

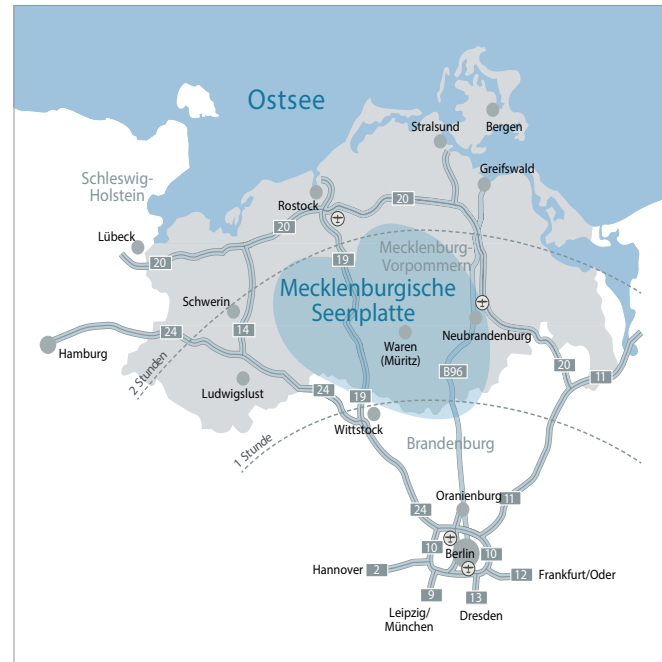
Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V.
Mitgliederversammlung am 07.11.2018



TOURISMUSBERICHT 2018

Inhalt:

I. Unsere Urlaubsregion.....	2
II. Statistik 2018.....	4
III. Verbandsarbeit.....	5
IV. Destinationsmarketing	10



I. Unsere Urlaubsregion

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: 30.10.2018

Erscheinungsdatum: 07.11.018

Auflage: 500 Stück

Hinweis: Ein Großteil der im Tourismusbericht 2018 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.

Laut einer repräsentativen Studie des Instituts für Demoskopie Allensbach (IfD Allensbach) gehört die Mecklenburgische Seenplatte zu den beliebtesten Reisezielen der Deutschen. Zwischen 2015 und 2017 wurden durch das Institut jährlich rund 24.000 Bundesbürger befragt, wo sie ihre Ferien verbracht haben. Am liebsten reisten die Deutschen an die Ostsee, gefolgt von Destinationen an der Nordsee und Bayern. Auf Platz vier folgt Berlin vor Baden-Württemberg und der Mecklenburgischen Seenplatte.

Da eine positive Entwicklung der quantitativen sowie qualitativen Gästezahlen der Region, neben einem erfolgreichen Destinationsmarketing, an viele weitere regionale Faktoren geknüpft ist, engagiert sich unser Tourismusverband ehrenamtlich und hauptamtlich für den Tourismusstandort Mecklenburgische Seenplatte im Allgemeinen. Die regionale Zusammenarbeit und Wahrnehmung unseres Tourismusverbandes erfährt so seit Jahren eine stetige Aufwertung.

Unsere, sich nach der Verschmelzung der Tourismusverbände Mecklenburgische Seenplatte und Mecklenburgische Schweiz erstreckende Tourismusorganisation bezweckt heute mehr denn je die erfolgreiche Entwicklung der Destination Mecklenburgische Seenplatte und mit seinen Teilregionen Müritz plus, Mecklenburgische Schweiz, Mecklenburgische Kleinseenplatte.



Die **Mecklenburgische Schweiz**, eine Endmoränenlandschaft, deren landschaftliche Charakteristik sich vom 96 m hohen Rötberg erschließt, ist geprägt von ihren Schlössern sowie Gutshäusern und -dörfern. Der Naturpark „Mecklenburgische Schweiz und Kummerower See“ beherbergt Deutschlands achtgrößten Binnensee, welcher - wenngleich touristisch noch entwicklungsfähig - bereits heute ein Angelparadies für Insider darstellt. Östlich schließt sich mit dem Naturpark „Flusslandschaft Peenetal“ eine der artenreichsten und unberührtesten Flusslandschaften Deutschlands an.

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 mit Hausbooten und Yachten sowie Hafencafés) vor der Kulisse restaurierter Altstädte ist beherrschendes Postkartenmotiv der Oberseen. Der Luftkurort Krakow am See ist ein vergleichbares „Urlaubsprodukt“ im westlichen Teil der Mecklenburgischen Schweiz.

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 Camping- und Paddelangebot.

Der Fokus „Natururlaub“ eint unsere drei Teilregionen.

Aktiv sein, gesund leben, Ruhe finden an und auf dem Wasser in echter, intakter und geschützter Natur – so lässt sich die Kernkompetenz des Urlaubs an der Seenplatte beschreiben. Ein Angebot, das mehr und mehr im Frühjahr zum Ankommen und im Herbst zum Indian Summer Hauptsaison feiert. Mit den 1117 natürlichen und größtenteils vernetzten Seen, dem Müritz-Nationalpark - dem größten landseitigen Deutschlands mit UNESCO-Weltnaturerbe „Alte Buchenwälder“ und sechs Naturparke mit insgesamt mehr als 1500 Streckenkilometern Rad- und Wanderwegen versteht sich die Mecklenburgische Seenplatte daher zurecht als eine der bedeutendsten Natururlaubsregionen Deutschlands. Naturnahe Events wie die Mecklenburger Seenrunde, der 1000 Seen (Kanu) Marathon, der ÖTILLÖ Swimrun 1000 Lakes oder das Müritzschwimmen bauen auf den Naturtourismus auf.

II. Statistik 2018

Übernachtungsstatistik	Januar - August 2018				
	Ankünfte		Übernachtungen		durchschnittliche Aufenthaltsdauer
	insgesamt	Veränderung zum Vorjahreszeitraum	insgesamt	Veränderung zum Vorjahreszeitraum	
		%	Anzahl	%	Anzahl
Mecklenburg-Vorpommern	5.586.832	3,8	22.622.497	3,6	4,0
Fischland-Darß-Zingst, Halbinsel	376.659	9,5	1.988.312	8,1	5,3
Meckl. Seenplatte und Schweiz	979.505	5,8	3.425.420	5,1	3,5
Meckl. Ostseeküste	1.610.670	6,0	6.144.110	5,0	3,8
Westmecklenburg	406.004	5,1	1.069.838	4,8	2,6
Vorpommern	1.604.149	2,9	7.242.113	3,5	4,5
Usedom, Insel	765.493	0,0	3.945.421	1,1	5,2
Rügen/Hiddensee	986.504	-0,5	4.741.016	0,6	4,8

Tabelle 1 - Ankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer der Gäste in Beherbergungsbetrieben im Zeitraum Januar bis August 2018

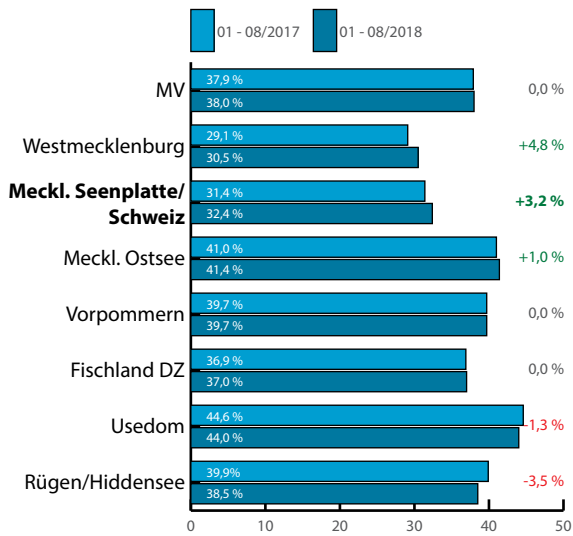


Diagramm 1 - Bettenauslastung in Beherbergungsbetrieben im Zeitraum Januar bis August der Jahre 2017 und 2018 im Vergleich

Unsere Verbandsregion wird die positive quantitative Entwicklung der Gäste- und Übernachtungszahlen auch im Kalenderjahr 2018 fortsetzen.

Von Januar bis August 2018 wurden 3.425.420 Übernachtungen in der Verbandsregion Mecklenburgische Seenplatte/Schweiz statistisch erfasst (+ 5,1 % zum Vergleichszeitraum 2017, Tabelle 1). Die Anzahl angebotener Schlafgelegenheiten befand sich im Monatsdurchschnitt knapp über Vorjahresniveau. Im Monat Juli 2018 beispielsweise wurden 52.478 Schlafgelegenheiten am Markt angeboten (+2,1 % Veränderung zum Vorjahresmonat). Im Landkreis Mecklenburgische Seenplatte wurden innerhalb der ersten acht Monate des Jahres 2018 insgesamt 2.790.059 Übernachtungen mit einem Zuwachs zum Vergleichszeitraum 2017 in Höhe von + 3,8 % im statistischen Bericht festgehalten.

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 2018 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“.

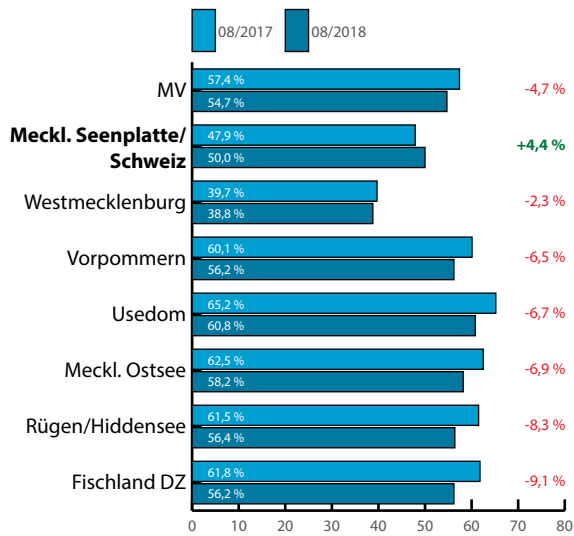


Diagramm 2 - Bettenauslastung in Beherbergungsbetrieben im Monat August der Jahre 2017 und 2018 im Vergleich

Die durchschnittliche Bettenauslastung in der Verbandsregion Mecklenburgische Seenplatte und Schweiz von Januar bis August 2018 stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von 31,4 % auf 32,4 % (Diagramm 1). Im Vergleichszeitraum des Jahres 2013 hatte diese im Durchschnitt noch bei 28,7 % gelegen.

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!).
- diese amtliche Statistik verspätet veröffentlicht wird. Bei Redaktionsschluss des Tourismusberichtes am 30.10.2018 lag uns die Monats-Auswertung August 2018 vor.

III. Verbandsarbeit

Vorstandswahl (Legislatur 2017 – 2021)

Im Rahmen der Mitgliederversammlung am 01.11.2017 erfolgten die Vorstandswahlen für die Legislatur bis 2021. Seither fanden insgesamt sieben Vorstandssitzungen statt. Die vielfältigen und in Zusammenarbeit mit der Geschäftsstelle realisierten Themen werden im Kapitel Verbandsarbeit dargestellt.

