

Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V.
Mitgliederversammlung am 01.11.2017



Mecklenburgische
Seenplatte

TOURISMUSBERICHT 2017

Inhalt:

I. Unsere Urlaubsregion.....	02
II. Statistik 2017	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 oder 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 laden dazu ein, die intakte Natur aktiv zu entdecken oder entspannt und entschleunigt zu genießen. Biber, Eisvogel, Kranich, Fisch- und Seeadler, Wisentgehege Damerow, Ivenacker Eichen und Tiergarten Neustrelitz, Eiszeitroute, Feldberger Seenlandschaft, Peenetal, Kummerower See sowie Müritz-Nationalpark-Partner, Wildpark-MV und das UNESCO Weltnaturerbe Alte Buchenwälder in Serrahn stehen für ein ursprüngliches und naturbelassenes Urlaubserlebnis in der Mecklenburgischen Seenplatte.



Reisemagazin S. 30-31

Die Mecklenburgische Seenplatte verfügt über eine einmalige Dichte an Schlössern, Guts- und Herrenhäusern in Europa. In unserer über Jahrhunderte landwirtschaftlich geprägten Region sind sie Relikte und Zeitzeugen jener Zeit und bilden heute touristische Sehnsuchtsmotive, Ausflugsziele oder exklusive Hotels und Veranstaltungsorte.



Reisemagazin S. 34-35

Kulturstädte der Mecklenburgischen Seenplatte sind die Barlachstadt Güstrow, die Stadt der Vier Tore Neubrandenburg und die Residenzstadt Neustrelitz. Daneben stehen 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 stellvertretend für zahlreiche kulturelle Erbschaften unserer Region.



Reisemagazin S. 36-37

Neben der selbstverständlichen Zugehörigkeit zum Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte existiert zwischen Bützow im Nordwesten und Feldberg im Südosten eine starke Verbundenheit von Einwohnern, Gastgebern und Gästen in Bezug auf unsere jeweiligen touristischen Teilregionen.

Die Mecklenburgische Schweiz, eine Endmoränenlandschaft, deren landschaftliche Charakteristik sich vom 96 m hohen Rötelberg erschließt, ist geprägt von ihren Schlössern sowie Gutshäusern und -dörfern. Der Naturpark Mecklenburgische Schweiz und Kummerower See beherbergt Deutschlands achtgrößten Binnensee, welcher - wengleich touristisch noch entwicklungsfähig - bereits heute ein Angelparadies für Insider darstellt. Östlich schließt sich mit dem Naturpark Peenetal eine der artenreichsten und unberührtesten Flusslandschaften Deutschlands 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 beherrschendes Postkartenmotiv der Müritz. Obwohl westlicher Teil der Mecklenburgischen Schweiz, ist der Luftkurort Krakow am See ein vergleichbares „Urlaubsprodukt“.



Reisemagazin S. 10-11

Die Mecklenburgische Kleinseenplatte beherbergt unzählige kleine Urlaubsparadiese. Von Wald umgebene Seen 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/Havel und Rheinsberg im Süden. Die Residenzstadt Neustrelitz, nur etwa eine Bahnstunde von Berlin entfernt, ist das Tor des Müritz-Nationalpark-Teilgebietes „Serrahn“, in dem sich das UNESCO Weltnaturerbe Alte Buchenwälder befindet. Prägend für diese Region ist das umfangreiche Campingangebot.



Reisemagazin S. 18-19

Das Qualitätssiegel „Familienurlaub MV – Geprüfte Qualität“ zeichnet zahlreiche Unternehmen unserer Verbandsregion aus und spiegelt damit eine wichtige Klientel der Region wider. Der generationsübergreifende Familienurlaub im Ferienhaus oder auf dem Bauernhof, in der Kleinfamilie auf einem Hausboot oder ein Vater-Tochter/Sohn-Wochenende zum Pilze sammeln, Radfahren oder Paddeln sind wiederkehrende und beliebte Motive in unserer Medienkommunikation.

II. Statistik 2017

Übernachtungsstatistik	Januar - Juli 2017				
	Ankünfte		Übernachtungen		durchschnittliche Aufenthaltsdauer
	insgesamt	Veränderung zum Vorjahreszeitraum	insgesamt	Veränderung zum Vorjahreszeitraum	
		%		Anzahl	%
Mecklenburg-Vorpommern	4.357.990	+1,0	16.959.039	-0,4	4,0
Mecklenburgische Seenplatte und Schweiz	739.364	+3,1	2.544.344	+3,8	3,4
Usedom, Insel	625.454	+0,7	3.009.171	-0,1	4,8
Mecklenburgische Ostseeküste	1.252.891	+1,4	4.618.639	-0,7	3,7
Westmecklenburg	318.232	+0,3	817.538	-0,9	2,6
Rügen/Hiddensee	783.020	-2,0	3.574.174	-1,1	4,6
Vorpommern	1.264.483	+1,5	5.404.344	-1,5	4,3
Fischland-Darß-Zingst, Halbinsel	275.809	+1,0	1.416.521	-6,3	5,1

Tabelle 1 - Teilregionen absteigend sortiert nach Veränderung der Übernachtungen zum Vorjahreszeitraum

Unsere Verbandsregion und die Städte des Landes verzeichnen derzeit im Vergleich zum Vorjahr positive quantitative Gäste- und Übernachtungszahlen. Die Küstendestinationen hingegen müssen Abschlüsse bei den Gäste- und Übernachtungszahlen hinnehmen.

Von Januar bis Juli 2017 wurden 2.544.344 Übernachtungen in der Verbandsregion Mecklenburgische Seenplatte/Schweiz statistisch erfasst (+ 3,8 % zum Vergleichszeitraum 2016). Die angebotenen Schlafgelegenheiten befanden sich fast auf Vorjahresniveau: im Monat Juli beispielsweise wurden 51.544 Schlafgelegenheiten am Markt angeboten (- 0,6 % zum Vorjahresmonat).

Im Landkreis Mecklenburgische Seenplatte waren dies innerhalb des oben genannten Zeitraums 2.069.299 Übernachtungen mit einem Zuwachs zum Vergleichszeitraum 2016 in Höhe von + 4,9 %.

Der wettertechnisch schlechte Sommer dürfte jedoch negative Auswirkungen auf Ausflugsverkehre und „Walk-in-Gäste“ bzw. Last-Minute-Buchungen gehabt haben und das

Ergebnis des touristischen Jahres von Branche zu Branche unterschiedlich stark trüben.

Ein Blick auf die Auslastung zeigt, dass diese, bezogen auf den Zeitraum Januar bis Juli 2017, mit 28,7 % unter dem MV-Durchschnitt liegt, aber innerhalb der vergangenen drei Kalenderjahre um mehr als 13 % angestiegen ist. Im Zeitraum Januar bis Juli 2014 wurden 25,2 % ausgewiesen.

Wie in den Vorjahren weisen wir explizit und kritisch darauf hin, dass ...

- Betriebe mit weniger als zehn Touristenbetten sowie der gesamte Bootstourismus nicht statistisch erfasst werden, obwohl gerade diese in unserer Region einen großen Teil der Gästeübernachtungen realisieren (geschätzt weitere 1,5 Millionen!).
- 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 2017 lag uns die Auswertung vom Juli 2017 vor.

Die Darstellungen basieren auf den Informationen des Statistischen Amtes MV. 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 2017 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

25 Jahre Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V.

Der touristische Erfolg der Mecklenburgischen Seenplatte steht und fällt mit einer erfolgreichen Zusammenarbeit der regionalen Partner. Hinter den Kulissen von Kampagnenmarketing, Messen und Medienproduktion unseres Tourismusverbandes verbirgt sich ein starkes Miteinander. Daher war es uns ein großes Anliegen, die erfolgreiche Urlaubssaison sowie unser Jubiläum 2016 gemeinsam mit unseren Mitgliedern und deren Familien (insgesamt 170 Personen) besinnlich zu begehen. Beim Tannenbaumschlagen am 16. Dezember 2016 konnten wir uns auf persönliche Art für 25 Jahre Mitgliedschaft und Mitgestaltung bedanken.



Den Film zum Event „25 Jahre Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V.“ können Sie hier ansehen:
1000seen.de/25jahre



„25 Jahre Erfolgsstory **Wassertourismus** MSE – Wie geht’s weiter?“ wurde im Rahmen der Messe boot in Düsseldorf mit Akteuren aus Verwaltung/Politik; (WSV, BMVI, Länder MV, Brandenburg und Berlin: Ministerien, IHKs, Abgeordnete Bund), Touristik und Medien im Rahmen von Pressekonferenz, Workshop und Get-together diskutiert.

