

Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V.  
Mitgliederversammlung am 06.11.2019

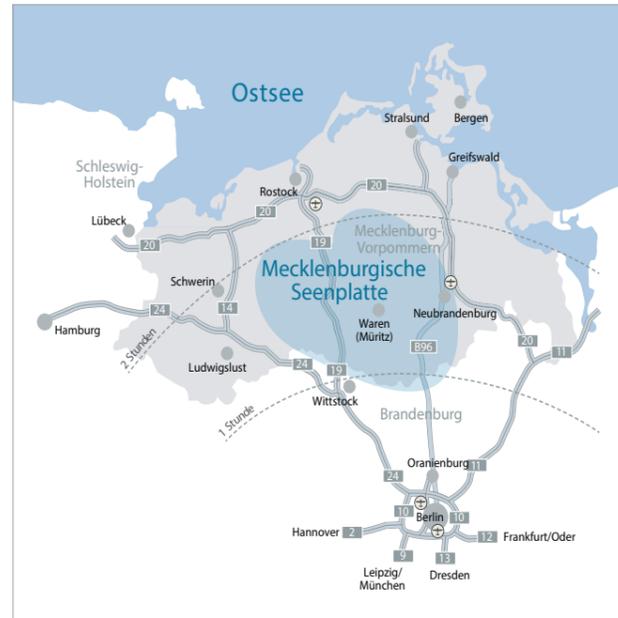


Mecklenburgische  
**Seenplatte**

**TOURISMUSBERICHT 2019**

## Inhalt:

I. Unsere Urlaubsregion.....	2
II. Statistik 2019.....	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: 29.10.2019

Erscheinungsdatum: 06.11.019

Auflage: 500 Stück

Hinweis: Ein Großteil der im Tourismusbericht 2019 enthaltenen Informationen wurde bereits umfangreich und zeitnah in den monatlichen Mitgliedernewslettern sowie auf [www.mecklenburgische-seenplatte.de/branche](http://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 ihren Teilregionen Müritzt „plus“, Mecklenburgische Schweiz und der Mecklenburgischen 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 - wengleich 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.

**Müritzt „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 Müritzt schließen sich die Erholungsorte Röbel/Müritzt 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 Wes-

ten, 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 Müritzt-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 Müritzt-Nationalpark - dem größten landseitigen Deutschlands mit UNESCO-Weltnaturerbe „Alte Buchenwälder“ und sieben 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 Müritztswimmen bauen auf den Naturtourismus auf.

## II. Statistik 2019

Übernachtungsstatistik	Januar - August 2019					
	insgesamt	Ankünfte		Übernachtungen		durchschnittliche Aufenthaltsdauer
		Veränderung zum Vorjahreszeitraum	insgesamt	Veränderung zum Vorjahreszeitraum	durchschnittliche Aufenthaltsdauer	
	%	Anzahl	%	Anzahl		
Mecklenburg-Vorpommern	5.996.024	7,5	25.038.958	11,5	4,2	
Fischland-Darß-Zingst, Halbinsel	421.560	12,6	2.334.103	18,0	5,5	
Usedom, Insel	869.084	14,3	4.549.722	17,0	5,2	
Vorpommern	1.777.996	11,2	8.269.895	15,4	4,7	
Rügen/Hiddensee	1.075.397	9,7	5.302.071	12,5	4,9	
Meckl. Ostseeküste	1.745.066	8,1	6.818.919	11,9	3,9	
<b>Meckl. Seenplatte und Schweiz</b>	<b>978.822</b>	<b>0,0</b>	<b>3.551.265</b>	<b>3,9</b>	<b>3,6</b>	
Westmecklenburg	418.743	3,5	1.096.808	3,1	2,6	

Tabelle: Ankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer der Gäste in Beherbergungsbetrieben im Zeitraum Januar bis August 2019

Von Januar bis August 2019 wurden 3.551.265 Übernachtungen in der Verbandsregion Mecklenburgische Seenplatte/Schweiz in der amtlichen Statistik erfasst (3,9 % mehr als im Vergleichszeitraum 2018).