Erneut ins Ehrenamt gewählt wurden:

- Vorsitzender Wolf Dieter Ringguth
- stellv. Vorsitzender Frank Fechner
- Schatzmeisterin Carmen Pralow

Beisitzer sind Jana Koch, Helmuth von Maltzahn, Ricardo Reschke und (erstmalig im Vorstand) Michael Wufka.



Der gewählte Vorstand auf der Mitgliederversammlung 2017: Michael Wufka, Frank Fechner, Helmuth von Maltzahn, Carmen Pralow, Wolf Dieter Ringguth, Ricardo Reschke und Jana Koch (von links nach rechts)

Die geborenen Mitglieder werden derzeit vertreten von Sabine Lauffer oder Christian Plüsch (Wirtschaftsförderung GmbH MSE), Christian Fink (Landkreis Rostock), Franziska Schmidt (Stadt Neubrandenburg) und Winnie Rösner (Vorsitzende Marketingausschuss).

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

Marketingausschuss

Der Vorstand hat in seiner Sitzung am 10.01.2018 den Marketingausschuss berufen:

- Sonja Agarwalla, Seeschloss Schorssow
- Alexander Bahr, Veranstaltungszentrum Neubrandenburg
- Robert Gardlowski, zoneEINZ Feldberg
- Angelika Groh, RUN e.V.
- Gabriele Haack, Müritzparadies Boek
- Enrico Hackbarth, Mecklenburgische KSP Touristik
- Steve Heinecke, 12.18. Fleesensee Schlosshotel
- Martin Kaiser, Müritz-Nationalpark
- Jana Koch, Stadtinformation Teterow
- Winnie Rösner (Vorsitzende), Bärenwald Müritz
- Cornelia Runge, Kur- & Tourismus GmbH Waren (Müritz)
- Anya Schlie, Wirtschaftsförderung MSE
- Karsten Thorun, Amt Röbel-Müritz

Der Ausschuss wiederum bestätigte in der Sitzung am 20.03.2018 Winnie Rösner als Vorsitzende des Marketingausschusses.

Im Zuge der alljährlichen Marketingaktivitäten bezieht die Geschäftsstelle den Marketingausschuss jeweils in die strategischen Planungsprozesse ein. Ankündigungen, Berichte & Protokolle des Ausschusses kommunizieren wir kontinuierlich in den monatlich erscheinenden Mitgliedernewslettern.

Der Marketingausschuss ist im Jahr 2018 sechs Mal zusammen gekommen. Ein Aufgabenschwerpunkt bestand darin, usergenerierten Content für die Themenwelt „Echte Natur“ und damit für die Kampagnen 2019 aufzubauen.

Marketingnetzwerk Mecklenburgische Schweiz

Auch in diesem Jahr gab es zwei Netzwerktreffen sowie mehrere Arbeitsgespräche mit den Netzwerken Mecklenburger Parkland und Kummerower See. Impulse aus diesen Zusammenkünften wurden über die die Tourismus-Koordinatorin Angelika Groh und Vorstandsmitglied Jana Koch in den Marketingausschuss bzw. in den Vorstand des TV MSE getragen. Das Marketingnetzwerk Mecklenburgische Schweiz ging aus dem Marketingausschuss des Tourismusverbandes Mecklenburgische Schweiz hervor und hat sich seit der Fusion beider Verbände im Jahr 2014 zu einer wichtigen Informations-, Austausch- und Arbeitsplattform in der Region entwickelt. Im Netzwerk arbeiten touristische Leistungsträger, Vertreter anderer Netzwerke, der Städte, Tourist-Informationen und WelcomeCenter.



Jana Koch - Leiterin der Tourist-Information Teterow - koordiniert das Netzwerk

Geschäftsstelle des Verbandes

Unser Kerngeschäft, die touristische Vermarktung der Mecklenburgischen Seenplatte sowie die Koordinationsaufgaben -allen voran die touristischen Mobilität und die intensivierte Zusammenarbeit mit den Touristinformatoren- wurden im Zuge des Geschäftsjahres 2018 personell in der Geschäftsstelle abgebildet.



Ihre Ansprechpartner in der Geschäftsstelle:



Bert Balke
Geschäftsführer

✉ b.balke@1000seen.de



Sina Kristin
Projektmanagement /
Büroleitung

✉ s.kristin@1000seen.de



Lisa Ruschin
Gästeinformation &
-Buchung

✉ l.ruschin@1000seen.de



Christin Drühl
Öffentlichkeitsarbeit

✉ c.druehl@1000seen.de



Katrin Holst
Marketing

✉ k.holst@1000seen.de



Marita Klemmer
Printmedien und
-werbung

✉ m.klemmer@1000seen.de



Robert Neidel
Onlinemanager und
Mediengestaltung

✉ r.neidel@1000seen.de



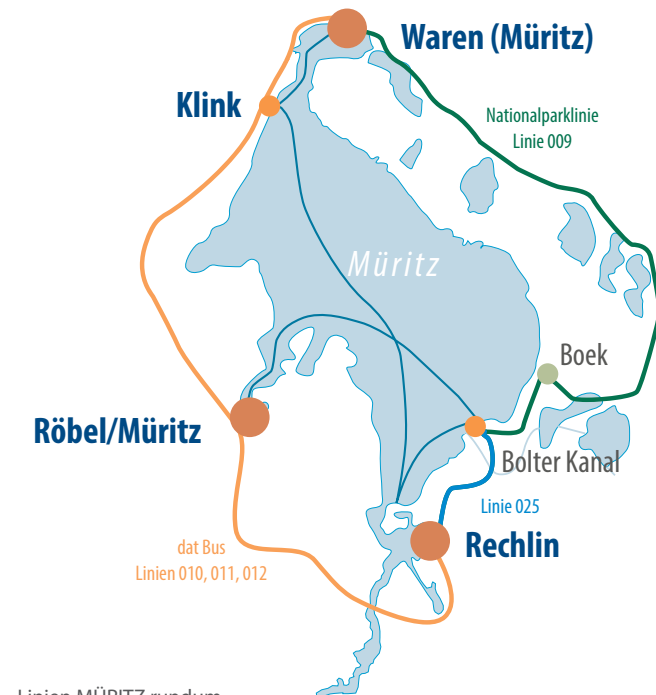
Melissa Kara
Tourismusmanagement mit
dem Schwerpunkt Mobilität

✉ m.kara@1000seen.de

1000seen.de/geschaeftsstelle

MÜRITZ rundum

Seit 2018 können Übernachtungsgäste der Urlaubsorte Klink, Rechlin, Röbel/Müritz und Waren (Müritz), die im Besitz einer gültigen Gästekarte sind, von April bis Oktober den öffentlichen Busverkehr u.a. durch den Müritz-Nationalpark unentgeltlich nutzen.



Linien MÜRITZ rundum

Unser Tourismusverband agiert seither als Organisator und Finanzverwalter sowie Vermarkter (z.B. Produktion aller Medien) im Projekt „MÜRITZ rundum“. Er steht als solcher in Vertragsbeziehung mit den beteiligten Kommunen einerseits und der Mecklenburg-Vorpommernschen Verkehrsgesellschaft mbH (MVVG) andererseits. Das mittelfristige Ziel und Koordinierungsaufgabe unseres Tourismusverbandes ist dabei auch eine permanente Ausdehnung des Gültigkeitsbereiches des Freifahrtickets in weitere Regionen der Mecklenburgischen Seenplatte zu erreichen.

TausendSeenForum am 12.04.2018

Unsere alljährlich stattfindende eintägige Informationsreise führte diesmal knapp 100 Teilnehmer nach Rechlin in das Luftfahrttechnische Museum. Von hier aus starteten nach einer Museumsführung drei Touren mit der neuen Gästekarte MÜRITZ rundum, um die regionale Verbindung von Mobilität & Tourismus erlebbar werden zu lassen.



Teilnehmer des TausendSeenForums bei der Führung im Nationalpark



Im Rahmen des TausendSeenForums fiel der offizielle Startschuss für das Gesamtvorhaben MÜRITZ rundum. In Rechlin vereint: die MV-Minister Harry Glawe und Dr. Till Backhaus (stehend) mit den Projektpartnern (v.l.nr.) Bgm. Röbel/Müritz Andreas Sprick, Bgm. Waren (Müritz) Norbert Müller, Landrat MSE Heiko Kärger, Bgm. Rechlin und Vorsitzender TV MSE Wolf-Dieter Ringguth, Bgm. Klink Eckhard Knust, GF MVVG Torsten Grah.

Harry Glawe (CDU), Minister für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit verdeutlichte die Relevanz des kurkartengestützten Öffentlichen Personenverkehrs mit den Worten „Der Landkreis Mecklenburgische Seenplatte hat hier eine Vorreiterrolle übernommen und geht mit gutem Beispiel voran“. Die Grußworte des Ministers für Landwirtschaft und Umwelt, Dr. Till Backhaus (SPD) würdigten das Projekt „MÜRITZ rundum“ mit den Worten „beispielgebend für die Region“. Neben diesem Aspekt betonte er die Bedeutung des Landkreises Mecklenburgische Seenplatte „als eine der tragenden Urlaubsregionen in Mecklenburg-Vorpommern“.



Auch der Nationalparkbus der MVVG kann mit der Gästekarte MÜRITZ rundum kostenfrei genutzt werden.

Fahrtziel Natur-Award

Der Müritz-Nationalpark wurde im Rahmen des Fahrtziel Natur-Awards 2018 für die Gästekarte „MÜRITZ rundum“ und das integrierte Buskonzept mit dem zweiten Platz ausgezeichnet.

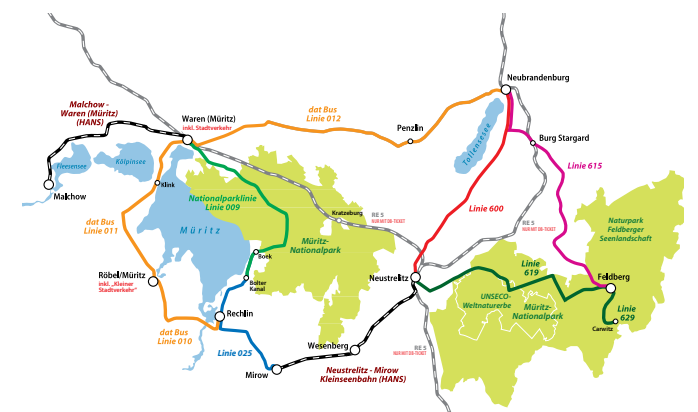
Die Preisverleihung fand in Düsseldorf anlässlich der Tour-Natur, Deutschlands einziger Publikumsmesse rund um Wandern und Trekking, statt. Der Fahrtziel Natur-Award ist eine Kooperation zwischen den Umweltverbänden BUND, NABU, VCD und der Deutschen Bahn sowie den 23 Fahrtziel Natur-Gebieten. Diese Auszeichnung würdigt die erfolgreiche Verknüpfung und das Engagement von umweltfreundlicher Mobilität und Tourismus.