Bereits zur Vorstandsitzung am 27. Februar 2017 - eine von insgesamt sieben im Verlauf des vergangenen Jahres - konnten wir konstatieren: „Die zurückliegenden Monate waren durch eine enorme operative Leistung gekennzeichnet. Fast alle in der Mitgliederversammlung 2016 als neue Vorhaben für 2017 bezeichneten Aktionen konnten vollständig umgesetzt werden. Bislang durchgeführte Maßnahmen (Messen – allen voran in Chemnitz und Düsseldorf, die Jahreskampagne mit dem TMV, die Seenplatte-Sendung auf Klassik Radio) wurden im Rahmen der Planung erfolgreich realisiert. Die Kampagnen „Ansommern“ und „Indian Summer“ werden bereits in einer Woche „ausgerollt“. Zusätzlich gebundene Mittel aus Marketingpaketen ermöglichen im Jahresverlauf voraussichtlich überplanmäßige Aktionen. Die Zimmervermittlung lässt mit einem Plus von 20% im Vergleich zum Vorjahr auf einen guten Vorbuchungsstand in der Region schließen.

Die Mecklenburgische Seenplatte wurde vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) im März 2017 als **Modellregion für Kulturtourismus** ausgewählt. Gegenstand der Bewerbung war die in Europa einmalige Dichte an Guts- und Herrenhäusern, die in unserem Landstrich landschaftsprägend wirkt. Abstimmungen mit den für das Projekt zuständigen Partneragenturen sowie die Auftaktgespräche mit regionalen Partnern ergaben, dass wir neben dem Kernthema Gutshäuser eine zentrale Darstellung und Verkaufsförderung der Vielfalt hiesiger kulturtouristischer Angebote anstreben sollten. Zwischenzeitlich wurden über 150 Datensätze kulturtouristisch relevanter Ausflugsorte journalistisch zusammengetragen und werden derzeit in unsere sogenannte Points-of-Interest (POI)-Datenbank eingepflegt.

Die vom Tourismusverband erfolgreich implementierte Stelle **„Tourismuskordinator Kummerow See“** wechselte aufgrund einer für drei Jahre über das Wirtschaftsministerium M-V gesicherten Förderung ab 01. April 2017 zum Netzwerk RUN.

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

Managementplanung für **Flora-Fauna-Habitat-Gebiete (FFH)**: Auf der Webseite www.stalu-mv.de werden alle entsprechenden Gebiete ausgewiesen. Obwohl die intakte Natur das elementare Gut unseres Urlaubslandes darstellt, besteht ein mögliches Konfliktpotential zwischen Tourismus und Naturschutz grundsätzlich deshalb, weil die Gebietsausweisung auch in tourismusrelevanten Räumen erfolgt. Ihre Hinweise hinsichtlich touristischer Belange nehmen die Verfahrensbeauftragten oder auch unsere Geschäftsstelle weiterhin gerne auf.

Unsere Tourismuspreisträger 2016, d.h. Unternehmen mit dem Qualitätssiegel **„Familienurlaub MV - Geprüfte Qualität“**, werden auf unserer Webseite www.mecklenburgische-seenplatte.de präsentiert und beworben.

In den zurückliegenden drei Kalenderjahren ist es unserem Tourismusverband gelungen, die Region für das Thema „Touristische Mobilität“ zu sensibilisieren sowie als Koordinator erste Maßnahmen umzusetzen. Das seit 2015 bestehende Mobilitätsnetzwerk (Partner sind Kommunen, Landkreis MSE, Verkehrsunternehmen) bringt den Großteil der Mittel für die Durchführung und Vermarktung der Maßnahmen auf.

„48 Stunden“ Mecklenburgische Seenplatte

Am 17. und 18. Juni 2017 konnten erneut mehr als 2.000 Gäste aus dem Berliner Quellmarkt zum dritten „48 Stunden“-Wochenende seit 2015 begrüßt werden. Das vielfältige Angebot konzentrierte sich auf die Haltepunkte Neustrelitz, Neubrandenburg, Waren (Müritz), Rechlin, Mirow, Wesenberg sowie Feldberg und wurde von den Touristinformation und deren lokalen Partnern organisiert.

In Verbindung mit einem bis Fürstenberg/Havel gültigen VBB-Bahnticket galt der Programmflyer als Fahrtberechtigung auf der Route des RegionalExpress (RE 5) bis nach Neubrandenburg bzw. Waren (Müritz) und retour. Auch die Nutzung der Kleinseenbahn sowie der Busverbindungen zwischen Neustrelitz und Feldberg/Carwitz und zwischen Mirow und Rechlin war bei Vorlage des Programmflyers für die Gäste kostenfrei möglich.

Mobilitätsmonat Juni

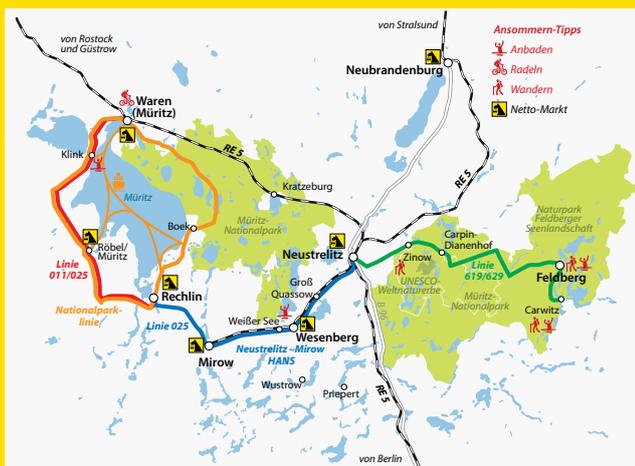
Mit dem Brandenburg-Berlin-Ticket (BBT) fahren 5 Personen ganzjährig zum Preis von insgesamt 29,- € (nachts 22,- €) sogar bis in die Seenplatte nach Neustrelitz, Kratzeburg, Waren (Müritz) und Neubrandenburg. Vom 7. bis 30. Juni 2017 erhielten Fahrgäste mit gültigem BBT ein kostenfreies Anslussticket, um an weitere Zielorte der Seenplatte zu gelangen:

- zwischen Neustrelitz, Wesenberg und Mirow mit der Kleinseenbahn
- zwischen Mirow und Rechlin mit dem Bus der MVVG
- zwischen Neustrelitz und Feldberg mit dem Bus der MVVG
- zwischen Waren (Müritz), Röbel/Müritz und Rechlin mit dem Bus der MVVG

Dieses Angebot wurde von mehr als 700 Gästen zur An- und Abreise genutzt.

Regionale Ansohmern-Tagestickets für Tagesausflüger:

- Ansohmern-Tagesticket Neustrelitz - Feldberg - Carwitz
- Ansohmern-Tagesticket Neustrelitz - Mirow - Rechlin
- Ansohmern-Tagesticket dat Bus / Nationalpark Bus
- Ansohmern-Tagesticket dat Bus /Nationalpark Bus/ Schiff rundeten das Angebot der öffentlichen touristischen Mobilität ab. Mehr als 1.000 Ansohmern-Tagestickets wurden durch die Verkehrsunternehmen verkauft.



„Vielfalt fand Stadt“ - auf dem TausendSeenForum 2017 am 21. April 2017 in Neubrandenburg

Nach 10 Jahren Fachmessen bzw. touristischen Tagungen, war die Zeit reif, mit unserem „Branchentreff für Touristiker“ neue Wege zu gehen – und das im wahrsten Sinne des Wortes...Im Anschluss an eine herzliche Begrüßung durch den Verbandsvorsitzenden Wolf-Dieter Ringguth und den Oberbürgermeister von Neubrandenburg, Silvio Witt, in der neuen Tourist-Information, machten sich die ca. 50 Touristik-Experten zu Fuß und unter sachkundiger Führung von „Mudder Finsch“, „Stadtgründer Herbord von Raven“ sowie „Müller Bernhard“ auf, die Stadt am Tollensesee zu entdecken. Im Video gibt einige Impressionen von dem Tag:

1000seen.de/tsf2017



Über 300 Guts- und Herrenhäuser im Bundesland, davon der Großteil in der Mecklenburgischen Seenplatte und der Mecklenburgischen Schweiz, konnten mittlerweile restauriert und für eine touristische Nutzung umgebaut werden. Diese, aber auch noch nicht wiederhergestellte Häuser, vielmehr die Gesamtheit der historischen Kulturlandschaft nördlich der Müritz, sind ein imageprägender und identitätsstiftender, jedoch noch unzureichend bekannter Faktor im Land der 1000 Seen. Deshalb wurden am 5. Mai dieses Jahres zahlreiche Mitglieder und Gäste auf **spannende Inforeisen „von Gutshaus zu Gutshaus“** durch die Region entsendet. Im Rahmen der Umsetzung der öffentlichkeits-

wirksamen und medialen Aufbereitung des Gutachtens „Bestimmung und räumliche Abgrenzung von Kulturlandschaften unter besonderer Würdigung von historischen Kulturlandschaften in der Planungsregion Mecklenburgische Seenplatte“ wurde der Veranstaltungstag in Kooperation mit dem Regionalen Planungsverband Mecklenburgische Seenplatte umgesetzt.

