlineportal und Broschüre 31 Angebote und kleine Geschichten über ausgewählte Reiseanlässe - wurde die Broschüre in einer Gesamtauflage von 225.000 Stück gedruckt und als Beilage von Zeitungen (Sachsen, Sachsen-Anhalt, NRW) und Zeitschriften (GEO Saison, Nordis = Magazin für Skandinavien-Urlauber) an Haushalte verteilt. Zusätzlich wurde die Broschüre auf der Reisemesse TourNatur, beim Tag der offenen Tür der Mitteldeutschen Zeitung in Halle/Saale und der Landesvertretung M-V in Berlin vertrieben sowie auf Nachfrage versandt. In Radiospots auf Klassik Radio wurde der Indian Summer im Raum Berlin beworben. Die beauftragte Onlinewerbung garantierte uns zusätzlich 100.000 Klicks in der Bildergalerie auf MSN.de.



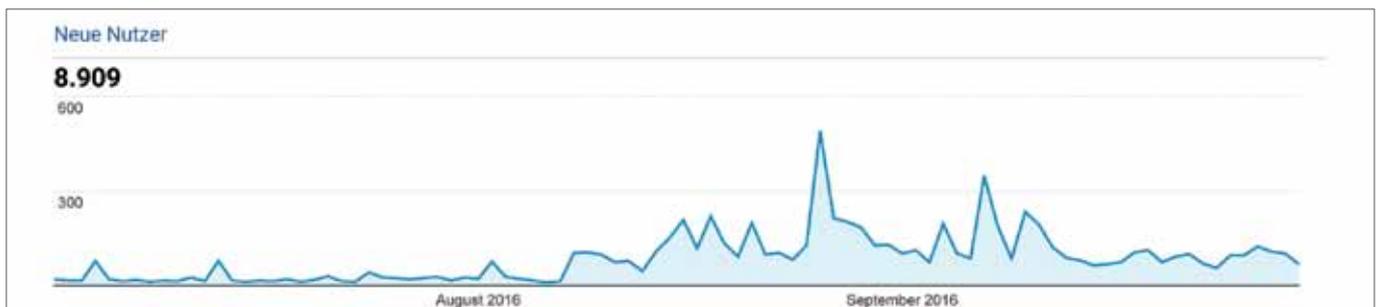
Titel der Broschüre „Indian Summer 2016“



1000seen.de/herbst bündelt Reiseanlässe und Angebote für den Herbsturlaub



Bilderstrecke mit 15 Motiven über den Indian Summer in der Mecklenburgische Seenplatte auf msn.com



Die Kampagnenwebseite 1000seen.de/herbst wurde im Zeitraum Juli bis September 2016 von 8.909 neuen Nutzern besucht.

Contentproduktion

Echte Natur

Im Rahmen des LEADER-Projekts „Natururlaub crossmedial vermarkten“ ist eine umfassende und vernetzte Content-Sammlung in 10 Themenwelten – bestehend aus Fotos/Fotoserien, Panografien (360 Grad Fotos), Bewegtbildern (kurze Filme), Texten und Porträts - zum Thema „Echte Natur“ zur Verwendung in allen vorhandenen und neu aufzulegenden Medien des TV MSE entstanden. Unter dem gleichen Titel wurde ein Reisemagazin zur Neukundenansprache produziert. Seit der Ideenfindung und Strukturierung des Projekts im Marketingausschuss ist ein Jahr vergangen. Die Umsetzung - u.a. die Definition der 10 Themenwelten - wurde mit einem Partnerworkshop eingeleitet.



Magazin „Echte Natur“ S. 2-3

Von der Idee bis hin zur Umsetzung: Mit der tragenden Rolle des Marketingausschusses sowie des operativen Einsatzes einzelner Ausschussmitglieder wurde das Projekt erfolgreich umgesetzt.

Barrierefreies Reisen

Fotoshooting in Kooperation mit dem Landestourismusverband zum Thema „Barrierefreies Reisen“.



Im Oktober entstand eine sechsteilige Fotostrecke an barrierefreien Orten, u.a. im Müritz-Nationalpark (Fotos: Thomas Ulrich)

Brauchtum und Tradition

Binnenfischerei und Bootsbau touristisch übersetzen, hieß für uns im Kern der Marke Seenplatte bleiben. So haben wir die „heutigen Tourismus-Unternehmen“ Müritzfischer, den Feldberger Fischer sowie die Kuhnle-Werft in einer Fotoserie dokumentiert.



Fotoshooting bei den Müritzfischern in Plau am See (Fotos: Achim Meurer)

Unabhängig davon steht die Seenplatte für das von der hiesigen Bevölkerung gelebte Thema „Jäger & Sammler“ (Angeln, Pilze/Beeren sammeln & Streuobst pflücken + regionale Kulinarik). In der Feldberger Seenlandschaft wurde in Kooperation mit dem Landestourismusverband hierzu „geshootet“.