Urkunde des Fahrtziel Natur Awards 2018

Seenplatte Mehrtagesticket

Anreisen mit öffentlichen Verkehrsmitteln sind in hohem Maße von einem guten ÖPNV-Angebot vor Ort abhängig und können vor diesem Hintergrund konkreter in den Fokus gezielter Marketingmaßnahmen rücken. Auch weitere Zielgebiete, u.a. mit Anbindung an den Bahnhof Neustrelitz, sind Profiteure vorgesehener Maßnahmen. Mit dem Seenplatte Mehrtagesticket können Gäste 2 oder 3 Tage beispielsweise zwischen Malchow und Feldberg mit dem ÖPNV mobil sein. Gemeinsam mit den beteiligten Verkehrsunternehmen MVVG / HANS, dem Landkreis und den Kommunen wurde das Ticket zum Preis von 17,00 € (2 Tagesticket für einen Erwachsenen) bzw. 22,00 € (3 Tagesticket für einen Erwachsenen) aufgelegt. Drei Kinder bis 14 Jahren fahren in Begleitung Erwachsener kostenfrei mit.



Linienplan des Seenplatte Mehrtagestickets

Event „48 Stunden Mecklenburgische Seenplatte“

Mehr als 1.500 Gäste aus Berlin und Brandenburg reisten am ersten Mai-Wochenende mit der Bahn in die Seenplatte, um das von vielen lokalen Partnern der Orte Neustrelitz, Neubrandenburg, Waren (Müritz), Feldberg sowie des Amtsbezirkreiches Kleinseenplatte auf die Beine gestellte touristische Angebot – kostenfrei vernetzt durch unsere regionalen Verkehrspartner – zu erleben. Im 4. Jahr infolge dokumentiert das 48-Stunden-Wochenende die hohe Reisebereitschaft der Berliner und Brandenburger innerhalb ihres Verkehrsverbundes (VBB). Im Rahmen unserer Veranstaltung ist die An- und Abreise in den Nahverkehrszügen der Linie RE 5 über Fürstenberg (Havel) hinaus bis nach Waren (Müritz) oder Neubrandenburg zum gültigen VBB-Fahrtarif Dank einer Vereinbarung zwischen unserem Tourismusverband und der DB Regio AG Region Nordost möglich.



Großer Gästeandrang am Bahnhof Waren (Müritz)

Fachexkursion Mobilität

Der Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte und die brandenburgische Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde veranstalteten vom 07.05. - 09.05.2018 eine Fachexkursion zum Thema „Regionale Mobilität in der Mecklenburgischen Seenplatte“. Die Ergebnisse, der von insgesamt 31 Studenten des Masterstudiengangs nachhaltiges Tourismusmanagement bearbeiteten Projektthemen, werden am Jahresende vorgestellt.

DSGVO-Seminar

Der Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte bot am 15.06.2018 gemeinsam mit der Warener Hotelgemeinschaft ein Seminar zur neuen EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) an. Rechtsanwalt Markus Hennig erläuterte in der zweistündigen Veranstaltung die wichtigsten Neuerungen, gab Handlungsempfehlungen und beantwortete Fragen. Die Prozesse und Medien des Verbandes wurden mit anwaltlicher Hilfe auf Einhaltung der DSGVO geprüft und angepasst.

Treffen der Tourist-Informationen

In der Destination Mecklenburgische Seenplatte informieren derzeit ca. 20 Tourist-, Stadtinformationen, Welcome-Center sowie Infozentren der Schutzgebiete die Tages- und Übernachtungsgäste zu den Angeboten und Leistungen des Tourismus. Die Einrichtungen sind ein wichtiges Aushängeschild der Region, da sie oftmals einer der ersten Anlauf- und Kontaktpunkte der Gäste mit den touristischen Leistungsanbietern darstellen.



Treffen der Tourist-Informationen im Hans-Fallada-Museum in Carwitz

Alljährlich vor der Sommersaison führen wir daher einen persönlichen Informationsaustausch mit den Kolleginnen und Kollegen durch.

Verkaufsschulung „Kulturtourismus“

Mit der praxisorientierten Beratungs- und Verkaufsschulung fanden bereits zum Jahresstart zwei Veranstaltungen in Ankershagen und Alt Schwerin statt. Mit über 50 Teilnehmern verzeichneten wir eine große Resonanz.



Verkaufsschulung im AGRONEUM

Die Ergebnisse des Mystery Checks zeigten wichtige Ansatzpunkte für die Verbesserung der Gästekommunikation auf. Mit der POI-Datenbank besteht eine wichtige Informationsbasis, die wir weiter stärken und ausbauen werden. Das Verkaufstraining lieferte nützliche Tipps für eine gastorientierte Beratung.

Netzwerktreffen der Mecklenburgischen Schweiz

Das erste Treffen des Marketingnetzwerkes der Mecklenburgischen Schweiz fand im März im Fritz-Reuter-Literaturmuseum in Stavenhagen statt. Einen Schwerpunkt der Diskussion bildete die künftige Gästelendung rund um das durch den Baumkronenpfad erweiterte Naturmonument Ivenacker Eichen und die damit verbundene Fragestellung, wie die touristische Wertschöpfung die gesamte Teilregion Mecklenburgische Schweiz befördern kann.



Treffen des Marketingnetzwerkes Mecklenburgische Schweiz im Fritz-Reuter-Literaturmuseum in Stavenhagen.

Der zweite Termin fand im September im Anschluss an eine Sitzung des Marketingausschusses im Haus des Gastes in Waren (Müritz) statt. Der Schwerpunkt lag hierbei auf der Vorstellung der geplanten Marketingmaßnahmen des Verbandes im kommenden Jahr und der Integration der Teilregion Mecklenburgische Schweiz.

Vertreter des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur zu Besuch in der Seenplatte

Am 04.05. - 05.09.2018 war es gelungen, Herrn Reinhard Klingen, Abteilungsleiter Wasserstraßen, Schifffahrt im BMVi - Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur - sowie Gesa Schwoon, zuständig im BMVi für das Management der Nebenwasserstraßen, zu einem ergebnisoffenen Dialog rund um das Thema „Müritzforschung in der Region“ zu begrüßen.



Auf „Forschungsreise“ mit dem Hausboot

An Bord eines zum Forschungsschiff „umfunktionierten“ Hausbootes und beim Besuch des Müritzeums wurden die potenziellen Möglichkeiten der Fortsetzung und möglicherweise auch der Institutionalisierung des Projekts in lockerer Runde thematisiert. Im Zuge mehrerer Gespräche vor Ort u.a. mit dem Landrat Heiko Kärgel, Boottourismus-Unternehmern und politischen Vertretern unseres Landes M-V wurden unsere Gäste auch für die verbesserungswürdigen Rahmenbedingungen des Seenplatte-Wassertourismus sensibilisiert. Eine der zentralen Kernforderungen unseres Verbandes ist die Ausstattung eines separaten Haushaltstitels für Nebenwasserstraßen mit einer auskömmlichen Summe, um den Investitionsstau der letzten Jahre aufzulösen

und weitere Entwicklungen an und auf den Wasserstraßen zu realisieren. Der ergänzende Einsatz von Hilfskräften an automatisierten Schleusen zur Optimierung des Schleusenbetriebs in der Region wurde bereits mit dem Umsetzungsziel 2019 diskutiert und wird nun konkret verfolgt.

Landestourismuskonzeption MV

Als Mitglied des Landestourismusverbandes (TMV) sind unsere umfangreichen Hinweise allen voran im Hinblick auf die Themen Infrastruktur und Mobilität in eine gemeinschaftliche Stellungnahme des TMV eingeflossen:

1000seen.de/tmv-tourismuskonzeption

Unsere Stellungnahme konzentrierte sich daher auf den Schwerpunkt Organisation und Finanzierung des Tourismus:

1000seen.de/tvmse-tourismuskonzeption

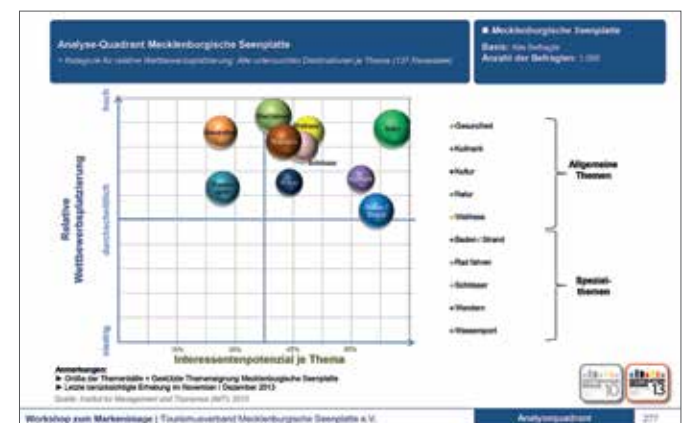
Hotel-Projekt Krakow am See

Krakow am See, Luftkurort mit derzeit rund 70.000 Gästeübernachtungen pro Jahr, stellt erste Weichen für einen qualitativen und quantitativen Ausbau des Standortes. Die Stadtvertretung befürwortete am 21.08.2018 den Plan eines Hotelneubaus und räumte einem möglichen späteren Betreiber ein befristetes Vorkaufsrecht für den Zeitraum der Planung und Investorensuche ein.