Folgende Sachverhalte wurden seitens unseres Tourismusverbandes im Rahmen diverser Sitzungen, Workshops und Befragungen zur **Landestourismuskonzeption M-V** an die beauftragte Agentur (DWIF Consulting GmbH) kommuniziert:

- Notwendigkeit der Novellierung des Kommunalabgabengesetzes - KAG M-V § 11 (Öffnung für alle Kommunen / Ausweitung der Zweckbindung)
- Orientierung zur Metropolregion Berlin, u.a. VBB
- Gezielte Förderung von Hotelprojekten
- Nutzung vorhandener Förderinstrumente, um die von unserem Tourismusverband realisierte Aufgabe der Regionalentwicklung direkt zu unterstützen

LEADER stellt einen bedeutenden Bestandteil der EU-Politik zur Förderung und Entwicklung ländlicher Räume dar, in dessen Rahmen innovative Projekte zur nachhaltigen Entwicklung ländlicher Regionen umgesetzt werden können. Unser Tourismusverband ist als stimmberechtigtes Mitglied in drei Lokalen LEADER-Aktionsgruppen vertreten.

Mobilität

Ab 2018 werden Übernachtungsgäste der Urlaubsorte Klink, Rechlin, Röbel/Müritz und Waren (Müritz), die im Besitz einer gültigen Kurkarte sind, den öffentlichen Busverkehr u.a. durch den Müritz-Nationalpark unentgeltlich nutzen können. Unser Tourismusverband fungiert hierbei als Mittler, Organisator und Finanzverwalter des Vorhabens und steht als solcher in Vertragsbeziehung mit den beteiligten Kommunen einerseits und der Verkehrsgesellschaft MVVG andererseits. Diesem großen Schritt gingen im Verlauf der zurückliegenden Jahre und Monate unzählige Aktionen, Gespräche und Beschlüsse voraus, bei denen unser Tourismusverband maßgeblich eingebunden war. Das mittelfristige Ziel und die Koordinierungsaufgabe unseres Tourismusverbandes ist eine permanente Ausdehnung des Mobilitätsangebots auf weitere Regionen der Mecklenburgischen Seenplatte.

Für ein weiteres ambitioniertes Vorhaben, der Integration der Streckenabschnitte ab Fürstenberg (Havel) nach Neustrelitz-Kratzeburg-Waren (Müritz) sowie Neustrelitz-Neubrandenburg in das Tarifsystem des Verkehrsverbundes BerlinBrandenburg (VBB), setzt sich unserer Tourismusverband nicht nur mittels touristischer Maßnahmen ein (siehe „48 Stunden“ Mecklenburgische Seenplatte, Mobilitätsmonat). Da das Ziel ausschließlich mit dem Willen der Landespolitik realisierbar sein wird, wurden die politischen Akteure präzise über die Sachlage und notwendige Schritte informiert. Darüber hinaus besteht ein kontinuierlicher Austausch mit dem zuständigen Ministeriums für Energie, Infrastruktur und Digitalisierung M-V und der Verkehrsgesellschaft M-V.

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



- Vorsitzender Wolf Dieter Ringguth
- Stellvertretender Vorsitzender Frank Fechner
- Schatzmeisterin Carmen Pralow

Beisitzer: Jana Koch, Alexander Winter, Helmuth von Maltzahn und Ricardo Reschke.

Geborene Mitglieder werden derzeit vertreten von: Sabine Lauffer oder Christian Plüsch (Landkreis MSE), Christian Fink (Landkreis Rostock), Franziska Schmidt (Neubrandenburg) und Winnie Rösner (Vorsitzende Marketingausschuss).

Beratend agierende Mitglieder des Vorstandes sind: Christoph von Kaufmann (Regionaler Planungsverband), Ulrich Meßner (Müritz Nationalpark) und Gerd Schröter (Dehoga).

1000seen.de/vorstand



Wolf-Dieter Ringguth,
Vorsitzender unseres
Tourismusverbandes



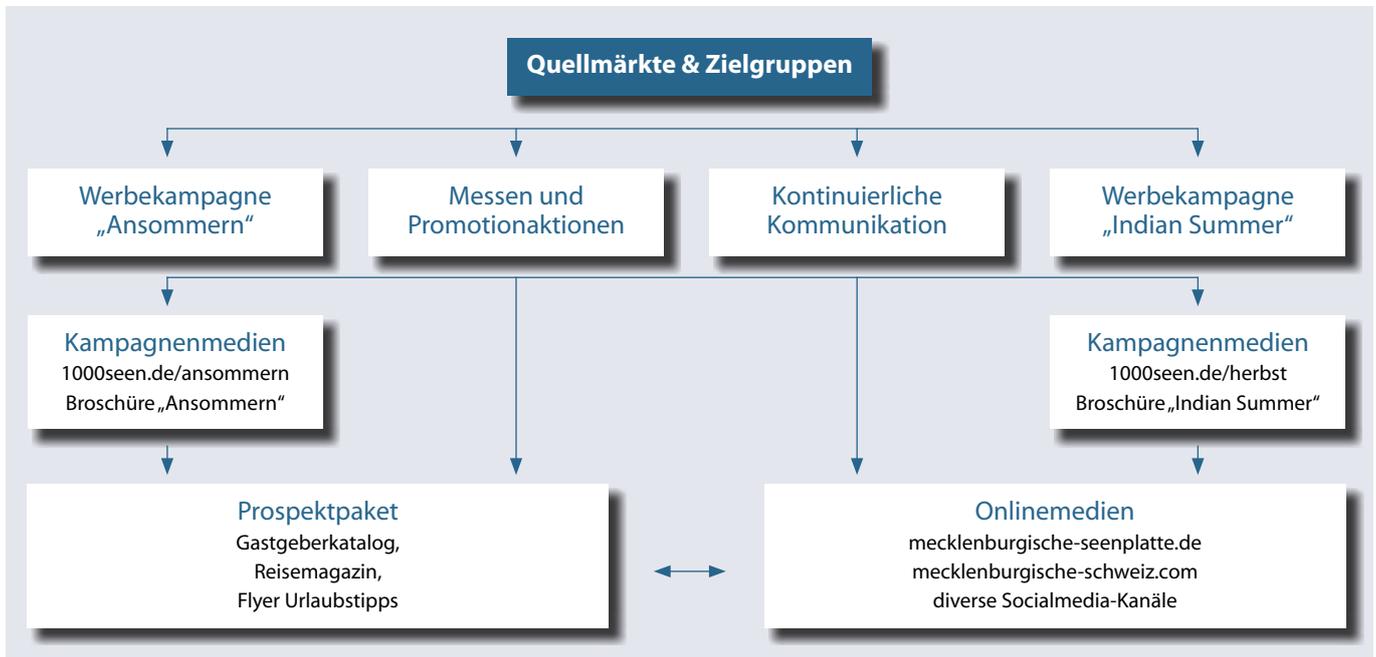
Winnie Rösner,
Prokuristin im Bärenwald Müritz
und unsere Marketingausschuss-
Vorsitzende



Jana Koch,
Leiterin der Tourismusinformatio
n Teterow und des Marketingnetz-
werkes Mecklenburgische Schweiz