Luftbilder

Googelt man Fotos der Mecklenburgischen Seenplatte, stehen Luftbilder auf Seite 1. Luftbilder sind demnach das A & O der Seenplatte-Kommunikation. Die mit einem regional etablierten Fotografen & Flieger geplante Fotoproduktion wurde im Juli umgesetzt. Es beteiligten sich immerhin 12 Partnerunternehmen und erwarben Bilderserien ihres Ortes bzw. ihres „Hauses“.



Am Großen Fürstenseer See (Foto: Hans Blosssey)

Gutshäuser

Durch den Regionalen Planungsverband Mecklenburgische Seenplatte wurde die öffentlichkeitswirksame und mediale Aufbereitung des Gutachtens „Bestimmung und räumliche Abgrenzung von Kulturlandschaften unter besonderer Würdigung von historischen Kulturlandschaften in der Planungsregion Mecklenburgische Seenplatte“ ausgeschrieben. Unser Tourismusverband hatte sich um einen Teil der Leistungserbringung beworben und den Zuschlag u.a. für das Porträtieren von 50 Gutshäusern in Bild und Text erhalten. Gut die Hälfte der Porträts für die spätere Nutzung in der POI-Datenbank sowie für eine Kartenlösung (Print) ist bereits entstanden.

Wo man Buchen nicht suchen muss

Mecklenburg-Vorpommern
Weltber-Bäume,
Weltklasse-Seen und
Weltenbummler-Vögel:
All das lässt sich perfekt
erleben an einem Tag im
Müritz-Nationalpark.

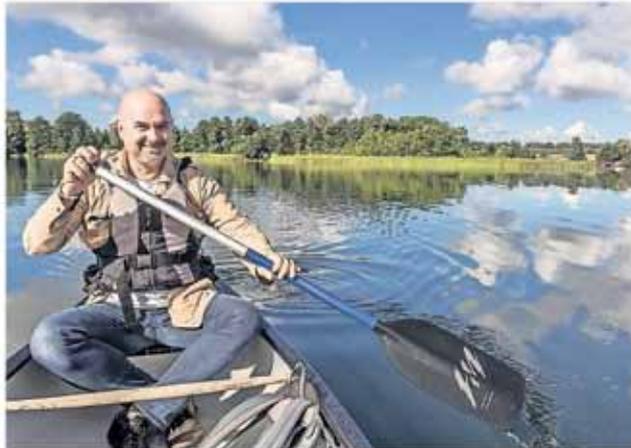
VON EKKEHART EICHLER

Pünkt zehn in Kratzburg-Granzin. An diesem Morgen sind wir die Ersten, die bei Kormoran Kanutouring ein Boot bestiegen und Kurs nehmen auf die Wasserlandschaft des Müritz-Nationalparks. Beziehungsweise eines klitzekleinen Teils davon. Zwei Stunden müssen reichen für eine Schnuppertour im Gebiet der Havelquellen. Profis paddeln auf Tagestörms gern schon mal die 23 Kilometer gen Süden bis zur Nationalparkgrenze. Und ganz Hartgesottene in ein paar Tagen sogar bis Berlin.

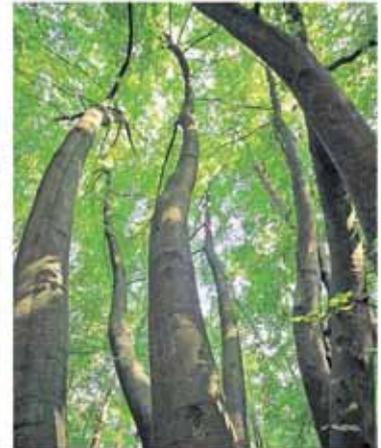
Martin Kaiser, der sich im Park um die Infrastruktur kümmert, steuert den Canadier zunächst auf den Granziner See, in dem sich weiße Wölkchen im glasklaren Wasser spiegeln. Dann wird es kurzzeitig düster: Die Verbindung zum Käbelicksee gleicht einem romantischen Spreewaldfließ – mit dichtem Spalier aus Schwarz-erlen, Brückenerle und weit übers Wasser ragendem Geißel, das manchmal nur bootbreit Durchfahrt gewährt.

Auffällig: Nirgendwo gibt es Basambü- oder Burgenbauspuren. „Kein Wunder“, erklärt Kaiser. „Der Biber hat es noch nicht in diesen Teil des Nationalparks geschafft.“ Zum Aussetzen angeboten habe man ihnen die nimmermüden Nager schon häufiger, „aber wir lehnen stets dankend ab. Nicht nur wegen möglicher Schäden. Auch aus dem Nationalparkgedanken heraus, dass sich die Natur von selbst und ohne Fremdeinwirkung entwickeln soll.“

Auf dem Käbelicksee – eine weitere Wasserperle mit zwei idyllischen Inselchen – berichtet der Experte von See- und Fischadlern, von denen jeweils gut ein Dutzend Paare im Nationalpark brüten. Schwärmt von den „Vögeln des Glücks“, die wir später noch reichlich sehen werden. Erzählt von Milanen, Haubentauchern, Rohrdommeln, Elfvögeln und diversen anderen Feder- und Fellgeier, das in den streng geschützten Gewässern. Wäldern und Mooren des Nationalparks ideale Lebensräume vorfindet. Der Rest ist Paddeln, Schwimmen und Genießen.