**Die zuletzt für MV ausgewiesenen Übernachtungszuwächse, sind vorrangig auf eine Erweiterung des sogenannten Berichtskreises zurückzuführen. Insgesamt sind seit August 2018 sukzessive 17,1% mehr angebotene Schlafgelegenheiten als im Vorjahresmonat in die amtliche Statistik eingeflossen. Dies betrifft insbesondere die Kategorie der Ferienhäuser und -Wohnungen (rund 45.000 Schlafgelegenheiten) und mehrheitlich die Ostseeregionen. Die Vergleichbarkeit mit der amtlichen Vorjahresstatistik ist daher aktuell nicht gegeben.**

Die unlängst von der Finanzgruppe Ostdeutscher Sparkassenverband und dem Beratungsunternehmen dwif vorge-

stellte Modellrechnung zeigt die tatsächliche Entwicklung der Übernachtungszahlen 2019 und damit das reale Wachstum in MV auf.

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 29.10.2019 lag uns die Monats-Auswertung August 2019 vor.



Sehr gute 2019er-Halbjahresbilanz bei den MSE-Übernachtungen im Vergleich zu den ersten sechs Monaten 2018



Januar bis August 2019 MV-Übernachtungen ±0,0% / MSE-Übernachtungen nur noch 0,8 % ggü. Vorjahreszeitraum

Die sogenannte „amtliche Statistik“ basiert 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 2019 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](http://www.mecklenburgische-seenplatte.de) im Bereich „Branche“.

## III. Verbandsarbeit

### Vorstand

Im Geschäftsjahr 2019 fanden sechs Vorstandssitzungen statt. Die vielfältigen und in Zusammenarbeit mit der Geschäftsstelle realisierten Themen werden im Folgendem dargestellt.

Hinzuweisen sei an dieser Stelle, dass das Fördermittelmanagement unseres Tourismusverbandes zur Sicherung von neuen Aufgaben stetig gewachsen ist und in jeder Sitzung thematisiert wurde.

Der Jahresabschluss zum 31.12.2018 wurde von der SHBB Steuerberatungs-GmbH Kathrin Freitag in der Vorstandssitzung am 24.04.2019 erläutert, vom Vorstand einstimmig bestätigt und soll von der Mitgliederversammlung am 06.11.2019 festgestellt werden.



Vorsitzender:  
Wolf-Dieter Ringguth, Bürgermeister Rechlin



stellv. Vorsitzender:  
Frank Fechner, Landkreis Mecklenburgische Seenplatte (Leiter Stab / Büro des Landrates)

In Form von **Positionspapieren** oder **Stellungnahmen**, äußerte sich der Vorstand in Schriftform u.a. zur notwendigen Stärkung des Binnenlandtourismus; pro Radtourismus in MV; für die VBB-Erweiterung auf den RE5-Streckenabschnitten Neustrelitz-Waren bzw. -Neubrandenburg, gegen das Wildcampen; mit Anregungen, Hinweisen und Bedenken zur Fortschreibung des Kapitels 6.5 „Energie einschließlich Windenergie“ des Regionalen Raumentwicklungsprogramms der Planungsregion Rostock, umsetzungsorientiert für 5G-Projekte in der Region, ablehnend und fordernd zur geplanten Bahnstreckenstilllegung auf den Abschnitten Malchow - Parchim und Plau am See - Priemerburg (Güstrow); kritisch zum räumlichen Nutzungskonflikt zwischen Übungsflügen der Bundeswehr und dem Tourismus, seit 2016 für eine dringende Novellierung des Kommunalabgabengesetzes - KAG M-V § 11 (Gästeabgaben für alle Kommunen / Zweckerweiterung u.a. für touristische Mobilität) um den Ausbau der touristischen Mobilität in Angriff nehmen zu können. Kontinuierlich und mitunter medial deeskalierend wurde das Thema „Wassertourismus“ im aktiven Austausch mit unseren Unternehmen, der IHK, dem Wasserstraßen- und Schifffahrtsamt, Vertretern des Bundes und als Mitglied der Wasserinitiative Nordbrandenburg begleitet.