IV. Destinationsmarketing

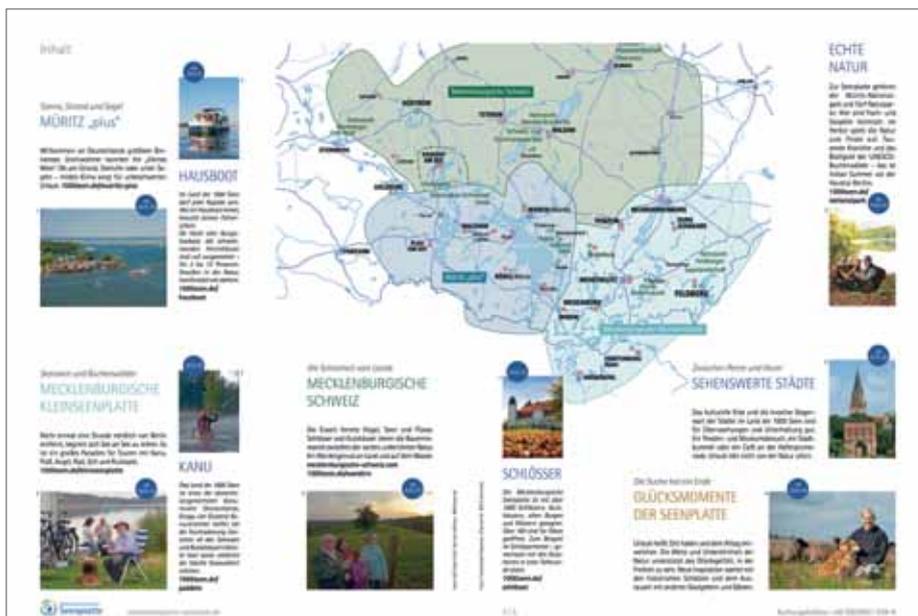
In unserem monatlich erscheinenden **Newsletter** berichten wir zeitnah über geplante und durchgeführte Maßnahmen. Alle Newsletter sind in unserem Webportal www.mecklenburgische-seenplatte.de im Menüpunkt „Branche“ dauerhaft eingestellt und ermöglichen eine detaillierte Rückschau auf das Kalenderjahr 2017.



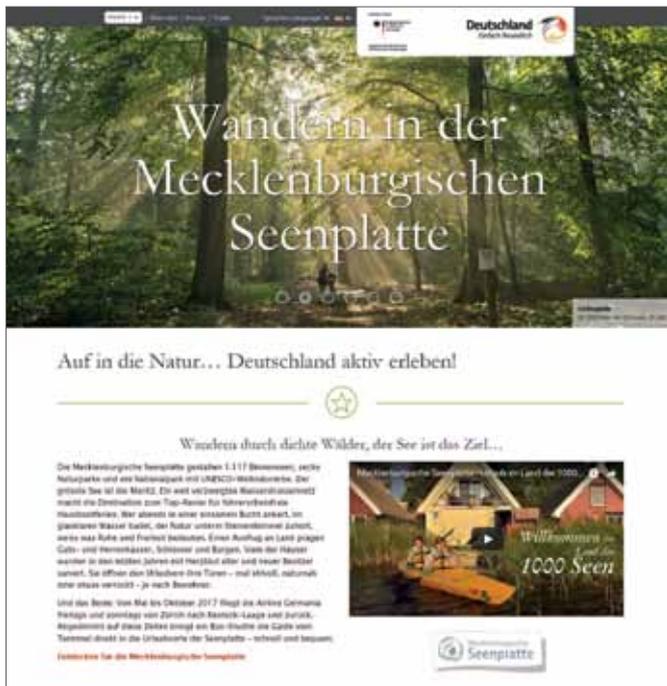
Schematische Darstellung „Marketing-Mix“

Die Vermarktung der Mecklenburgischen Seenplatte und seiner Teilregionen, verbunden mit der gezielten Ansprache und Gewinnung neuer Gäste, erforderte die konsequente Umsetzung eines im Wirtschaftsplan 2017 aufgezeigten und strategisch geplanten Marketings. Allen voran betraf dies die Verstärkung des saisonalen Kampagnenmarketings. Darüber hinaus wurde mit der Sendung „Länder dieser Erde“ auf **Klassik Radio** eine gezielte Gästewerbung in Süd- und Westdeutschland sowie die Adressierung eines für Nachhaltigkeit sensibilisierten Gastes mittels Vertriebs

der in 2016 produzierten **Broschüre „Echte Natur“ (Beilage „Ökotest“)** betrieben. Innerhalb der Kooperation mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern (TMV) u.a. im Rahmen der Beteiligung bei der crossmedialen MV-Kampagne und als Partner im Netzwerk „Aktiv in der Natur“ (Marketingpaket „Wanderregion“) sowie in Zusammenarbeit mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) in Österreich und der Schweiz positionierten wir die Seenplatte als Markenzugpferd des Urlaubslandes M-V.



Regionale und thematische Kanalisierung: Unter dem Markendach der Mecklenburgischen Seenplatte (hier am Beispiel des Reisemagazins) kommunizieren wir die drei Teilregionen Mecklenburgische Schweiz, Müritz plus und Mecklenburgische Kleinseenplatte sowie Schwerpunktthemen Echte Natur, Wassertourismus, Schlösser & Gutshäuser, Städte.



Die Deutsche Zentrale für Tourismus initiierte für den **Quellmarkt Schweiz** die Online-Kampagne „Aktiv und Wohlfühlen im ländlichen Raum“. Auf der Landingpage www.germany.travel/aktivferien präsentiert sich die Mecklenburgische Seenplatte gemeinsam mit 5 weiteren Destinationen. Die Kampagne wird u.a. durch einen Blogartikel begleitet: <https://www.globession.com/reise-special/deutschland-aktiv/mecklenburgische-seenplatte-naturerlebnisse>

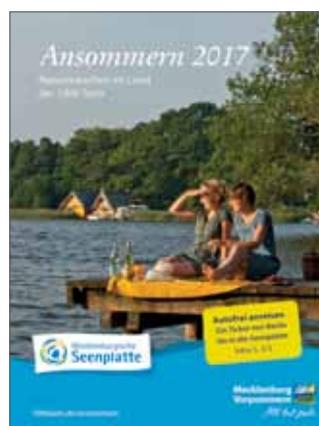


Auf unserer Landingpage für Schweizer Gäste **1000seen.ch** wurde die neue Direktflugverbindung von Zürich nach Rostock-Laage aufgenommen. Mit dem Bus-Shuttle oder Mietwagen können die Gäste sehr einfach ihre Reise vom Flughafen in die Mecklenburgische Seenplatte fortsetzen.

Über die Planung hinaus dokumentiert dieser Tourismusbericht Ergebnisse vieler im Jahresverlauf realisierter Kommunikationsmaßnahmen. Flexibel, d.h. gezielt aber auch adhoc mit dem Gast über Medien aller Art in Kontakt zu treten und zu bleiben, ist elementar für ein erfolgreiches Destinationsmarketing. Content sowie leicht wachsende personelle und finanzielle Möglichkeiten sind wesentlich. Die Bereitschaft unserer Mitglieder, Werbung über Medien unseres Tourismusverbandes auszuspielen, sowie die Gewinnung zusätzlicher Projekte bilden dafür die erweiterte Grundlage. Dennoch bleiben die Budgets und folglich Gestaltungsmöglichkeiten im Vergleich zu vielen Mitbewerber-Destinationen gering. So manche „Personallücke“ kompensierten wir 2017 erneut durch die aktive (ehrenamtliche) Mitgestaltung von Gremien- und Verbandsmitgliedern.

Saisonales Kampagnenmarketing

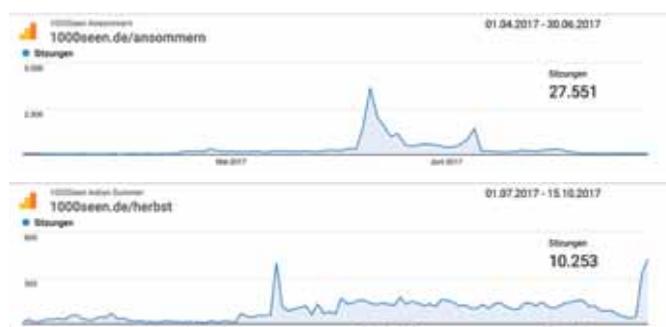
Für eine gezielte und messbare Neukundengewinnung wurden die Kampagnen **Ansommern** (Reisezeitraum Juni) und **Indian Summer** (Reisezeitraum Oktober) ins Leben gerufen und im laufenden Kalenderjahr nochmals zeitiger realisiert. Positive Gästestatistiken im Oktober 2016 und Juni 2017 unterstreichen deren Sinnhaftigkeit. So stieg die Übernachtungszahl, im Vergleich zum jeweiligen Vorjahresmonat, in einem eher verregneten Oktober 2016 um 10 %, im Ansommernmonat Juni 2017 sogar um 25%. Im Fokus beider Kampagnen standen der Betrieb der Portale 1000seen.de/ansommern bzw. 1000seen.de/herbst und deren Bewerbung in themenrelevanten, redaktionellen Umfeldern und sozialen Medien sowie die im März erfolgte Herausgabe von insgesamt 375.000 Broschüren und deren Vertrieb, vorrangig durch Beilagenwerbung in Medien der Verlage DUMONT und Holtzbrinck.