Martin Kaiser genießt jede freie Minute in „seinem“ Nationalpark. Gern auch per Boot.



Solche Prachtbuchen gibt es im Serrahner Weiterbe zuhauft.

13 Uhr, Serrahn. Im östlichen Teil des Nationalparks wandern wir zum offiziell größten Schatz der Region. Seit 2011 gehören fünf deutsche Waldgebiete zum Weiterbe der Menschheit und genießen damit den gleichen herausragenden Status wie der Yellowstone-Nationalpark, die Victoriafülle oder Darwins Galapagos-Arche. Die UNESCO würdigte damit den außergewöhnlichen und universellen Wert der „Ältesten Buchenwälder Deutschlands“ – als Ökosysteme, „die das Erscheinungsbild eines ganzen Kontinents in weltweit einzigartiger Weise geprägt haben.“

Auch der Buchenwald von Serrahn ist so ein einmaliger Lebensraum für Pflanzen, Vögel, Kleinsäuger und Insekten: allein die Zahl der Käferarten in Buchenwäldern wird auf mehrere Hundert geschätzt. In alten Baumriesen und abgestorbenen Totholzstämmen wohnen Rote-Liste-Sorgenkinder wie die Mopsfledermaus, Käfer-Norflie wie der Bremli, Schwarzer-Pilze wie der Buchenschleimrindling und zahllose andere Insekten, Pilze, Flechten und Moose.

Aber auch für den Menschen waren Buchenwälder stets überlebenswichtig. Hier holte er Bau- und Brennholz, sammelte Beeren und Pilze, ging auf die Jagd, weidete

das Vieh. Und bis heute prägt die Buche auch unsere Kultur: Sie ist nicht wegzudenken aus Märchen und Sagen. Auf sie geben Worte wie Buch oder Buchstabe zurück. Rund 1.900 Orte in Deutschland tragen die Buche im Namen, von Buchholz bis zur slawischen Form Buckow. Und nicht zuletzt sind Buchenwälder unersetzlich als Erholungsraum.

Auf dem Wald-Erlebnis-Pfad pirschen wir uns heran an den Schatz. Passieren Adleraugguck, Kesselmoor und den ebenso verwunschenen wie märchenhaften Schwingartensee. Hören in der Lauschecke – einem ausgehöhlten Baumstumpf – tief in uns und die Natur hinein. Blicken von der Waldhängematte nacktschonend und kontemplativ in die Baumspitzen. Sehen Pilze an Bäumen, blühende Moorpflanzen und Frösche, die über den Waldweg huppen.

Nach fünf Kilometern haben wir den Rand des Weiterbes erreicht. Buchen über Buchen, die mit allerlei raffinierten Tricks dafür sorgen, dass Kiefern, Birken und Eichen neben und unter ihnen keine Überlebenschance haben. Sehr tief hinein freilich geht es nicht – „das wäre in dem kuppigen und unübersichtlichen Gelände schlicht zu gefährlich“, betont Martin Kaiser mit Nachdruck. Am Erlebniswert ändert das nichts.

Die Führer für diesen alten und unberührten Wald wird aber noch größer.

18 Uhr, Federow bei Waren. Wie fast jeden Abend im Herbst hat sich auch heute ein Grüppchen an der Nationalpark-Info eingefunden, das scharf ist auf ein besonderes Schauspiel. Showbühne ist der zwei Kilometer entfernte und gänzlich von Wald- und Schilfgürteln umschlossene Rederang-See, die Zuschauer-Loge ein großer überdachter Ausguck mit freier Sicht nach vorn. Dann heißt es warten und schweigen, schweigen und warten. Keiner redet, keiner telefoniert – allein diese langen Minuten unverhörter Stille und tiefen Friedens in reiner Natur sind das Vergnügen schon wert.

Das ändert sich erst, als sich die Hauptdarsteller lautstark ankündigen, bevor sie ins Blickfeld geraten. Zwischen sieben und acht Uhr schwebt Kranichstafel um Kranichstafel ein – mal in kleiner Schar, mal in großer Formation, mal in tänzender Kette, mal als perfekter Keil. Immer jedoch kräftig trompetend und spektakelnd. Ein tolles Naturschauspiel, das von Ende September bis Mitte Oktober sein fulminantes Finale erlebt. Dann nämlich tanzen hier um die 10.000 Kraniche auf für den Weiterbe gen Süden und machen Mega-Rabatz – optisch und akustisch.