Workshop Destination Brand

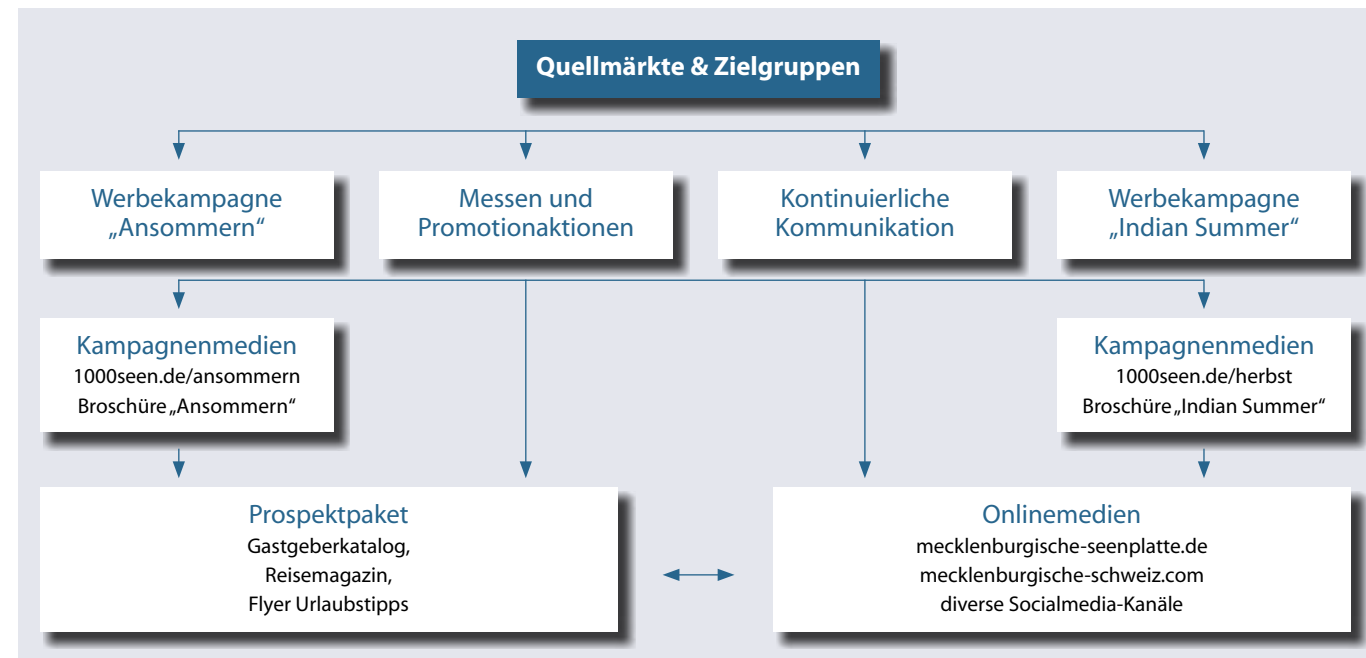
Die DESTINATION BRAND- Studienreihe misst die nachfragegesitige Wahrnehmung (Fremdbild) von Destinationen durch die deutschsprachige und in Privathaushalten wohnende Bevölkerung im Alter zwischen 14 und 74 Jahren – bevölkerungsrepräsentativ. Für die Mecklenburgische Seenplatte wurden im Herbst 2017 die Profileigenschaften und Spontanassoziationen erhoben und ausgewertet. In einem Workshop am 22.10.2018 beschäftigten sich Vertreter von Vorstand, Marketingausschuss sowie die Mitarbeiter der Geschäftsstelle mit den gewonnenen Erkenntnissen. Für Seenplattenurlauber im Allgemeinen, egal ob Bootstouristen, Familien oder Gutshausbesucher sind die Profileigenschaft „naturbelassen“ bei der Reiseentscheidung – im Vergleich zum Wettbewerb – sehr relevant. Dementsprechend bestätigten uns die Macher der Studie eine hohe Korrelation zwischen potenzialträchtiger Zielgruppe „Natururlauber“ und unseren Marketingaktivitäten rund um das Thema „Echte Natur“ als imagebildende Kerneigenschaften der Destination. Ergebnisse sind hier einsehbar:

1000seen.de/marktforschung



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 2018.



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 2018 aufgezeigten und strategisch geplanten Marketings. Allen voran betraf dies die Verstetigung des saisonalen Kampagnenmarketings sowie die Vermarktung als „Deutschlands Natururlaubsregion“.



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 sowie Städte.



Titel der Broschüren „Ansommern“ und „Indian Summer“

Saisonales Kampagnenmarketing

Für eine gezielte und messbare Neukundengewinnung wurden die Kampagnen Ansommern (Reisezeitraum Mai/Juni) und Indian Summer (Reisezeitraum September/Okttober) ins Leben gerufen.

Die Ansommern- & Indian Summer Broschüren wurden in einer Auflage von je 150.000 Stück vorrangig in den Ballungsgebieten Berlin und Hamburg, als auch in Mitteldeutschland und im Quellmarkt Nordrhein-Westfalen durch Beilagenwerbung in Medien des DUMONT Verlags und über NETTO vertrieben.

Im Fokus beider Kampagnen standen die Portale 1000seen.de/ansommern bzw. 1000seen.de/herbst und deren Bewerbung in themenrelevanten, redaktionellen Umfeldern und sozialen Medien.



Eine Fotoserie „Echte Natur“ steht unseren Mitgliedern zur Nutzung zur Verfügung

„Deutschlands Natururlaubsregion“

Die Manifestierung der Mecklenburgischen Seenplatte als facettenreiches und naturverbundenes Urlaubsgebiet wurde auch im aktuellen Jahr durch eine kontinuierliche Medienkommunikation verfolgt. Mit der Studie DESTINATION BRAND 17 liegen uns Auswertungen zu den imagebildenden Profileigenschaften und Spontanassoziationen aus Sicht einer repräsentativen Stichprobe der deutschen Bevölkerung vor. Für Urlauber im Allgemeinen, egal ob Bootstouristen, Familien oder Gutshausbesucher sind die Profileigenschaften „naturlabes“ und „entschleunigend“ bei der Reiseentscheidung – im Vergleich zum Wettbewerb – sehr relevant. Dementsprechend wurden die im Kalenderjahr 2016 gestarteten Marketingaktivitäten rund um das Thema „Echte Natur“ weiterhin reichweitenstark inszeniert. Unter Bezugnahme regionaler und thematischer Seenplattenprodukte, ist die Vermarktung als „Deutschlands Natururlaubsregion“ DER inhaltliche Schwerpunkt unserer Maßnahmen, die hier beispielhaft ergänzt werden:

Kurzfilm „Endlich Ruhe“

Bereits mehr als 200.000 Aufrufe auf youtube erreichte unser Kurzfilm mit Hinnerk Schönnemann, Anneke Kim Sarnau und Comedian Olaf Schubert aus der fünfteiligen Serie „Endlich Ruhe“ des Landestourismusverbandes (seit dem Start am 10.01.2018).



Dreh am Plauer See für den Kurzfilm „Endlich Ruhe“

Pilgerweg Mecklenburgische Seenplatte

Eine weitere Verknüpfung zur Profileigenschaft „entschleunigend“ bildet das Thema „Pilgerweg Mecklenburgische Seenplatte.“ Der Weg besteht seit 2011 und führt von Friedland nach Mirow und teilt sich in Neubrandenburg in eine östliche und westliche Route. Die östliche Route führt auf 121 Kilometern über Burg Stargard und Fürstenberg nach Mirow. Die westliche verläuft über Neustrelitz nach Mirow und ist 101 km lang.



Einstiegsseite zum Pilgerweg im Urlaubsmagazin MV

Der Pilgerweg war auch Schwerpunkt in der MV Kampagne 2018. Über 800.000 Broschüren, vielseitige Online-Präsentationen und auch Anzeigenschaltungen bewarben das Thema crossmedial.

Parallel hierzu wurde das Informationsangebot über den Pilgerweg mit verschiedensten Maßnahmen ausgebaut. Ausgelöst durch unsere diesjährige Pilger-Pressereise (07.06. - 10.06.) ist am 23.08.2018 deutschlandweit der dpa-Artikel „Pilgern in der Mecklenburgischen Seenplatte“ gelaufen. Der Artikel erschien auf über 70 Nachrichtenportalen und wurde auch in den Printausgaben aufgegriffen.

Freigeschaltet wurde auch eine neue Online-Themenseite. Die Seite stellt die einzelnen Strecken des Pilgerweges vor und bietet Tourenvorschläge zum Wochenendpilgern, buchbare Quartiere und praktische Hinweise an. In Kooperation mit dem Klemmer-Verlag und dem Evangelisch-Lutherischen Kirchenkreis Mecklenburg, umgesetzt mit der Pilgerpastorin Melanie Ludwig, wurde das Projekt „Pilgerkarte“ realisiert. Die Pilgerkarte wird seit dem 05.09.2018 für den Verkaufspreis von 6,90 € angeboten und konnte bis zum 15.10.2018 bereits 246 Mal verkauft werden.



1000seen.de/pilgern



ÖTILLÖ Swimrun

Zum dritten Mal fand der ÖTILLÖ Swimrun 1000 Lakes zwischen Rheinsberg und Wesenberg statt. Das Extremsportevent zog 115 Zweierteams aus 23 unterschiedlichen Nationen in das Land der 1000 Seen. In der überregionalen Berichterstattung spielt neben dem sportlichen Event die Mecklenburgische Seenplatte mit ihren klaren Seen und der unberührten Natur eine wesentliche Rolle.

Dieses Jahr war ein Team der BBC vor Ort, das einen halbstündigen Beitrag produzierte. Der NDR berichtete knapp 3 Minuten im Nordmagazin über das Ereignis und begleitete dabei das Team von Anja Dittmer und Guido Grimme. Der Beitrag bleibt bis September 2019 in der NDR Mediathek. Die dpa veröffentlichte eine Ankündigung sowie einen Bericht über das Ergebnis. [1000seen.de/swimrun](https://www.1000seen.de/swimrun)

Kooperation mit der Outdoor-Marke Schöffel

Die Outdoormarke Schöffel bot in Kooperation mit dem Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte 12 ausgewählten Kunden plus Begleitperson die Möglichkeit, die Mecklenburgische Seenplatte am Wochenende vom 09.06 - 10.06.2018 kennenzulernen. Im Gegenzug wurden die Mecklenburgische Seenplatte und die einzelnen Leistungsträger auf verschiedenen Medienkanälen und in den Outdoorstores präsentiert.

Das aktive Programm umfasste E-Bike fahren, wandern und paddeln im Müritz-Nationalpark – alles unter fachkundiger Begleitung. Ebenso fand eine Fahrt mit Hausbooten der Firma Kuhnle Tours statt. Die Teilnehmer erhielten dafür moderne Lifestyle- und Outdoorbekleidung der Marke Schöffel zum Test.

Viele Teilnehmer waren das erste Mal in der Mecklenburgischen Seenplatte und waren begeistert von der echten Natur und den sportlichen Möglichkeiten, welche sich ihnen boten. Einige der Outdoorbegeisterten planen weitere Urlaube in unsere Region.

Wochenendforscher

Am Wochenende vom 14.09. - 16.09.2018 fand auf der Müritz die nach 2017 zweite Aktion „Wochenendforscher“ statt. Den Auftakt dafür bildete im letzten Jahr der zweiwöchige Aufenthalt des Medien- und Forschungsschiffs ALDEBARAN auf der Müritz.

Dieses Jahr konnte die ALDEBARAN aufgrund des niedrigen Wasserstandes bei Dömitz nicht in die Mecklenburgische Seenplatte fahren. Deswegen wurde kurzerhand ein Hausboot von Müritz Yacht Management aus Rechlin zu einem „Forschungsschiff“ umgestaltet und mit dem nötigen Forscher-Equipment ausgestattet.



Die beiden Hobbyforscherteams aus Berlin und Leipzig zeigten sich begeistert von der Expedition auf dem Wasser, der Führung im Müritzeum und der Unterbringung in der Jugendherberge Waren (Müritz). [mueritzforscher.de](https://www.mueritzforscher.de)



Kooperation mit dem Discounter NETTO

Die Mecklenburgische Seenplatte konnte auch in diesem Jahr auf die etablierte Marketingkooperation mit dem Discounter NETTO (mit dem schwarzen Hund) bauen. Das in Stavenhagen ansässige, überregionale Unternehmen mit über 350 Märkten bietet unserer Region wieder verschiedenste Präsentationsmöglichkeiten: Von der Auslage der Ansommern-Broschüre in den Märkten außerhalb MVs, über NETTO-Handzettel (mit den aktuellen Angeboten / Auflage 3,8 Millionen), eine Anzeige mit dem Schwerpunkt Familienurlaub bis hin zu über 4 Millionen Wasserflaschen, die mit einem Ansommern-Sonderetikett bedruckt waren.