Titel der Broschüre „Ansommern“ und „Indian Summer“



Die Kampagnenportale 1000seen.de/ansommern und 1000seen.de/herbst bündeln Reiseanlässe und Angebote in der Nebensaison



1000seen.de/ansommern erzielte im Zeitraum April bis Juni 2017 insgesamt 27.551 Besuche. Auf 1000seen.de/herbst wurden von Anfang Juli bis zum 15. Oktober 2017 insgesamt 10.253 Besuche gezählt.

Der **Ansommermonat Juni** wurde im Speziellen sehr aktiv in Berlin beworben, u.a. auf Messen, Promotions, der Kooperation mit NETTO, der ADFC radzeit. Zwei Wochen lang wurden achtmal täglich Spots und Hörbeiträge bei Radio Teddy ausgestrahlt. Im Web stellte der Radiosender obendrein unsere Reiseregion facettenreich vor.



Radio-Teddy-Reporter Roland im Ferienpark Mirow bei der Produktion eines Hörbeitrages für spätere Sendungen im Familiennachmittag.



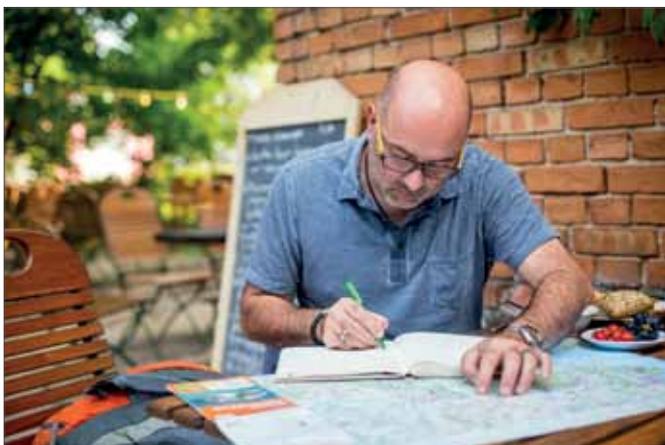
Auch in diesem Jahr konnte NETTO als ein wichtiger Kooperationspartner für die Ansommernkampagne gewonnen werden. Gemeinsam mit dem in Stavenhagen ansässigen Unternehmen wurden 4 Millionen Ansommern-Wasserflaschen in den Verkauf gebracht. Parallel wurden über 20.000 Ansommern-Broschüren in den ostdeutschen NETTO-Filialen (außerhalb Mecklenburg-Vorpommerns) verteilt. Plakatwerbung in allen Märkten deutschlandweit, Werbung im Verkaufsprospekt (Auflage 3,8 Millionen, Verteilung an Haushalte), auf netto.de und im NETTO-Newsletter vervollständigten das umfangreiche Maßnahmenpaket.

Anzeige in der „radzeit“ (2/17), die Mitgliederzeitschrift des ADFC Berlin

Reiseanlässe und Angebote für Kurz- und Tagesreisen im Winter erreichen seit Oktober Informationssuchende zunächst als eine erste Contentsammlung unter dem in-house aufgesetzten Portal 1000seen.de/winter. Ein Zugriff soll durch eine gezielte Pressearbeit erhöht werden. Im Rahmen der Marketingausschuss-Sitzung am 16. März 2017 wurden erste Ideen diskutiert.

Contentproduktion

Kennen Sie schon den **Pilgerweg Mecklenburgische Seenplatte**? Video, Fotos und Texte ließen wir im August produzieren, um den Pilgerweg in den kommenden Monaten als Botschafter unserer naturtouristischen Themen - Auszeit, Ruhe und Entschleunigung - deutschlandweit zu bewerben.



Pilgerpastorin Melanie Ludwig

Für die in 2018 im Rahmen der Kooperation mit den Landestourismusorganisationen Brandenburgs und M-Vs geplante **Wassertourismuskampagne** wurden die Leitmotive fotografiert.



Kulturtourismus

Immerhin 21 % unserer Aktiv- und/oder Erholungstouristen besuchen während ihres Aufenthalts ein Museum oder eine Ausstellung. Grund genug, Portraits in Bild und Text von Künstlern, Kulturschaffenden und Veranstaltungsorten zu produzieren. Diese wurden bis Mitte Oktober zusammengestellt und werden in Kürze über die POI-Datenbank auf der Portalwelt ausgespielt. Als Mehrwert sollen diese Informationen die Beratungs- bzw. Empfehlungskompetenz an Rezeptionen der Touristinformationen, Hotels und Feriencentern unterstützen.

Die mittlerweile abgeschlossene crossmediale Produktion mehrerer Reportagen (Texte, Fotos, Videos, 360-Grad-Bilder) über Guts- und Herrenhäuser ist Basis einer gezielten Pressearbeit im kommenden Kalenderjahr.



Mittsommer-Remise im Herrenhaus Vogelsang

Kommunikation

Die Manifestierung der Mecklenburgischen Seenplatte als facettenreiches und naturverbundenes Urlaubsgebiet wurde auch im aktuellen Jahr durch eine kontinuierliche Medienkommunikation verfolgt.

Neben zahlreichen Artikeln zur Mecklenburgischen Seenplatte im Allgemeinen setzten Reiseberichte und Empfehlungen reichweitenstarker regionaler und überregionaler Tages-, Publikums-, und Kundenzeitungen und -Zeitschriften hinsichtlich unserer Verbandsregion im vergangenen Jahr im Besonderen folgende Themenschwerpunkte:

Urlaub auf dem Hausboot

„Selbst ist der Kapitän“, „Im Hausboot über die Seenplatte“ oder „Die anderen können es auch nicht besser“ (über 20 Tageszeitungen und Publikumszeitschriften, u.a. Eltern Family, LISA, Kölner Rundschau oder Kieler Nachrichten, Gesamtauflage über 1 Mio. Exemplare)



Selbst ist der Kapitän, Kölnische Rundschau, 10. Mai 2017

Aktivtourismus: Radeln, Paddeln & Co. in der Seenplatte

„Radeln rund um die Müritz/Oma zieht die Gräten“, „Eine für viele – Paddeln in Meck-Pomm“, „Floß fahren“ (über 10 Tageszeitungen sowie Special Interest-Magazinen, u.a. SZ Magazin, CARAVANING oder Hessische Allgemeine, Gesamtauflage über 650.000 Exemplare)

Guts- und Herrenhäuser

„Mit dem Rad von Schloss zu Schloss“ (Schlösser-Rundweg in der Mecklenburgischen Schweiz), „Ganz nobel entspannen“ oder „Gutshäuser und Störche gucken“ (über 20 Tages- und Wochenzeitungen sowie Publikumszeitschriften mit einer Gesamtauflage von ca. 800.000 Exemplaren)



Mit diesem Foto von Schloss Basedow © TMV/Thomas Grundner wurde der Schlösser-Rundweg Mecklenburgische Schweiz deutschlandweit und reichweitenstark beworben

„Mecklenburgische Schweiz

„Deutschland, deine Schweizen“ (über 20 Tageszeitungen, u.a. Hannoversche Allgemeine, WESER Kurier oder Kieler Nachrichten, Gesamtauflage über 750.000)

Parallel zu den Printausgaben erschienen sämtliche Artikel auch in den Online-Ausgaben der jeweiligen Zeitungen und Zeitschriften, nicht zu sprechen von den Artikeln über die Mecklenburgische Seenplatte, welche ausschließlich in zahlreichen Online-Medien erschienen sind. Eine Abschätzung der Reichweite ist hier jedoch unmöglich.

Auf die im Oktober 2016 durch den Tourismusverband organisierte Pressereise zum Thema „Echte Natur“ folgte eine immense Berichterstattung: „Tierisches Vergnügen“, „Von der Solarbootstour bis zur Kuhsafari“ (siehe Artikel auf Seite 13), „Der Fuchs kommt täglich zu Besuch“ oder „Dreimal tierisches Meck-Pomm“ titelten zwischen Mai und Juli 2017 etwa 30 regionale Tageszeitungen mit einer Gesamtauflage von über 1 Mio. Exemplaren, darunter Osnabrücker Nachrichten (Aufl. 127.200), Berliner Kurier (Aufl. 78.159) oder Main-Echo (Aufl. 70.482).