Kanus und Kraniche

- **Mit dem Auto** über die A19 (Abfahrt Röbel oder Waren) oder A20 (Abfahrt Friedland), von Dresden rund 400 km.
- **Der Nationalpark** bietet zahlreiche Aktivitäten an – von Adler-Safaris bis zu geführten Rad- und Wandertouren: www.nationalpark-service.de
- **Kanutourern:** Kormoran Kanutouring, ab 18 Euro (2 Stunden), Tagespauschalen ab 26 Euro; www.kormoran-kanutouring.de
- **Wald-Erlebnis-Pfad Serrahn:** Wanderungen zum Weltunserbe Buchenwälder (5/8/11 km, erste barrierefrei).
- **Kranich-Ticket:** bis 23. Oktober, Bus ab Waren, Führung ab Federow oder Schwarzenhof, Dauer 3 Std.; 8,50/4,50 €.
- **Müritzseem:** Das Naturerlebniszentrum in Waren/Müritz ist täglich von 10 bis 19 Uhr geöffnet; Eintritt 9 bzw. 3 €; www.muertizseem.de
- **Infos:** www.auf-nach-mv.de www.muertiz-nationalpark.de www.mecklenburgische-seenplatte.de
- **Die Beherche** wurde unterstützt von den Tourismusverbänden Mecklenburg-Vorp. und Mecklenburgische Seenplatte.



Basler Zeitung, 18. August 2016



Mitteldeutsche Zeitung, 30. September 2016



neues deutschland, 08. Oktober 2016

Der Artikel ist erschienen am 17. September 2016 in der Sächsischen Zeitung.

Pressereisen

Neben einer Reihe individueller Reisen, führten wir vom 6. bis 9. Oktober in Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband MV die Gruppen-Pressereise „Indian Summer“ mit Vertretern von RBB, NDR, ntv, dpa-Themendienst, Berner Zeitung, Hamburger Abendblatt, Siegener Zeitung bzw. für diese Medien berichtenden Journalisten durch. (Selbstverständlich mit dem Wissen, dass eine Vielzahl der Beiträge erst im kommenden Jahr erscheinen bzw. weitere Recherchen/Produktionen auslösen werden) Die Tour führte durch die gesamte Mecklenburgische Seenplatte und beinhaltete immerhin 18 Programmbausteine.



Naturkundliche Wanderung auf dem Wald-Erlebnis-Pfad bei Serrahn im UNESCO Weltnaturerbe „Alte Buchenwälder Deutschlands“ mit dem Naturfotografen Roman Vitt



Kranichtour mit der Blau-Weissen-Flotte vor der Halbinsel „Großer Schwerin“



Mit Solarboot und Kanu die Peene flussaufwärts in der Dämmerung mit dem hier interviewten Ranger Ingo Ernst



Mecklenburgische Schweiz mit Rötelberg und Skulpturenweg

Die Bereitschaft unzähliger Mitglieder sich personell und finanziell bei der Umsetzung von Recherche-reisen und Produktionen einzubringen, soll an dieser Stelle gewürdigt werden. Das Engagement zählt auf das Destinationsmarketing im Allgemeinen ein.

 **Vielen Dank!**

Auslandsmarketing

Quellmarkt Schweiz weiter im Visier

Neue direkte Anreiseoptionen und eine wachsende Bekanntheit der Seenplatte in der Schweiz bildeten die wichtige Grundlage für eine weitere gezielte Ansprache in diesem Quellmarkt. Ein in Abstimmung mit dem Landestourismusverband MV, der Deutschen Zentrale für Tourismus Schweiz sowie den Reiseveranstaltern Eurotours (Charterflug Basel-Rostock/Laage) bzw. Railtour Suisse (City Night Line ab Zürich u. Basel) erstellter Marketingaktionsplan wurde im Dezember 2015 im Vorstand sowie im Januar 2016 im Marketingausschuss diskutiert und im Anschluss gemeinsam mit Partnerunternehmen umgesetzt. Unter anderem via Januarnewsletter hatten wir aktiv um die Beteiligung unserer Mitglieder geworben.

Als zentraler Anker der Werbemaßnahmen wurde unter 1000seen.ch ein Landingportal eingerichtet. Darüber hinaus fanden 2016 mehrere Informationsreisen für Reisebüromitarbeiter und Recherchereisen für Journalisten statt. Infolgedessen erschienen u.a. Artikel in NZZ, Baseler Zeitung sowie Berner Zeitung. Im Vergleich zum Kalenderjahr 2015 wurden nochmals mehr Printmedien-Bestellungen aus der Schweiz registriert. (Erhöhung um das Dreieinhalbfache)



Seit Ende Februar präsentiert sich die Mecklenburgische Seenplatte unter 1000seen.ch mit einer eigenen Landingpage den Gästen aus der Schweiz. Bereits über 5.800 schweizer User informierten sich auf dem Portal. Im Fokus der besuchten Seiten stehen besonders die Themen Hausboot, Schlösser und Radfahren. Allein durch einen Eintrag im Newsletter der Schweizer Bahnen SBB wurden mehr als 2.000 Klicks erzielt.