Anzeige im NETTO-Handzettel (KW 19/2018), das Prospekt erscheint in einer Auflage von 3,8 Millionen Stück und wird in den Märkten sowie als Zeitungsbeilage verteilt

Netzwerk Familie

Im Dezember 2017 entstand die Idee, eine engere Zusammenarbeit mit unseren Mitgliedern Borchard's Rookhus, Haveltourist und dem Ferienpark Mirow anzustoßen. Alle drei Unternehmen umwerben den Gast „Familie“. Das Thema passt zudem perfekt in die Kleinseenplatte, wo alle drei Unternehmen angesiedelt sind.



Es wurde ein gemeinsames Budget definiert und als erste Aktion eine Pressereise (31.05.-03.06.2018) organisiert. Insgesamt nahmen 4 Journalistinnen und deren Kinder teil. Sie übernachteten zuerst in Ferienhäusern vom Ferienpark Mirow, dann in Mobilheimen vom Camping- und Ferienpark Havelberge und abschließend im Familotel Borchard's Rookhus. Zu den Highlights zählten Go-Kart-Fahrten, eine Floßtour und eine archäologische Ausgrabung. Bei bestem Wetter stand natürlich auch baden regelmäßig auf dem Programm. Das Feedback der Journalisten war sehr positiv. In der Lausitzer Rundschau sowie online fanden Veröffentlichungen statt. [1000seen.de/familie](https://www.1000seen.de/familie)



Schlösserherbst

Vom 12.10. - 28.10.2018 öffneten in der historischen Kulturlandschaft der Mecklenburgischen Seenplatte viele Schlösser, Guts- und Herrenhäuser zum Thema „Schlösserherbst“ ihre Türen und Tore für „kulinarische und kulturelle Highlights in historischem Ambiente“. 40 Termine - vorrangig in der Mecklenburgischen Schweiz - wurden in der Veranstaltungsreihe erfasst. Es wurde eigens eine Themenseite zum Schlösserherbst aufgestellt: [1000seen.de/schloesserherbst](https://www.1000seen.de/schloesserherbst). Wir unterstützten die Marketingmaßnahmen intensiv online z.B. mit einer eigenen Microsite, mit dem Newsletter, als auch PR-seitig.

[1000seen.de/schloesserherbst](https://www.1000seen.de/schloesserherbst)



Wassertourismuskampagne

Mit Überzeugungsarbeit unseres Tourismusverbandes war es gelungen, die Landestourismusorganisationen Mecklenburg-Vorpommerns und Brandenburgs zur erfolgreichen Wiederaufnahme der Zusammenarbeit im Bereich Wassertourismus zu ermutigen. Im Geschäftsjahr 2018 wurde eine reichweitenstarke, crossmediale Werbekampagne für das größte vernetzte Wassersportrevier Europas (zwischen Berlin und Schwerin) umgesetzt, an der sich unser Tourismusverband und ca. 20 regionale Partner aktiv beteiligten. Im Zuge der Wassertourismuskampagne fand eine Pressereise mit 10 Journalisten statt - teils auf einem Hausboot, teils an Land. 2 Tage waren sie in der Mecklenburgischen Seenplatte unterwegs und 2 weitere Tage in Nordbrandenburg.

Individuelle Pressereisen

Zusätzlich zu den Gruppen-Pressereisen Pilgern, Familie und Hausboot organisierten wir zahlreiche, individuelle Recherchereisen für Journalisten. In folgenden Medien sind Artikel geplant oder bereits veröffentlicht:

- Das Thema Familienreise wurde in der **Lausitzer Rundschau** und auf der niederländischen Familienblogseite **KidsErOpUit.nl** aufgegriffen. Ein Beitrag im **Magazin Bergwelten** wird im nächsten Frühjahr erwartet.
- Im **Magazin Free Men's World** (erscheint vierteljährlich mit einer Auflage von 100.000 Stk.) werden im Frühjahr 2019 3-4 Seiten über Wasserwandern in der Seenplatte veröffentlicht.
- Im Magazin **Camping, Cars & Caravan** und **Reisemobil International** erscheint ein Artikel über Campingplätze in der Mecklenburgischen Kleinseenplatte mit Empfehlungen für Aktivitäten.
- In der Zeitschrift **SpaInside** wurde Anfang des Jahres ein 6-seitiger, hochwertiger Artikel über die Mecklenburgische Seenplatte veröffentlicht. (siehe Auszug Seite 15) Zusätzlich wurden auf 8 weiteren Seiten Wellness-Hotels der Region vorgestellt.
- In der **Rheinischen Post** erschien Anfang des Jahres ein umfangreicher Artikel mit den Schwerpunkten: Gutshaus Ludorf, Müritzeum und Kleinseenplatte mit Hausboot und Schloss Mirow.
- Im **RADtouren-Magazin** und in der **Radzeit des ADFC** ist ein Bericht über den Mecklenburgischen Seen-Radweg erschienen. Der Journalist machte im Juni in Röbel, Neustrelitz und Neubrandenburg Station.

- In der Zeitschrift **Stars & Melodien** erschien ein Beitrag über Guts- und Herrenhäuser in der Mecklenburgischen Schweiz.
- Ein bereits sehr gut laufender Artikel über Kanufahren im Nationalpark erschien zusätzlich in der **TV Today**.

Vielen Dank an alle Partner für die Unterstützung der Reisen.

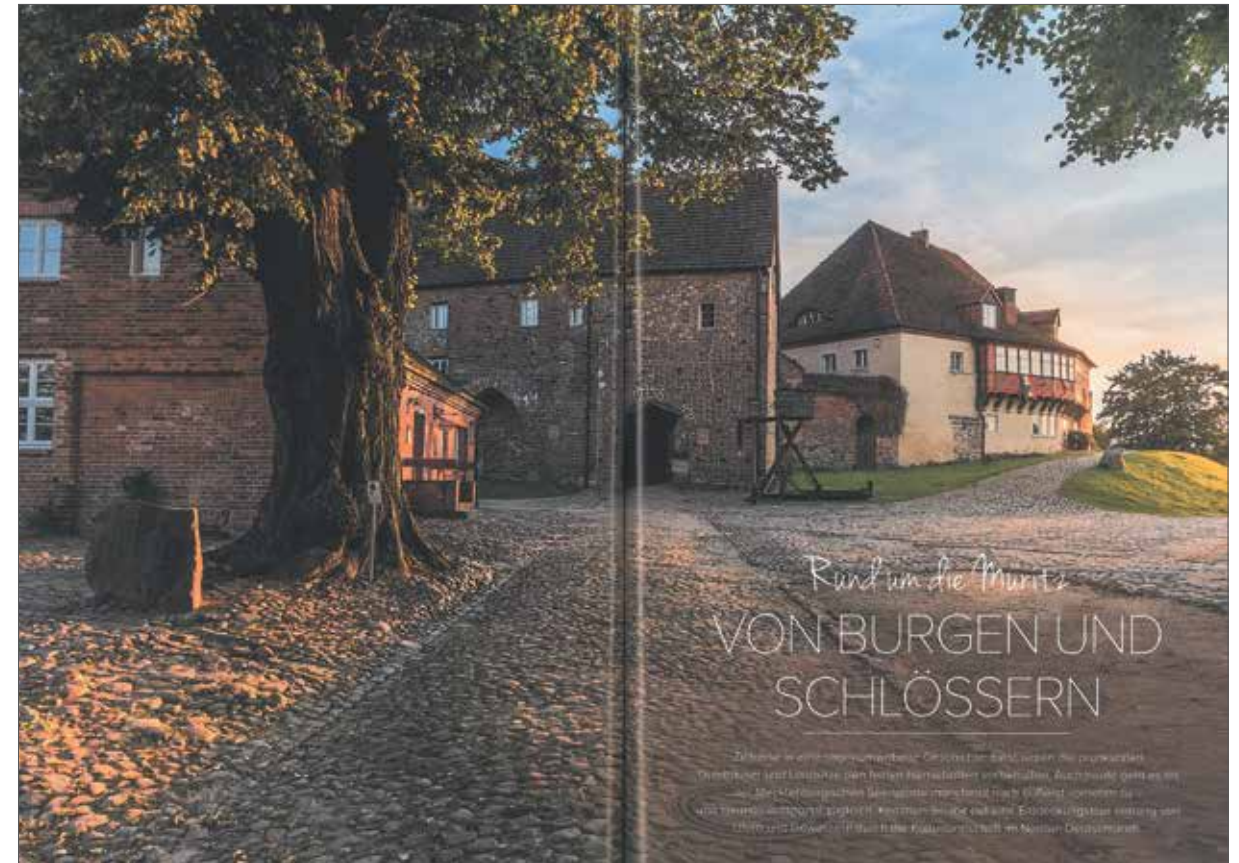
Presseartikel

Die Manifestierung der Mecklenburgischen Seenplatte als naturverbundenes und entschleunigendes Urlaubsgebiet wurde auch im aktuellen Jahr durch eine kontinuierliche Medienkommunikation verfolgt. Nachfolgend finden Sie einige ausgewählte, sehr erfolgreiche Beispiele:

Bereits zu Jahresbeginn hat der dpa-Artikel „**Auf der Suche nach der Milchstraße in Mecklenburg-Vorpommern**“ bundesweit zahlreiche Veröffentlichungen erreicht. Der Artikel erschien bei über 50 Tageszeitungen.

Von uns betreut, absolvierte der verantwortliche Redakteur des Reiseblattes der FAZ einen Kurzurlaub in der Mecklenburgischen Seenplatte. 5 Tage lang war der Reisejournalist mit seiner Tochter als Freizeitkapitän auf Reisen im Land der 1000 Seen. Entstanden ist ein außergewöhnlich umfangreicher Reisebericht für die **Frankfurter Allgemeine Zeitung**, der am 23.08.2018 in der Printausgabe (siehe Seite 16/17) und online auf faz.net veröffentlicht wurde:

🌐 www.faz.net/aktuell/reise/mecklenburgische-seenplatte-kurzurlaub-mit-kind-15749377.html



Sonnabend/Sonntag, 6./7. Januar 2018

reise reporter

Ostsee-ZEITUNG XIII

Auf der Suche nach der Milchstraße

Nur wenige Menschen sind im Winter nachts in der Mecklenburgischen Seenplatte unterwegs. Wer doch kommt, sucht oft die tiefe Dunkelheit, die in den Städten längst verloren gegangen ist. Die Region lockt Sternenbeobachter.