Touristischer Höhepunkt des Herbstes war die **Eröffnung des Baumkronenpfades in Ivenack** inmitten des Tierparks rund um Deutschlands einziges „Nationales Naturmonument“, die 1000jährigen Eichen.

Die Einweihung wurde vorab und im Anschluss intensiv multimedial und deutschlandweit kommuniziert. Der Tourismusverband selbst lancierte im Vorfeld eine kombinierte, bundesweite Berichterstattung, um in der Öffentlichkeit eine maximale Aufmerksamkeit für diese neue Attraktion im Herzen der Mecklenburgischen Seenplatte zu erzielen.



Vier Jahreszeiten, eintausend Seen, Freie Presse, 31. Dezember 2016

Den Beweis, dass die Mecklenburgische Seenplatte das ganze Jahr über ein attraktives Urlaubsziel darstellt, erbrachte folgender Artikel und untermauert einmal mehr die Relevanz unserer saisonalen Kampagnen.



Die Peene ist ein Paradies für Naturliebhaber und Naturfotografen wie Roman Vitz.

Foto: naturfotografie roman vitz/opa-tem

Von Solarboottour bis Kuhsafari

Bei Mecklenburg-Vorpommern denken die meisten an Küsten und Strand. Doch auch im Landesinneren gibt es sehenswerte Naturlandschaften – und oft tierisch viel zu sehen.

Von Andreas Helmant

Für Roman Vitz gibt es nichts größeres, als einem Eisvogel ganz nahe zu kommen, möglichst mit der Kamera. Oder einem Schwarzstorch, einem Schilfrohrsänger, einem Mittelspecht. Vitz ist gebürtiger Westfale, aber seit sechs Jahren lebt er in Mecklenburg-Vorpommern, in der Nähe von Serrahn.

„Die Dachse laufen mir vor den Füßen rum und die Marder auf der Terrasse.“

Roman Vitz

Für Naturliebhaber ist die Region ein Paradies, für Naturfotografen auch. Serrahn liegt im Unesco-Weltnaturerbe Alte Buchenwälder Deutschlands. „Hier wird nicht mehr gejagt, die Tiere haben keine Scheu“, erzählt Vitz.

„Die Dachse laufen mir vor den Füßen rum, die Marder auf

der Terrasse, und das Damwild steht vor dem Schlafzimmerfenster.“ In seinem Haus lebt er mit einem zahmen Fuchs. Der ehemalige Werbefotograf kam 2008 zum ersten Mal im Urlaub hierher.

Gleich hinter dem Haus beginnt ein Wald-Erlebnis-Pfad, der sich unter jahrhundertalten Buchen und Eichen entlangschlingelt. Vitz macht Führungen für Naturliebhaber. „Da oben, das Loch, in der Höhle wohnt ein Mittelspecht.“ Auf einem umgestürzten Baumstamm sind Kotpuren zu sehen. „Von Waschbären“, sagt Vitz, „von denen haben wir einige.“

Bei der Kuhsafari die Kraniche beobachten

Naturliebhaber kommen auch in Alt Sührkow auf ihre Kosten, einem Dorf im Landkreis Bützow, am nördlichen Rand der Seemplatte. Die Weiden reichen bis zum Horizont. „Das ist Europäisches Vogelschutzgebiet und Kranich-Durchzugsland“, Matthias Hantel, Geschäftsführer der Milchhof Alt

SERVICE

REISELEBEN Die Ferienregion Mecklenburgische Seemplatte reicht im Süden fast bis an die Grenze zu Brandenburg und schließt im Norden die Mecklenburgische Schweiz ein. Serrahn im Weltnaturerbe Alte Buchenwälder liegt östlich der Müritze bei Neustrelitz, Alt Sührkow bei Teterow im Norden der Region. Verchen noch ein Stück weiter nordöstlich bei Dennin am Kummerower See.

INFORMATIONEN Tourismusverband Mecklenburgische Seemplatte, Tiamplatz 2, 17207 Ribbel/Müritze, Telefon 03933153 80.

Sührkow GmbH.

Aber die Vögel sind nur Begleitprogramm. Hantel ist mit seinen Gästen auf Kuhsafari, auf dem Weg zur Kinderherde des Milchhofs im Naturpark Mecklenburgische Schweiz. Das ist ein Öko-Betrieb, der seine Kinder freilaufen lässt – und das inzwischen auch Touristen zeigt. Bei der Kuhsafari geht es mit dem Jeep oder bei größeren Gruppen mit Trecker und Anhänger samt Holzblänken querfeldein über die riesige Weidelandchaft unter dem weiten Himmel der Mecklenburgischen Schweiz.



Mit etwas Glück kann man bei einer Bootstour auf der Peene auch einen Seeadler beim Beutefang beobachten. Foto: Bert Burchets/Opa

Rund 150 Tiere sind das ganze Jahr zusammen im Freien. Öko-Betrieb hin und her, die Tiere laufen nicht zum Spaß über die Weide. „Das ist ganz langsam wachsendes Fleisch“, sagt Hantel.

Unterwegs auf dem „Amazonas des Nordens“

Ingo Ernst ist noch so einer, der gern in der Natur ist. Er bietet Touren auf der Peene mit dem Solarboot an. Start ist an der Fährstation Aalbuhe in Verchen im Landkreis Mecklenburgische Seemplatte. Das Boot hat Solarzellen auf dem Dach, der Strom wird in Akkus gespeichert – auf der Peene bewegt es sich dann fast lautlos. Der „Amazonas des Nordens“ wird der Fluss wegen seines Artenreichtums genannt. Allein rund 170 Brutvogelarten gibt es hier.

Als Ernst ablegt, dämmert es schon fast, die Sonne scheidet hinter den Wollenbergen hindurch und spielt am Himmel mit den Farben. Bald rückt der Schilfgürtel am Ufer immer

näher. Im Naturpark Flusslandschaft Peenetal sind Eisvögel zu Hause, Fischadler, Kraniche. Mit weiten Schwirgen zieht ein Graureiher über den Fluss und ist auch nicht zu überhören. „Der meckert immer ein bisschen“, sagt Ingo Ernst, der mit den Augen das Ufer abmucht.

Für Biber sind Motorboote gefährlich

Und schließlich zeigt sich auch der erste Biber. „Mein Lieblingsmitarbeiter“, sagt Ernst. Der Himmel taucht nun endgültig in bunte Farben, die Sonne kindigt an, sich zu verabschieden – hylle wie für die Postkarte. Aber für den Biber stimmt das nicht mehr. Viel zu viele Motorboote und zu wenig Kontrollen beklagt Ingo Ernst. Wenn die Tiere der Schiffschraube zu nahe kommen, gibt es oft tödliche Verletzungen. Ernst hat vor nicht langer Zeit so einen verletzten Biber gefunden, den Anblick hat er nicht vergessen.



Roman Vitz liebt seit mittlerweile sechs Jahren in Mecklenburg-Vorpommern – mit Foxy, einem zahmen Fuchs. Foto: naturfotografie roman vitz/opa-tem

Begleitete Recherche- und Produktionsreisen

Neben einer Reihe individueller Recherche- und Produktionsreisen führten wir in Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband MV die Gruppen-Pressereisen „Neue Einsamkeit“ sowie „Tradition & Brauchtum“ (Themen Bootsbauer, Binnenfischer, Gutshäuser) mit Vertretern von Tages- und Wochenzeitungen, Hörfunk und Onlinemedien sowie für Presseagenturen tätigen Journalisten durch.



Nationalpark-Ranger Sebastian Krage in „Aktion“ für einen Beitrag auf Radio ZüriSee

Gleich mehrfach gab uns der RBB die Ehre u.a. für den am 02. Juni 2017 von mehr als 800.000 Zuschauern gesehene Ausflugstipp zum Ansummern.

Der MDR produzierte nach 2015 erneut für die Sendereihe „Sagenhaft“. Diesmal ging es um das Thema „Deutsche Aaleenstraße“. Die Sendung wird im kommenden Jahr ausgestrahlt.