Am 12. März 2016 stellte sich die Mecklenburgische Seenplatte mit einer Promotion auf dem Hauptbahnhof in Zürich vor.



Als Partner mit dabei waren die AllSeasonParks, Kuhnle-Tours und die Warnerer Hotelgemeinschaft. Unser Gewinnspiel, bei dem die Gäste Papierboote gefaltet haben, fand viel Anklang und bot genügend Zeit für ausführliche Gespräche.



Gemeinsam mit Railtour Suisse wurde am „Ort“ mit „Werbeform“ geworben

Ein Hinweis: Nach der Einstellung des Produkts „City Night Line“ seitens der Deutschen Bahn Ende 2016 wird die ÖBB einige Nachtzüge in Deutschland fahren lassen. Darunter auch die Verbindung Zürich - Basel Bad - Frankfurt - Erfurt - Berlin (- Hamburg).

Ab Mai 2017 betreibt die Airline Germania unter anderem die Strecke Zürich-Rostock/Laage. Freitags und sonntags verkehrt ein Airbus A319 bzw. eine Boeing 737-700 (150/148 Plätze) wobei ca. 50% der Kapazität bereits für Passagiere der Kreuzfahrtschiffe ab/an Warnemünde kontingentiert wurden.

Produktion des Prospektpakets 2017

bestehend aus Gastgeberverzeichnis, Reisemagazin sowie Freizeitbroschüre „UrlaubsTipps“



Gastgeberkatalog 2017: 64 + 4 Seiten, Auflage 60.000, wird via Versand, Messen & Promotion und über die Prospektauslage im Quellmarkt (Lesezirkel) distribuiert. Eine sehr geringe Teilmenge liegt in den Touristinformationen aus.

Reisemagazin 2017: 48 + 4 Seiten, Auflage 30.000, wird via Versand und Messen & Promotion distribuiert und dient explizit der Neukundengewinnung (erscheint im Dezember 2016)

Freizeitbroschüre UrlaubsTipps 2017: 48 + 6 Seiten, Auflage ca. 100.000, wird über die Touristinformationen verteilt. Eine geringe Teilmenge wird via Versand und Messen & Promotion im Quellmarkt distribuiert. (Die Ausgabe 2016 ist im März 2016 erschienen. Die Ausgabe 2017 erscheint bereits im Januar 2017.)



Neu aufgelegt wurde zudem unsere **Urlaubskarte** mit neuem Design und Imageteil (Auflage: 80.000 Exemplare). Im Zuge der Ansommern-Aktion wurde die Karte großflächig über die Netto-Märkte in Schleswig-Holstein und MV verteilt.

Messen und Promotionaktionen

mit Partnerbeteiligung

An insgesamt **66 Messe- und Aktionstagen** haben wir mit beteiligten Partnern Gästen im In- und Ausland die Destination Mecklenburgische Seenplatte in abwechslungsreicher Art und Weise vorgestellt, begleitet vom Prospekt-Trio Gastgeberverzeichnis, Reisemagazin und UrlaubsTipps - nun im einheitlichen, ansprechenden Erscheinungsbild.

Absoluter „Renner“ wurde nach der längst fälligen Neuaufgabe die komplett überarbeitete „**Urlaubskarte**“ – erstmalig bei der REISEN in Hamburg dabei, war sie dort und bei allen weiteren Aktionen genau der richtige „Aufhänger“, mit den Gästen ins Gespräch zu kommen.



Als Ergänzung zum zweiten, eigenen Messe-Auftritt in Hamburg kam hier erstmalig ein gesondert aufgelegter **Messe- Flyer** mit den Angeboten der beteiligten Partner zum Einsatz.

Bei der zweiten, durch uns organisierten **Marktplatz-Promotion** war die Seenplatte dieses Jahr vom 20.-21. Mai 2016 „Ansommern“ in **Berlin Spandau**. Gastgeber und Vertreter von fast 50 Übernachtungs- oder Freizeitanbietern, Regionen und Städten der Mecklenburgischen Seenplatte machten sich persönlich auf den Weg nach Berlin, um direkt auf dem Marktplatz in der historischen Altstadt von Spandau den Berliner Gästen Anregungen, Tipps und Angebote für Ihren nächsten Aufenthalt an der Seenplatte zu geben.