Von Joachim Mangler

Nachts ist es dunkel. Diese Selbstverständlichkeit stimmt so nicht mehr, sagt Martin Laboda. Der Sternenspezialist aus Mecklenburg-Vorpommern verweist auf Studien, nach denen rund 80 Prozent der Stadtbewohner unter einem unnatürlich hellen Nachthimmel leben. Die Milchstraße können sie nicht erkennen. Das Stichwort heißt Lichtverschmutzung – die bringt nicht nur die Menschen, sondern auch Pflanzen und Tiere durcheinander.

Wer Dunkelheit erleben will, muss in menschenarme Gegenden gehen, zum Beispiel in den Naturpark Nossentiner/Schwinzer Heide in der Mecklenburgischen Seenplatte. „Hier ist es wirklich dunkel, insbesondere im Herbst und Winter“, sagt Laboda und verweist auf sein spezielles Messgerät für Dunkelheit. Es zeigt den Wert von 21,8. Die weltweit dunkelsten Werte liegen bei knapp über 22.

Nur unter diesen extrem dunklen Bedingungen ist die Beobachtung von Sternen optimal möglich. Beste Voraussetzungen also für die Beobachtung um das Zertifikat Sternenspark der International Dark Sky Association. Der Naturpark zwischen Plau am See, Goldberg, Güntzow und Waren (Müritze) wäre der nächste Sternenspark in Deutschland. Bisher führen die Naturpark Westhavelland (Brandenburg), der Nationalpark Elbsandsteingebirge (Sachsen) und das Biosphärenreservat Rhön (Thüringen/Hessen/Bayern) diesen Titel.

Das „dunkle Privileg“ der Region nutzt auch der Rostocker Arzt Diego Zendeck, der dem Hobby der Sternenspektroskopie seit vier Jahren nachgeht. Ihn fasziniert die Ästhetik der Objekte am Himmel, die mit der Technik zugänglich wird. Schon mit einer einfachen Ausrüstung sei es möglich, schöne Erlebnisse etwa mit Milchstraßenbildern zu erzielen. Die Lernkurve gehe steil nach oben. „Wenn dann aber die Ansprüche steigen, kann es teuer werden“, sagt er. Es seien die besonderen Momente, die ihn begeistern. „Die Erhabenheit des Augenblicks, nichts draußen zu sein, das Himmelszelt über dir.“

Das Zertifikat Sternenspark gehört zum Angebot, mit dem der Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte Besucher in der Nebensaison anlocken will. „Es geht dabei auch um eine neue und gezielt nachgefragte Einsamkeit“, sagt Geschäftsführer Bert Balken.

Astro-Tourismus ist sanfter Tourismus, denn mehr als ein paar Liegen und Decken wie etwa auf einer Obdwiese am Dreetzsee braucht es nicht, um in wolkenlosen Nächten für die Sternensuche ein perfektes Erlebnis zu organisieren. „Die Milchstraße sehen zu können, das kann ganz tief in die Seele gehen“, sagt Laboda. Immer mehr Privatsphäre rücken mit kostenpflichtigen Beobachtungstouren und Fotoaufnahmen an, um noch kleinere Details am Nachthimmel zu entdecken.

Auch so dünn besiedelte Regionen wie die der Mecklenburgischen Seenplatte müssen darauf achten, dass ihr Alleinstellungsmerkmal nicht verloren geht. Dertzeit gibt es Gespräche mit 17 Gemeinden, damit diese ihre Nachtbeleuchtung umstellen. Es gibt verschiedene Konzepte, eines soll in der Gemeinde Neu Posenitz umgesetzt werden. Dort waren jüngst zwölf Stadterneuerungen des internationalen Studiengangs Architektur und Lichtdesign an der Hochschule Wismar. Sie wollen bis zu diesem Januar für die sieben Teilortschaften der Gemeinde intelligenten Lösungen für die Straßen- und Außenbeleuchtung erarbeiten. Es gehe darum, mit den neuen Lampen die ungenutzte Abstrahlung in den Himmel zu unterbinden, meint Laboda. „Der einmalige, erlebte Sternenhimmel, ein wichtiges Auszeichnungsmerkmal der Region, soll unbedingt erhalten bleiben“, sagt er.

Die Milchstraße sehen zu können, das kann ganz tief in die Seele gehen.

Martin Laboda
Sternenspezialist

HIN & WEG

Anreise
Das Kultur- und Informationszentrum Karower Mühle des Naturparks liegt in der Nähe der Kreuzung B 103/B 192 am Nordufer der Plauer Seen. Eine Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln in die Region ist schwierig.

Weitere Informationen
Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern, Platz der Freundschaft 1, 18059 Rostock, Telefon: (03 81) 4 03 05 50, www.auf-nach-mv.de

Mecklenburg-Vorpommern ist vielerorts lichtarm und lockt deshalb Astro-Touristen an (1). Es bietet ideale Bedingungen für die Sternenspektroskopie (2). In menschenarmen Gegenden wie im Naturpark Nossentiner/Schwinzer Heide in der Mecklenburgischen Seenplatte können Astro-Touristen nicht nur Sterne, sondern auch Fledermäuse – hier das Braune Langohr – beobachten (3). Der Naturpark mit seinen urtümlichen Schwarzerlen bei Wustrow lohnt auch bei Tag einen Besuch (rundes Bild im Kasten).

FOTOS: SEBASTIAN KARTHEUSER, PAUL BIEL, JENS BÖTTNER, RALF KOCH

DI WASSERPARADIES
Die Müritze ist ein ganz besonderes Gewässer. Das Müritzegebiet ist ein Naturerlebnis mit einer Fläche von 240 Quadratkilometern. Hier findet man die perfekte Mischung aus Natur und Kultur. Die Müritze ist ein ganz besonderes Gewässer. Das Müritzegebiet ist ein Naturerlebnis mit einer Fläche von 240 Quadratkilometern. Hier findet man die perfekte Mischung aus Natur und Kultur.

RAUCHERFISCH - ein echter Genuss
Die Müritze ist ein ganz besonderes Gewässer. Das Müritzegebiet ist ein Naturerlebnis mit einer Fläche von 240 Quadratkilometern. Hier findet man die perfekte Mischung aus Natur und Kultur.

NATUR ZUM ANFASSEN
Die Müritze ist ein ganz besonderes Gewässer. Das Müritzegebiet ist ein Naturerlebnis mit einer Fläche von 240 Quadratkilometern. Hier findet man die perfekte Mischung aus Natur und Kultur.

ADRESSEN & TIPPS
Die Müritze ist ein ganz besonderes Gewässer. Das Müritzegebiet ist ein Naturerlebnis mit einer Fläche von 240 Quadratkilometern. Hier findet man die perfekte Mischung aus Natur und Kultur.

Der Artikel „Auf der Suche nach der Milchstraße“ erschien am 06.01.2018 im reisereporter (Madsack-Reisernetzwerk), z.B. in der Ostsee-Zeitung.

In der Ausgabe 02/2018 des Reise-Magazins „SPA inside“ erschien ein mehrseitiger Artikel mit dem Schwerpunkt Guts- und Herrenhäuser.

Messen und Promotionaktionen
mit Partnerbeteiligung

Mit insgesamt 117 Messetagen im Kalenderjahr 2018 war die Marke Mecklenburgische Seenplatte reichweitenstark auf Messen vertreten. Unser Tourismusverband stellt dazu den Partnern Müritz Plus, Kleinseenplatte und Weisse Flotte, die vereinbarungsgemäß die Gesamtregion vertreten, Messe-Equipment sowie Reisemagazine zur Verfügung. Einige Messen (u.a. boot Düsseldorf, ITB Berlin) bestreiten wir weiterhin mit eigenem Personal. Besonderes Augenmerk wurde auf die zusammen mit dem Tourismusverband Ruppiner Seenland e.V., der WIN Wassertourismus Initiative Nordbrandenburg AG, der Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH sowie der WIR Wassertourismusinitiative Region Potsdamer & Brandenburger Havelseen realisierte Messepräsentation der gemeinsamen Wasserregionen in Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern vom 20.01. - 28.01.2018 auf der **boot in Düsseldorf** gelegt.



Gemeinschaftsstand mit Brandenburg auf der boot Düsseldorf

Erstmals in der Geschichte der **Internationalen Tourismus-börse Berlin** war 2018 mit Mecklenburg-Vorpommern ein Bundesland Partnerland der weltweit größten Fachbesuchermesse für Tourismus. Auch Dank regionaler Partnerschaften setzte unsere Seenplatte, neben der gewohnten personellen Besetzung des MV-Standes, gute Impulse. Die Mecklenburgische Seenplatte präsentierte sich auf der ITB in Berlin als Wassertourismus-Region. Zur ITB wurde eine englischsprachige Hausbootbrochure aufgelegt und ein gebrandetes Hausboot ausgestellt.



Der Wassertourismusbereich der Mecklenburgischen Seenplatte am Eingang Süd der ITB.

Termin	Messe	Tage
11.01. - 14.01.	Ferien Wien	4
12.01. - 14.01.	Reisemesse Zwickau	3
13.01. - 14.01.	Tourismusmesse Wörlitz Tourist Berlin	2
13.01. - 21.01.	CMT Stuttgart	9
19.01. - 28.01.	Grüne Woche	10
19.01. - 21.01.	VIVA Touristika Rostock	3
20.01. - 28.01.	boot Düsseldorf	9
25.01. - 28.01.	FESPO Zürich	4
26.01. - 28.01.	Dresdner Reisemarkt	3
27.01. - 28.01.	Reisen&Freizeit Münster/Osnabrück	2
31.01. - 04.02.	Hbf Hannover	5
07.02. - 11.02.	Reisen Hamburg	5
10.02. - 18.02.	Haus, Garten, Freizeit Leipzig	9
15.02. - 18.02.	beach & boot Leipzig	4
18.02.	Promotion Düsseldorf Arcaden	1
18.02. - 22.02.	f.r.e.e. München	5
21.02. - 25.02.	Reise+Camping Essen	5
25.02.	Rad & Reise Hamburg	1
28.02. - 04.03.	Freizeit Messe Nürnberg	5
	ADFC Radsonntag Hamburg	1
03.03. - 05.03.	Stockholm (Schweden)	3
07.03. - 11.03.	ITB Berlin	5
10.03. - 11.03.	Rad & Outdoor Bremen	2
Frühjahr	Ostermarkt Essen	2
14.04.	Brandenburger Reisemarkt	1
14.04. - 15.04.	Velo Berlin	2
21.04.	Brandenburg Tag Spandau	1
29.04.	Velo Classico Braunschweig	1
26.05.-27.05.	Velo Hamburg	2
03.07. -04.07.	RDA Köln	2
31.08. - 02.09	tourNatur Düsseldorf	3
28.10.	Frankfurt Marathon	1
10.11. - 11.11.	Roskilde (Dänemark)	2
Summe		117

Printprodukte

Neben den saisonalen Printprodukten Ansommern und Indian Summer werben das Reisemagazin, die Urlaubs-Tipps, die Urlaubskarte als auch die Karte über 100 Guts- und Herrenhäuser für einen Urlaub im Land der 1000 Seen. In allen Medien haben Mitglieder und Partner dazu beigetragen, dass interessante und vielfältige Angebote zu einem Aufenthalt in der Mecklenburgischen Seenplatte inspirieren und/oder über diesen informieren.