„Daumen“ hoch für die Bereitschaft unzähliger Mitglieder, sich personell und finanziell bei der Umsetzung von Recherche- und Produktionsreisen einzubringen. Allein während der beiden zuvor genannten Gruppen-Pressereisen erlebten die Journalisten ca. 20 Programmabbausteine im Verbandsgebiet zwischen Krakow am See und Kummerow. Wohlwissend, dass nicht jeder Einsatz mit einem Artikel belohnt wird.

Blogger erkundeten die Seenplatte

Im zurückliegenden Kalenderjahr begleiteten wir Blogger aus Belgien, Dänemark, Schweden, der Schweiz und natürlich Deutschland durch das Land der 1000 Seen. Wir haben von den zahlreichen Aktivitäten bereits auf facebook berichtet, z.B. vom Besuch des belgischen Bloggers Björn Troch (The Social Traveler) im September.



PR „Echte Natur“

Zwischen dem 01. und 15. September kreuzte das Forschungsschiff ALDEBARAN auf der Müritz. Unser Tourismusverband holte Experten und Partner an Bord mit dem Ziel, Gewässerforschung hautnah erlebbar zu machen und so die „Echte Natur“ aus Sicht der Umweltbildung in die Medienwelt zu projizieren. Neben den Wissenschaftlern des renommierten Leibniz-Institut für Gewässerökologie und Binnenfischerei (IGB), Schülern des Carolinum Gymnasiums Neustrelitz, gingen sieben „Hobbyforscher“ an Bord, die sich nach deutschlandweiter Ausschreibung für die Mitmach-Expedition beworben hatten. Ein Video der Forschungsreise befindet sich in der ARD-Mediathek. Die Deutsche Presse-Agentur war einen Tag vor Ort. Deren Artikel „Was tut sich unter Wasser? - Forscher untersuchen Müritz“ lief deutschlandweit. Weitere Eindrücke von der Expedition finden Sie auf unserem Blog bei tumblr. Wir danken allen Partnern für die Unterstützung.



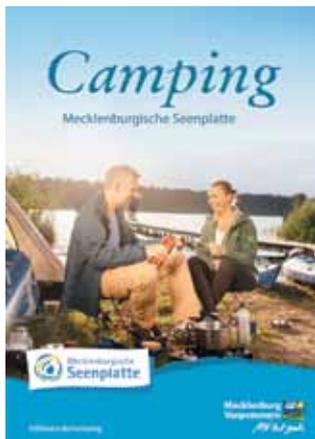
Nach der erfolgreichen Premiere im vergangenen Jahr ging der **ÖTILLÖ Swimrun 1000 Lakes** am 01. Oktober 2017 in seine zweite Runde. Mehrere hundert Teilnehmer aus über 20 Ländern stellten sich der herausfordernden Strecke von der Burg Wesenberg zum Schloss Rheinsberg mit einer Länge von 41,3 km, davon 33,8 km laufend und 7,5 km schwimmend.



Dank unserer naturnahen Jedermann-Events, u.a. auch der Mecklenburger Seenrunde, dem 1000 Seen (Kanu) Marathon sowie dem Start der Kooperation mit der Marke Schöffel bauen wir die Resonanz in Outdoor- und sportiven Medien und eine Wahrnehmung entsprechender Kunden aus.

Printprodukte

Neben dem bewährten Prospektpaket bestehend aus Gastgeberverzeichnis, Reisemagazin sowie Freizeitbroschüre „UrlaubsTipps“ wurden auch einige neue Produkte erstellt:



In Kooperation mit dem Verband für Camping- und Wohnmobiltourismus in Mecklenburg-Vorpommern e.V. wurde die neue **Broschüre „Camping Mecklenburgische Seenplatte“** herausgegeben. Sie ist eine Auskopplung aus der Gesamtbroschüre, wurde in einer Auflage von 20.000 Exemplaren gedruckt und ist zwei Jahre gültig.



In Vorbereitung der „boot“ in Düsseldorf wurde eine neue **Kanukarte mit Anbieterverzeichnis** in einer Auflage von 20.000 Exemplaren aufgelegt.



Mit dem Regionalen Planungsverband wurde die **Ausflugskarte zu 100 Guts- und Herrenhäusern** umgesetzt. Diese Karte wurde auch ins Englische übersetzt. Erstaufgaben: deutsch 10.000 Stück | englisch 5.000 Stück

Messen und Promotionaktionen

mit Partnerbeteiligung

Die Erfahrungen von insgesamt **62 Messe- und Aktionstagen** sprechen eine einheitliche Sprache: Das Interesse der Gäste an den vielfältigen Angeboten und Informationen zum Urlaub in der Mecklenburgischen Seenplatte war und bleibt enorm. Gleich zum Messeauftakt des Jahres präsentierte sich die Mecklenburgische Seenplatte vom **6.-8. Januar** erstmalig auch **als Partnerregion der Reisen & Caravaning in Chemnitz**. Auf 130 m² standen dabei 17 Experten aus dem Land der 1000 Seen den künftigen Urlaubern bei ihren Fragen und Reiseabsichten hilfreich zur Seite. Mit attraktivem Unterhaltungsprogramm und Kulinarischem aus der Region wurde die Mecklenburgische Seenplatte mit allen Sinnen erlebbar gemacht. Als exklusive Partnerregion war die Mecklenburgische Seenplatte zudem bei allen Werbeaktivitäten der Messe vertreten und erhielt eine umfangreiche Berichterstattung (u.a. mit Artikeln in der Chemnitzer Tageszeitung „Freie Presse“, siehe Artikel „Vier Jahreszeiten, eintausend Seen“ auf Seite 12 des Tourismusberichtes).

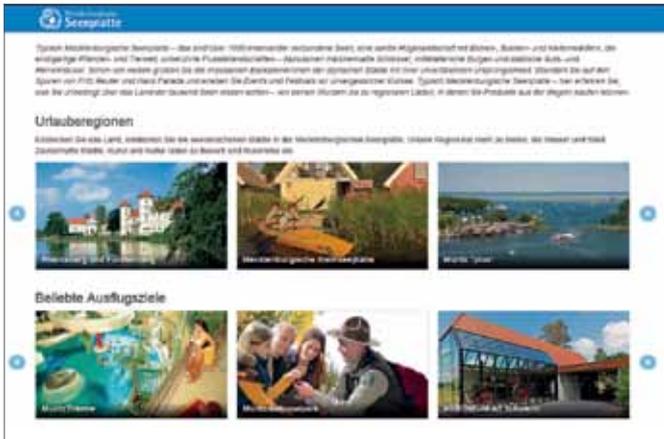


Reisen & Caravaning Chemnitz, 6.-8. Januar 2017

Gemeinsam mit 15 touristischen Anbietern und Vertretern der Tourismusorte präsentierte sich die Seenplatte bei bestem „Ansommerwetter“ am **19. und 20. Mai 2017** zur mittlerweile dritten **Marktplatzpromotion** im Herzen der Saalestadt Halle. Die zwei Tage standen ganz unter dem Motto „Ansummern“ – Anbaden, Anpaddeln, Anradeln, Anzelten und Angrillen – das sind die echten, unverfälschten Naturerlebnisse.



Marktplatz-Promo Halle, 19./20. Mai 2017



Für das „**Schaufenster der Region**“ im **Müritzeum** werden die Inhalte des Redaktionssystem und der POI-Datenbank genutzt, um die Region vorzustellen und Ausflugsziele zu präsentieren.

Auch als **Online-Dienstleister** sind wir in diesem Jahr verstärkt in Erscheinung getreten. Hier können wir die Erfahrungen aus der Realisierung unserer eigenen Online-Portale einbringen und unterstützen vor allem bei der Einbindung der POI-Datenbank in neue Webauftritte. Das **Müritzeum** unterstützen wir bei der Erstellung der Anforderungen für den Relaunch des Webauftrittes. In Vorbereitung auf das kommende Jahr realisieren wir derzeit den Webauftritt für **MÜRITZrundum** unter Nutzung unseres Systems und Designs, so dass sich dieses Angebot zukünftig als Teil unserer Online-Portale darstellen lässt. Auch das Projekt „**Kummerow See**“ wird bis zum Jahresende mit einer Microsite in unser Netzwerk integriert. Eine autarke Lösung entwickeln wir für die **Waren (Müritz) Kur- und Tourismus GmbH**.