Art	Zeitraum	Aktion	Details	Tage	
Messen	14.01. - 17.01.2016	Ferien Wien	1/2 Counter am TMV-Stand	4	
	15.01. - 24.01.2016	Grüne Woche Berlin	Counter am MV-Stand über LK / WFM	10	
	16.01. - 24.01.2016	CMT Stuttgart	Portallösung über TMV, großer Eckcounter	9	
	28.01. - 31.01.2016	FESPO Zürich	Counter am TMV-Stand	4	
	10.02. - 14.02.2016	fr.e.e München	Neue Standlösung über TMV	5	
	17.02. - 21.02.2016	Reisen Hamburg	Eigener TV MSE-Stand gemeinsam mit 7 Partnern	5	
	09.03. - 13.03.2016	ITB Berlin	Präsentation am Gemeinschaftsstand des TMV	5	
	02.09. - 04.09.2016	TourNatur Düsseldorf	1/2 Counter am TMV-Stand, vertreten durch Mecklenburger ParkLand	3	
	Promotion	12.03.2016	Zürich Hauptbahnhof	Gemeinschaftsaktion mit Kuhnle-Tours, AllSeasonParks, Wahoge	1
02.04. - 03.04.2016		WAZ Essen	Doppelcounter mit dem TMV, vertreten durch TI Rechlin	2	
20.05. - 21.05.2016		Marktplatz Berlin Spandau	Ausrichter TV MSE mit Partner f. Spandau, 45 Partnern	2	
23.06. - 26.06.2016		Deutscher Wandertag Sebnitz	Prospekt-Mitgabe	4	
29.06. - 03.07.2016		Fusion Lärz	Auslage der Urlaubskarten		
01.07. - 03.07.2016		Jazz am Hafen Berlin Kladow	Ausrichter Partner f. Spandau, unter Beteiligung von 5 Partnern	3	
09.07. - 10.07.2016		MV Tag Güstrow	Beteiligung über LK/ WFM, Pagode mit 3-Königinnen-Palais	2	
11.08. - 14.08.2016		Hanse Sail Rostock	Prospekt-Mitgabe über Kuhnle- Tours	4	
03.09.2016		MDR Harz Open Air Wernigerode	Sponsoring und Verteilung der Urlaubskarte	1	
04.09.2016		Tag der offenen Tür MZ Halle	Präsentation des TV MSE in eigener Pagode	1	
03.10.2016		Tag der offenen Tür LV M-V	Präsentation an einem Marktstand im Atrium der Landesvertretung	1	
Gesamt					66

Studienreisen für die Reisebranche

Qualifizierte Reiseberatung aus persönlicher Erfahrung ist heute mehr denn je die Voraussetzung für den Verkaufserfolg im stationären Reisevertrieb. Zur zweiten, durch uns organisierten **Studienreise der Willy-Scharnow-Stiftung** besuchten uns am „Ansommern-Wochenende“ 11 Reisebüro-Experten aus ganz Deutschland. Die „48 Stunden“ ließen den Gästen - die übrigens alle das erste Mal an der Seenplatte waren - viel Raum, diese auch individuell zu erleben. Das Feedback auf die Reise war überwältigend, u.a. haben zwei der Reisebüro-Experten unsere Region inzwischen gleich noch einmal besucht.



Rundgang in Wesenberg

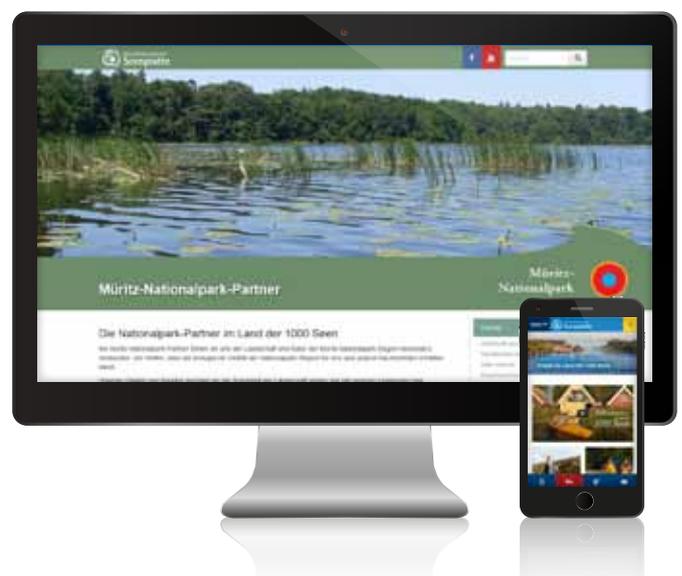


Schiffahrt auf dem Haussee

Online-Portale

Mit dem Jahreswechsel wurde als eine Maßnahme im Rahmen der Aufgabenübertragung der Internetauftritt der Müritz-Nationalpark-Partner in das Portal-Netzwerk des Tourismusverbandes integriert. Durch die Umstellungen präsentiert sich **mueritz-nationalpark-partner.de** in einem responsiven Design, so dass die Seiten auch auf mobilen Endgeräten gut lesbar und bedienbar sind. Die Datendrehseibe ermöglicht zudem eine umfangreichere und portalübergreifend einheitliche Präsentation der einzelnen Partner. Auch Veranstaltungen und Angebote aus der Datenbank werden genutzt.