Das **Reisemagazin** dient der Erstkundengewinnung und kommt über den Postweg, Messen und Aktionen zu den potentiellen Urlaubsgästen.



Die **Ausflugskarte zu 100 Guts- und Herrenhäusern** gibt Empfehlungen zu besonders wichtigen Gutshäusern, die bauhistorisch, kulturell oder touristisch relevant sind. Sie unterstützt geschichtsinteressierte Urlaubsgäste bei der Freizeitgestaltung vor Ort.



Die **Urlaubs-Tipps**, als auch die Urlaubskarte dienen ebenfalls der Freizeitgestaltung und Orientierung vor Ort.

Content-Produktion (für das Marketing 2019)



Fotoshooting Titel Ansommern

Bereits im Mai entstanden zahlreiche „frische“ und „aktive“ Ansommern-Motive 2019.

Fotoshooting Titel Kampagne MV

Auf dem Kampagnenmagazin 2019 vom TMV (Auflage: 1 Mio. Exemplare) wird erstmalig ein Motiv der Mecklenburgischen Seenplatte auf dem Cover erscheinen. Als zentrale Bildelemente wurden der See und das Bootshaus definiert.



Fotoshooting Baukultur

Zum Thema „Baukultur der Mecklenburgischen Seenplatte“ fand im August ein Fotoshooting im Rahmen der Kampagne MV statt. Dazu wurden Fotos und Videosequenzen auf der Schlossinsel Mirow, mit Schloss Mirow und dem 3 Königinnen Palais, in Neustrelitz im Kulturquartier und in Hohenzieitz vom Schloss und Landschaftsgarten gemacht. In der gesamten Reportage stellen wir die TOP 10 der Baukultur in der Mecklenburgischen Seenplatte vor, stellvertretend für alle kulturhistorischen Gebäude und Gärten, die hier nicht genannt werden konnten. Das Thema wird auf der parallel zur Kampagne neu entstehenden Baukultur- Microsite (1000seen.de/baukultur) noch umfassender behandelt und dargestellt.

Fotoshooting Familie

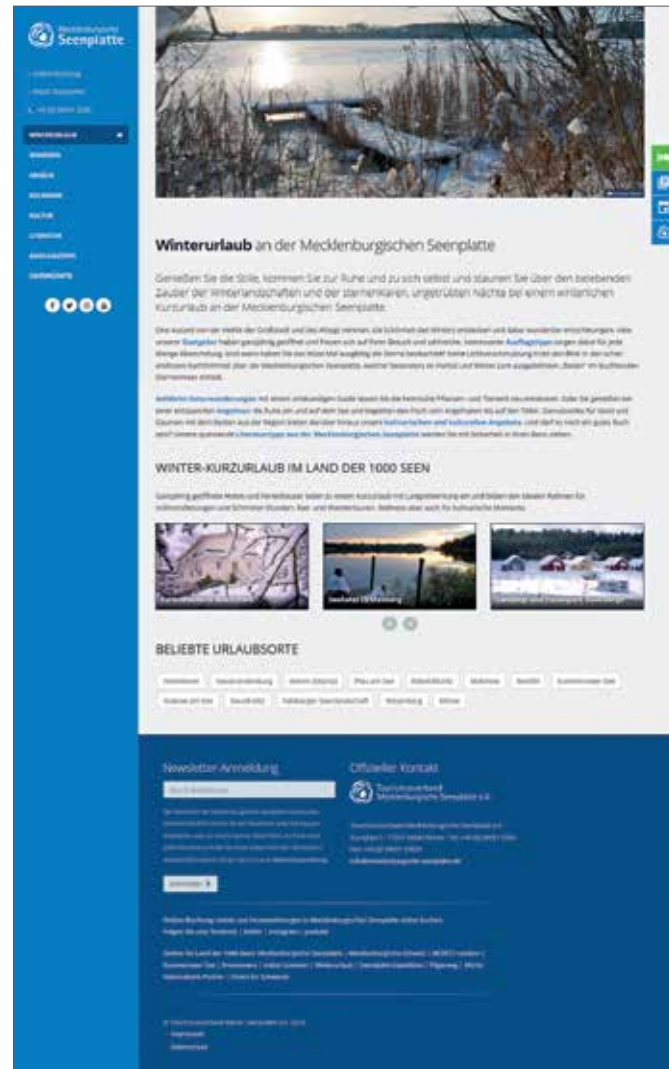
Über die Presse und die sozialen Medien wurde Anfang August eine Familie für das sogenannte „Storytelling“ gesucht. Die Resonanz war riesig, so dass eine große Auswahl an geeigneten Protagonisten bestand. Ende August wurde einen ganzen Tag lang auf dem Wasser mit einem Bungalowboot gefilmt und geschootet.

Online-Portale

Portal-Landschaft wurde um neue Kampagnen-, Themen- und Regionsseiten erweitert.

Auf Grund der zunehmenden Nachfrage bei Mitgliedern, Partnern und Gästen wurde zusätzlich zu den Kampagnenportalen zum Ansommern (Frühjahr) und Indian Summer (Herbst) ein neuer **Online-Auftritt für die Wintersaison** aufbereitet: 1000seen.de/winter

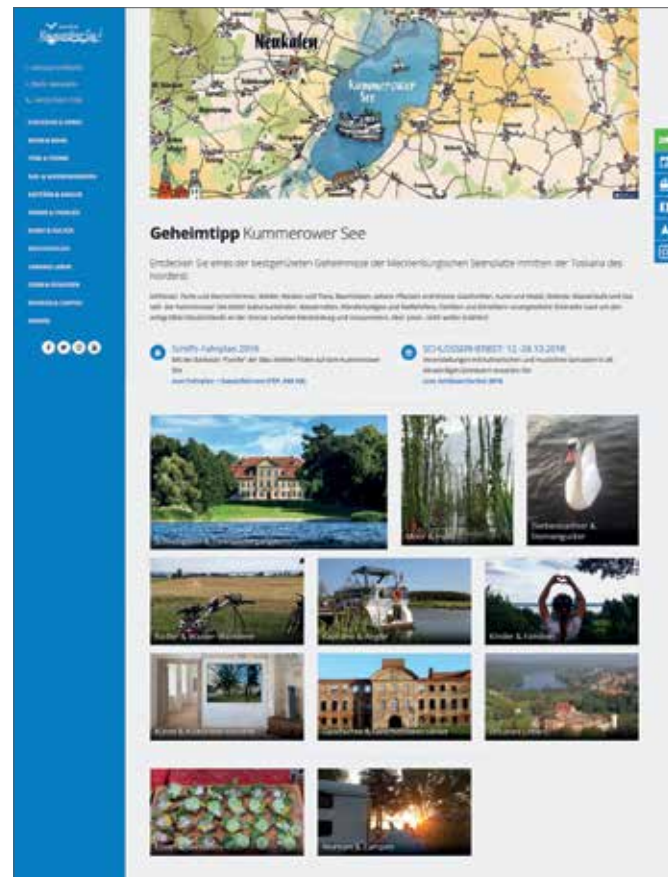
Grundlage für die Darstellung der Gastgeber und Ausflugs-tipps ist unsere POI-Datenbank. Die bestehenden Einträge werden mit einem Winterbild und einem Link zu den Winterangeboten des Partners thematisch ergänzt. Ziel der reinen Online-Kampagne ist die Stärkung der Wintersaison. Die Kampagne fand bereits 2017 gleichermaßen in den sozialen Medien und mit Bild-Text-Teasern in besucherstarken Informationsnetzwerken (z.B. msn.de, t-online.de und Tageszeitungsportale) statt. Allein auf facebook wurden mit der Werbung über 240.000 Nutzer erreicht. Mehr als 5.000 Besucher informierten sich auf der neuen Kampagnenseite über die Urlaubsangebote in der Winterzeit. Die Maßnahme wird 2018/2019 fortgesetzt.



Auf 1000seen.de/winter werden Urlaubsthemen für den Winter vorgestellt. Ganzjährig geöffnete Unterkünfte und Ausflugsziele können sich hier mit ihrem POI-Eintrag darstellen.

Im Frühjahr wurde die Teilregionsseite für den **Kummerower See** freigeschaltet: 1000seen.de/kummerowersee

Damit konnte eine wichtige Plattform für die Tourismuskoordination am Kummerower See geschaffen werden. Zahlreiche Angebote der Region wurden neu in der POI-Datenbank erfasst und in die Webseite übernommen.



Regionsseite 1000seen.de/kummerowersee

In der Veranstaltungsdatenbank wurden neue regionsspezifische **Veranstaltungsreihen** eingerichtet. Davon profitierte u.a. auch die im Juni 2018 erstmals stattgefundene **Moorwoche**. Für die Vermarktung der Moorwoche wurde eine separate Unterseite angelegt auf der alle Angebote vorgestellt wurden.

Darum sollten Veranstaltungen in der POI-Datenbank erfasst 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 die POI-Datenbank erhält der Eintrag somit eine deutliche Reichweitensteuerung und lässt zudem eine zentrale Aktualisierung 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.