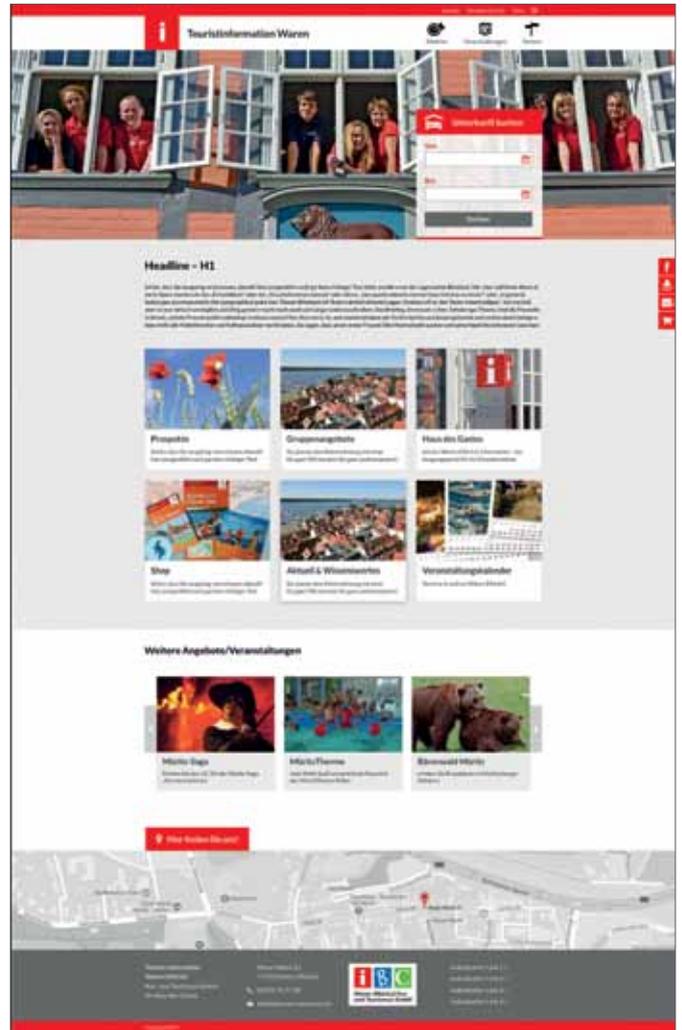


Startseite mueritzrundum.de

Darum sollten Veranstaltungen immer in das landesweite Informationsnetzwerk gebracht werden:

Mit der Eintragung einer Veranstaltung in die Datenbank steht die Veranstaltung automatisch zahlreichen Auslieferungskanälen (u.a. mecklenburgische-seenplatte.de, auf-nach-mv.de, waswannwo-mv.de, Smartphone-Apps) zur Verfügung. Über das Informationsnetzwerk erhält der Eintrag somit eine deutliche Reichweitensteigerung und lässt zudem eine zentrale Aktualisierungen zu.

Die Daten können über eine Schnittstelle auch für die eigene Webseite genutzt werden, so dass sich der Aufwand zusätzlich reduziert. Alternativ ist auch eine einfachere Einbindung mit einem responsiven iFrame in Webseiten möglich.



Auf Grundlage der hier abgebildeten Layoutentwürfe wurden die Webseiten für Touristinformaton, Bürgersaal und Campingplatz Ecktannen weiterentwickelt.

Online-Statistik

Auf unseren Online-Portalen konnten in den vergangenen 12 Monaten (Stand 30.09.2017) insgesamt **982.904 Besuche** statistisch erfasst werden. Das entspricht einem erneuten, leichten Anstieg von 1% im Vergleich zum Vorjahr.

Die Besuche verteilen sich wie folgt auf die Portale:

mecklenburgische-seenplatte.de	774.555 Besuche
mecklenburgische-schweiz.com	157.961 Besuche
ansommern.de	32.722 Besuche
1000seen.de/herbst	14.801 Besuche
1000seen.ch	2.865 Besuche

Besuche:	mecklenburgische-seenplatte.de		mecklenburgische-schweiz.com	
	10.2015 - 09.2016	10.2016 - 09.2017	10.2015 - 09.2016	10.2016 - 09.2017
Oktober	34.135	40.205	10.237	10.508
November	28.597	29.072	10.133	7.680
Dezember	29.715	30.228	14.588	7.175
Januar	65.953	64.140	18.564	13.733
Februar	43.784	48.861	11.126	11.819
März	55.239	58.225	12.312	12.329
April	58.530	62.685	13.277	14.388
Mai	83.544	82.125	15.499	14.984
Juni	92.844	94.401	10.912	16.608
Juli	125.929	117.184	15.520	18.881
August	103.648	95.170	14.088	17.077
September	49.124	52.259	10.464	12.780
Gesamt	771.042	774.555	156.720	157.961

Der generelle **Trend zur mobilen Online-Nutzung** findet sich auch im Kunden-Nutzungsverhalten unserer Portale wieder. Während noch im Vorjahr nur jeder Vierte das Portal mecklenburgische-seenplatte.de mit seinem Smartphone besuchte, nutzt es heute bereits jeder Dritte (31%). Immerhin noch etwa die Hälfte aller Besucher (51,5%) benutzen hierfür weiterhin einen Desktop-Computer. Die Mehrzahl der Aufrufe wird über **Suchmaschinen** akquiriert - der Anteil liegt aktuell bei ca. 65%. Jeder fünfte Besucher ist ein Wiederkehrer (**80% neue Besucher**). Die meisten ausländischen Zugriffe kommen aus der **Schweiz (2,1%)**, Österreich (1,0%) und den Niederlanden (0,7%).

Eine wachsende Wahrnehmung erfahren wir weiterhin in den sozialen Medien. Absehbar in Kürze wird sich die Anzahl der Abonnenten unserer **Facebook-Seite**, unserem derzeit wichtigsten Social-Media-Kanal, auf 20.000 erhöhen. Zu einer beliebten Quelle für Urlaubsinspirationen hat sich **Instagram** entwickelt. Auch diesen Dienst werden wir zukünftig stärker für unser Online-Marketing nutzen. Bereits vor der aktiven Bespielung haben 592 User unseren Kanal (instagram.com/1000seen) abonniert.

Ausgebaut wurde zudem das Newslettermarketing. Mit aktuell 16.200 Empfängern unseres **Gäste-Newsletters** konnte die Abonnentenzahl in den vergangenen 12 Monaten um 17% gesteigert werden. Der Versand erfolgt einmal monatlich (in der Regel zur Monatsmitte). Die Öffnungsrate der einzelnen Ausgaben lag zwischen 25 und 33 %.

Datum	Thema	Öffnungen
23.01.2017	Echte Natur	4.321
19.02.2017	Urlaub auf dem Wasser	4.979
19.03.2017	Ostern	4.233
23.04.2017	Urlaub mit der Familie	4.376
29.05.2017	Ansommern	4.184
14.06.2017	Mobilitätsmonat, 48 Stunden	4.051
18.07.2017	Expedition ins Seenreich	4.607
27.08.2017	Indian Summer	4.142
17.09.2017	Herbstangebote, Veranstaltungstipps	4.036
14.10.2017	Herbstferien	3.897

Kataloge, Magazine und Broschüren werden immer häufiger auch in digitaler Form nachgefragt. Neben dem klassischen PDF-Download bieten wir daher zahlreiche Publikationen auch als **Online-Blätterkatalog** an und erhöhen damit die Reichweite unserer Printprodukte.

Blätterkatalog	Aufrufe
Reisemagazin 2017	21.633
Gastgeber 2017	21.493
Camping-Handbuch 2017-2018	15.817
Broschüre „Ansommern 2017“	8.498
Broschüre „Indian Summer 2017“	6.108
Broschüre „Echte Natur“	5.423

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 2017
 Erscheinungsdatum: 01. November 2017
 Auflage: 500 Stück

Hinweis: Ein Großteil der im Tourismusbericht 2017 enthaltenen Informationen wurde bereits umfangreich und zeitnah in den monatlichen Mitgliedernewsletters 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

Ein Tierschutzprojekt von VIER PFOTEN

ENTDECKE DIE WILDNIS DER BÄREN

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 und Höhenpfad, ein **Abenteuer-Waldspielplatz**, Spiel- und Ausstellungsstationen u. v. m. erwarten Sie. Im neuen barrierefreien **BESUCHERZENTRUM** mit „**Boulevard der Region**“, Bio-Bistro, Bären-Akademie, Bibliothek und Besucherterrasse beginnt Ihre Reise in die Welt der Braunbären.

baerenwald-mueritz.de

**Täglich
geöffnet**

BÄRENWALD Müritz
Am Bärenwald 1
17209 Stuer
Tel. 039924 79118