Am 22.01.2016 wurde auch unser Destinationsportal **mecklenburgische-seenplatte.de** im neuen Gewand freigeschaltet. Im Februar entstand zudem das Kampagnenportal **1000seen.ch** mit Angeboten für Gäste aus der Schweiz. Die gemeinsamen Datensätze aller Portale lassen eine schnelle Aktualisierung und den einfachen Aufbau neuer Themenschwerpunkte zu.



Das Portal-Netzwerk verfügt über ein neues, responsives Design.

Online-Statistik

Auf den Online-Portalen konnten in den vergangenen 12 Monaten (Stand 30.09.) insgesamt **972.499 Besuche** statistisch erfasst werden. Das entspricht einem leichten Anstieg von 1% im Vergleich zum Vorjahr.

Die Besuche verteilen sich wie folgt auf die Portale:

mecklenburgische-seenplatte.de	771.042 Besuche
mecklenburgische-schweiz.com	156.720 Besuche
ansommern.de	26.081 Besuche
1000seen.de/herbst	12.806 Besuche
1000seen.ch	5.850 Besuche

Besuche:	mecklenburgische-seenplatte.de		mecklenburgische-schweiz.com	
	10.2014 - 09.2015	10.2015 - 09.2016	10.2014 - 09.2015	10.2015 - 09.2016
Monat				
Oktober	32.382	34.135	13.917	10.237
November	27.683	28.597	12.667	10.133
Dezember	25.099	29.715	19.360	14.588
Januar	60.966	65.953	17.863	18.564
Februar	47.597	43.784	14.365	11.126
März	54.543	55.239	11.936	12.312
April	55.780	58.530	11.146	13.277
Mai	81.879	83.544	13.086	15.499
Juni	97.339	92.844	12.820	10.912
Juli	133.561	125.929	14.230	15.520
August	106.682	103.648	12.993	14.088
September	46.125	49.124	10.411	10.464
Gesamt	769.636	771.042	164.794	156.720

Eine höhere Wahrnehmung erhielten wir auch in den sozialen Medien. Über **18.000 Abonnenten** folgen mittlerweile unserer **facebook-Seite** (facebook.com/1000seen).



Mit interessanten Beiträgen ließ sich viral eine hohe organische Reichweite erzielen. Besonders Landschaftsbilder und Kurzfilme erfreuen sich einer hohen Beliebtheit in der Community. Unser bisheriger Top-Beitrag ist der neue Imagefilm der Residenzstadt Neustrelitz.



Der Imagefilm von Neustrelitz erreichte 63.953 Personen auf facebook und wurde über 25.000 mal aufgerufen. Der Beitrag wurde 643 mal geteilt.

Ausgebaut wurde zudem das Newslettermarketing. 13.800 Empfänger sind für den **Gästenewsletter** aktiviert. Die Anzahl der Versandtermine wurde von 5 auf 7 erhöht. Die Öffnungsrate lag zwischen 26 und 32 %.

Datum	Thema	Öffnungen
01.02.2016	Urlaubsangebote 2016	3.804
21.03.2016	Ostern	3.596
12.05.2016	Ansommern - Kunst:offen, Müritz Sail	3.399
03.06.2016	Ausflugstipp „48 Stunden“	4.001
01.08.2016	Aufruf „Familie für ZDF Hausboot-Dreh“	4.326
26.08.2016	Spätsommer - Kraniche, Pilze, Feste	3.512
10.09.2016	Herbstferien, Schlösserherbst, Halloween	3.507

IMPRESSUM

Herausgeber:

Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V.
 Turnplatz 2 • 17207 Röbel/Müritz
 Telefon: +49 (0) 39931 538-0
 Fax: +49 (0) 39931 538-29
 info@mecklenburgische-seenplatte.de
 www.mecklenburgische-seenplatte.de

Satz, Gestaltung:

Robert Neidel • Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V.