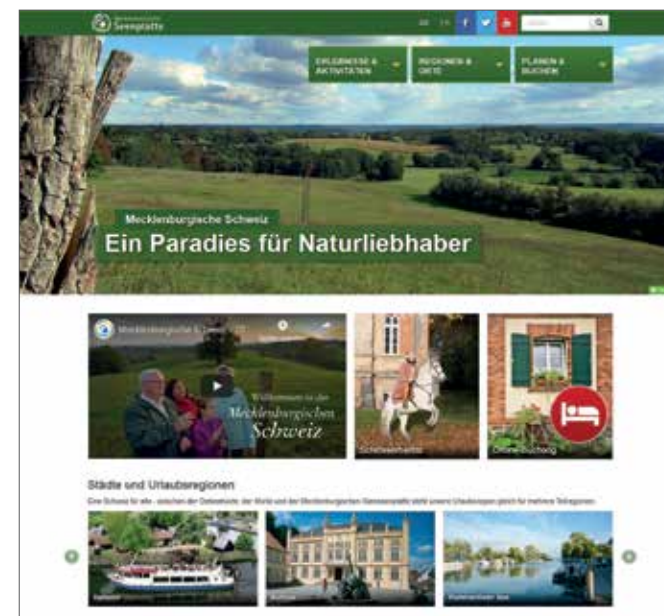


Themen-Microsite 1000seen.de/pilgern

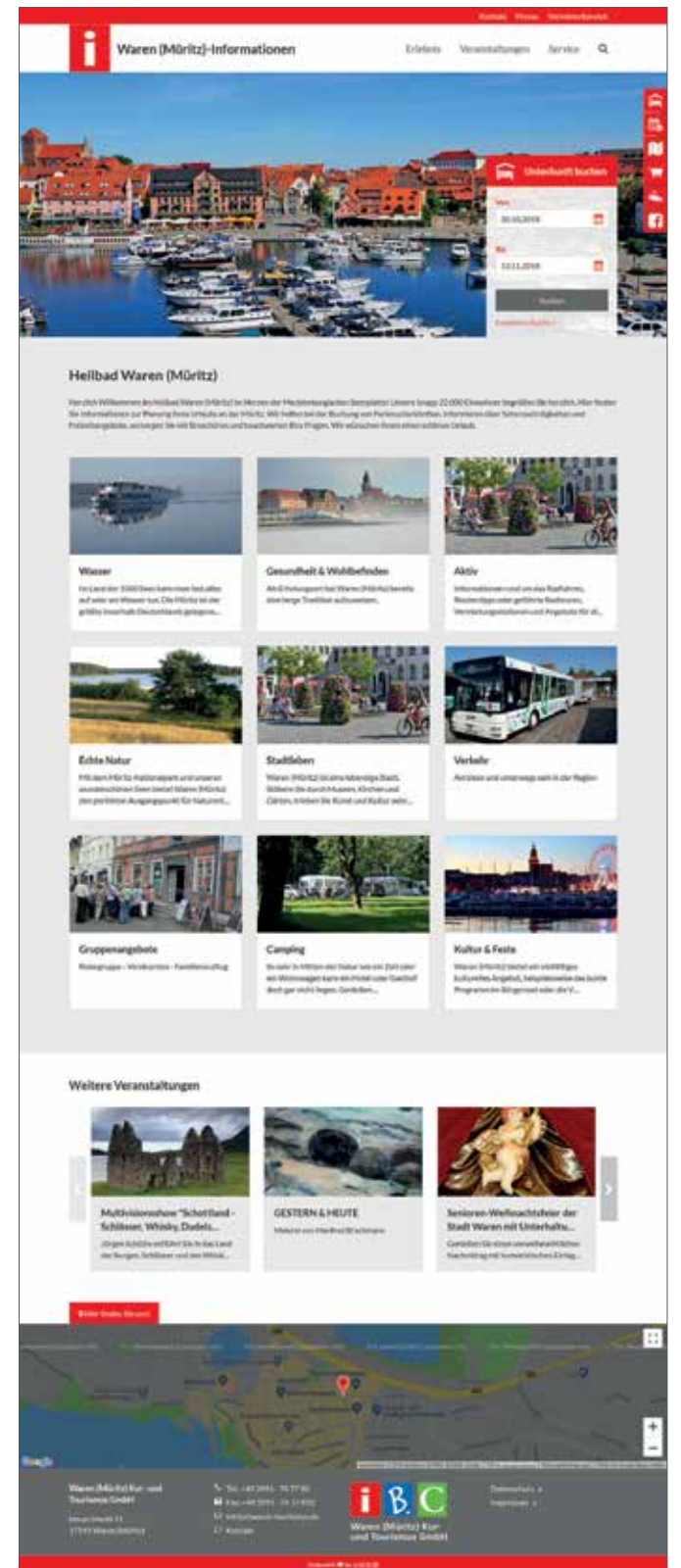
Eine neue **Themen-Microsite** entstand für die Vermarktung des **Pilgerwegs Mecklenburgische Seenplatte**. Über einen Shoplink kann die neue Wanderkarte des Klemmer-Verlags online bestellt werden.

Zunehmend agieren wir auch als **Online-Dienstleister**. 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. In Zusammenarbeit mit einer externen Webagentur entwickelten wir eine autarke Lösung für die **Waren (Müritz) Kur- und Tourismus GmbH**. Die neu aufgestellten Webauftritte waren-tourismus.de, buergersaal-waren.de und camping-ecktannen.de sind im Juni online gegangen.

Unser Verband wird in den kommenden Monaten den Anschluss weiterer touristischer Regions- und Ortswebseiten an die Portal-Landschaft begleiten bzw. umsetzen.



Regionsseite mecklenburgische-schweiz.com



Neuer Webauftritt waren-tourismus.de

Neben der Umstellung auf aktuelle Technologien wie einem responsiven Design bildete die Anbindung der landesweiten Datendrehscheibe einen wichtigen Bestandteil des Relaunches. Durch bereits bestehende Module aus der Portalwelt des Verbandes konnte der Entwicklungsaufwand deutlich verringert werden. Seit Juni sind die neuen Seiten online.

Online-Statistik

Auf unseren Online-Portalen konnten in den vergangenen 12 Monaten (Stand 30.09.2018) insgesamt **1.007.863 Besuche** statistisch erfasst werden. Das entspricht einem Anstieg von 2,5 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Die Besuche verteilen sich wie folgt auf die Portale:

mecklenburgische-seenplatte.de	787.166 Besuche
mecklenburgische-schweiz.com	160.784 Besuche
1000seen.de/kummerowersee	5.827 Besuche
1000seen.de/ansommern	18.083 Besuche
1000seen.de/herbst	15.020 Besuche
1000seen.de/winter	6.304 Besuche
1000seen.ch	2.715 Besuche
mueritz-rundum.de	11.964 Besuche

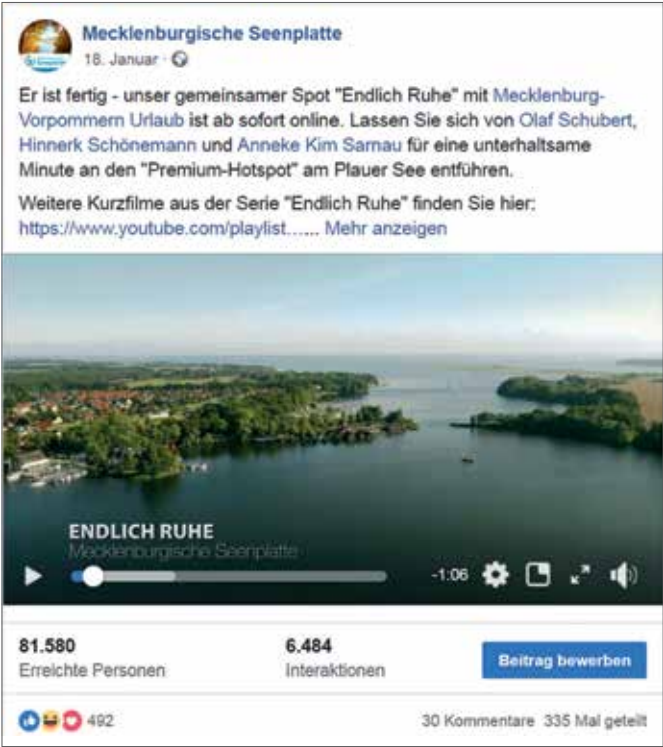
Besuche:	mecklenburgische-seenplatte.de		mecklenburgische-schweiz.com	
Monat	10.2016 - 09.2017	10.2017 - 09.2018	10.2016 - 09.2017	10.2017 - 09.2018
Oktober	40.205	41.781	10.508	10.005
November	29.072	28.982	7.680	7.733
Dezember	30.228	32.613	7.175	7.715
Januar	64.140	71.239	13.733	12.499
Februar	48.861	45.390	11.819	10.050
März	58.225	57.929	12.329	12.161
April	62.685	60.358	14.388	12.595
Mai	82.125	91.093	14.984	18.663
Juni	94.401	94.107	16.608	17.666
Juli	117.184	116.546	18.881	20.165
August	95.170	92.926	17.077	17.819
September	52.259	54.202	12.780	13.713
Gesamt	774.555	787.166	157.961	160.784

Die größte Bedeutung für den Traffic von mecklenburgische-seenplatte.de nahmen dabei die Suchmaschinen ein, über die 62,8 % der Besuche akquiriert wurden. Der Anteil neuer Nutzer auf dem Portal lag bei 86,9 %. Die Nutzung mit Mobilgeräten betrug 41,2 %. (Desktop 43,6 %). Die meisten ausländischen Zugriffe sind aus der Schweiz (1,8 %), Österreich (0,9 %) und den Niederlanden (0,6 %) zu verzeichnen.

Online-Blätterkataloge

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
Gastgeber 2018	28.120
Camping-Handbuch 2017-2018	28.008
Broschüre „Echte Natur“	13.634
Reisemagazin 2018	12.260
Broschüre „Ansommern 2018“	9.654
Broschüre „Indian Summer 2018“	8.852
Urlaubs-Tipps 2018	7.261



Unser Top-Beitrag 2018 auf facebook: Der Kurzfilm „Endlich Ruhe“ wurde bereits 335 Mal geteilt und erreichte 81.580 Personen.

Soziale Medien

Eine wachsende Wahrnehmung erfahren wir weiterhin in den sozialen Medien. Die Anzahl der Abonnenten unserer **Facebook-Seite**, unserem derzeit wichtigsten Social-Media-Kanal, ist auf 21.640 angewachsen. [facebook.com/1000seen](https://www.facebook.com/1000seen)

Zu einer beliebten Quelle für Urlaubsinspirationen hat sich **Instagram** entwickelt. Auch in unserem Online-Marketing wird der Dienst mit einem eigenen Kanal immer stärker genutzt. In den vergangenen 12 Monaten stieg die Zahl der Follower um 71% auf 1.010 an. [instagram.com/1000seen](https://www.instagram.com/1000seen)

Gäste-Newsletter

Ausgebaut wurde zudem das Newslettermarketing. Mit aktuell 17.174 Empfängern unseres Gäste-Newsletters konnte die Abonnentenzahl in den vergangenen 12 Monaten kontinuierlich gesteigert werden. Der Versand erfolgt einmal monatlich (in der Regel zur Monatsmitte). Die Öffnungsrate der einzelnen Ausgaben lag zwischen 27 und 31 %.

Datum	Thema	Öffnungen
19.11.2017	Winterurlaub	4.297
29.12.2017	Urlaub 2018	4.612
18.02.2018	Familienurlaub	4.872
18.03.2018	Hausbooturlaub	5.136
01.04.2018	MÜRITZ rundum	4.453
22.04.2018	48 Stunden	4.372
13.05.2018	Ansommern	4.915
15.07.2018	Wochenendforscher	4.795
19.08.2018	Indian Summer	4.980
23.09.2018	Schlösserherbst	4.769



BÄRENWALD Müritz

Ein Tierschutzprojekt von VIER PFOTEN



BÄREN HAUTNAH ERLEBEN

Erleben Sie auf einer Entdeckungsreise inmitten herrlicher Natur eines der faszinierendsten Wildtiere unserer Erde.

Erlebnis-Attraktionen wie der Naturentdeckerpfad mit Labyrinth und Abenteuer-Waldspielplatz erwarten Sie. Die Reise in die Welt der Braunbären wird durch das Besucherzentrum mit „Boulevard der Region“, Bio-Bistro, Bären-Akademie und Bären-Bibliothek abgerundet.

bärenwald-müritz.de

**Täglich
geöffnet**

BÄRENWALD Müritz gGmbH
Am Bärenwald 1
17209 Stuer
Tel. 039924 79118