Druck: optimal media GmbH

Glienholzweg 7 • 17207 Röbel/Müritz



Redaktionsschluss: 14. Oktober 2016
 Erscheinungsdatum: 02. November 2016
 Auflage: 500 Stück

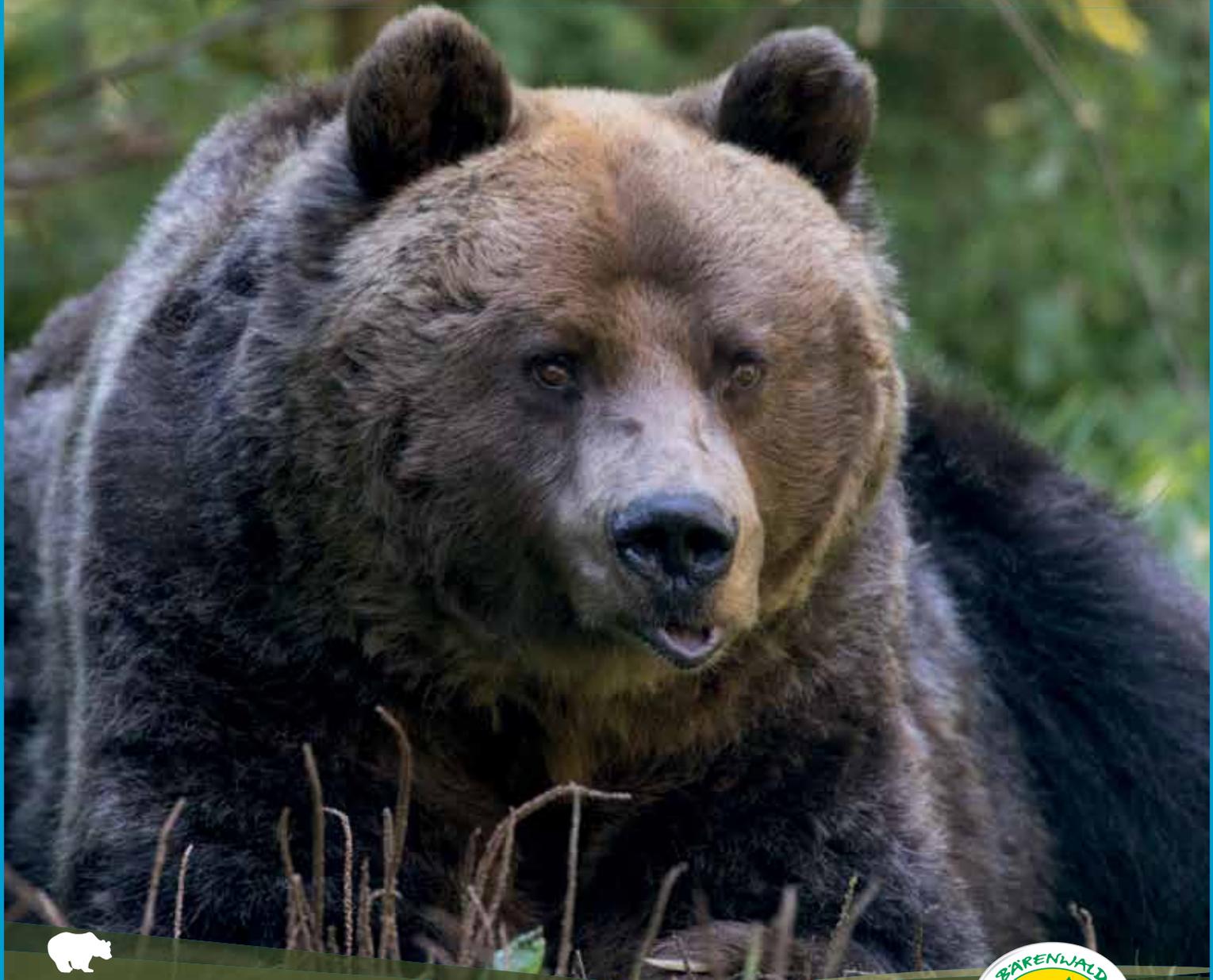
Hinweis: Ein Großteil der im Tourismusbericht 2016 enthaltenen Informationen wurde bereits umfangreich und zeitnah in den monatlichen Mitgliedernewslettern sowie auf www.mecklenburgische-seenplatte.de/branche veröffentlicht. Dortige Informationen betrachten unsere Arbeit nicht nur berichtend, sondern bieten die Gelegenheit der aktiven Beteiligung.



bärenwald-müritz.de

ENTDECKE DIE WILDNIS DER BÄREN

in Westeuropas größtem Bärenschutzzentrum



Begeben Sie sich auf Entdeckungsreise und erleben eines der faszinierendsten Wildtiere unserer Erde - **MITTEN IN DER NATUR.**

Verschiedene **ERLEBNIS-ATTRAKTIONEN** wie der Naturentdeckerpfad mit Labyrinth & Höhenpfad, ein Abenteuer-Waldspielplatz, Spiel- & Ausstellungsstationen, Bären-Führungen u. v. m. erwarten Sie. Im **NEUEN BESUCHERZENTRUM** mit „Boulevard der Region“, Bio-Bistro, Bärenakademie & Bibliothek, In- & Outdoorspielplätzen und Besucherterrasse beginnt Ihre Reise in die Welt der Braunbären.



TÄGLICH GEÖFFNET!

BÄRENWALD Müritz
Am Bärenwald 1
17209 Stuer
Tel. 039924 79118