Für oder in 2019 konnten wir diese **neuen Mitglieder** an Bord unseres Tourismusverbandes begrüßen:

- Gutshaus Pohnstorf GbR, Alt Sührkow
- Hotel AMSEE GmbH, Waren (Müritz)
- Dat Waldhus - Urlaub mit Hund, Plau am See
- Tiererlebnispark Müritz, Grabowhöfe
- Hotel Altes Zollhaus, Feldberg
- Biber Ferienhof, Diemitz (Seenplatte Tour.s GmbH, Chemnitz)
- Campingplatz Sietower Bucht, Sietow Dorf

### Marketingausschuss

Der Marketingausschuss hat sich in den fünf Veranstaltungen des laufenden Jahres schwerpunktmäßig mit dem Thema Contentmarketing auseinandergesetzt. Dabei ging es u.a. um die Vorbereitung der Pressearbeit sowie die Kampagnen Natur und Familie. Im Zuge der alljährlichen Marketingplanung bezieht die Geschäftsstelle den Marketingausschuss gewohnt aktiv mit ein. Dies erfolgte 2019 in den Sitzungen am 05.06 sowie 05.09. in Vorbereitung von Vorstandssitzung und Mitgliederversammlung. Ankündigungen, Berichte & Protokolle des Ausschusses kommunizieren wir kontinuierlich in den monatlich erscheinenden Mitgliedernewslettern und im Webbereich „Branche“.



Winnie Rösner - Betriebsleiterin Bärenwald Müritz - leitet den Marketingausschuss

### Marketingnetzwerk Mecklenburgische Schweiz

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, die auch im Jahr 2019 zweimal tagte. Im Netzwerk arbeiten touristische Leistungsträger, Vertreter anderer Netzwerke, der Städte, Tourist-Informationen und WelcomeCenter. Einen Schwerpunkt des Austauschs bildeten die Themen für die in der Mecklenburgischen Schweiz realisierten Pressereisen „Odyssee“ und „Slow Travel“.



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



Referent Sven Deutschländer stellt in der Scheune Bollewick die Möglichkeiten mit Google My Business im lokalen Online-Marketing vor

### Seminarangebote

Ein großes Mitgliederinteresse bestand an den kostenlosen **Seminar- und Weiterbildungsangeboten** die der Verband erstmalig organisierte. Besonders gefragt waren Workshops zu Themen aus dem Bereich Online-Marketing.

- 10.01.2019 - Seminar „Lokales Online-Marketing“
- 31.01.2019 - Seminar „Social Media“
- 21.02.2019 - Seminar „Direktbuchungs-Conversion“
- 14.03.2019 - Seminar „EU-Pauschalreiserichtlinie“
- 28.03.2019 - Seminar „Gruppenreisen“



Mitarbeiterin Lisa Ruschin kümmert sich um die Organisation

### TausendSeenForum

Zu unserem diesjährigen TausendSeenForum luden wir unsere Mitglieder in das Land Fleesensee ein. Über 80 interessierte Verbandsmitglieder folgten unserer Einladung und machten sich am Morgen des 11. April auf den Weg nach Göhren-Lebbin. Während der kurzen Eröffnung durch unseren Vorsitzenden Wolf-Dieter Ringguth im Ballsaal des Schlosshotel Fleesensee, wurde schnell klar, was der bevorstehende Tag bringen sollte - die Erkundung des gesamten Resorts mit seinen zahlreichen Möglichkeiten. Denn das Resort ist nicht nur für die Übernachtungsgäste Göhren-Lebbins nutzbar sondern bietet auch tolle Möglichkeiten für Tagesgäste der gesamten Region.

Für die Besichtigung des Resorts teilten sich die Gäste in zwei Gruppen auf, eine Busgruppe und eine Aktivgruppe, um das Resort parallel in unterschiedlichen Touren zu erkunden. Trotz der eher kalten Temperaturen, konnten viele Mitglieder für die Radtour begeistert werden und traten kräftig in die Pedale.



Die Aktivgruppe, angeführt von Thomas Konermann von TOKON Events, radelte vom Schlosshotel aus in Richtung Marktplatz nach Untergöhren. Während eines Stopps in Höhe des Strandes am Fleesensee hatte man die Möglichkeit Segways in einem Parcours zu testen. Nur wenige Meter entfernt erwarteten uns bereits die Mitarbeiter des Fleesensee Resort & Spa für eine kleine Besichtigung der Wellnessoase.

Weiter ging es in Richtung Hafen zum SBS-Strandhaus sowie zu den Hausbooten der Firma Locaboat, die ebenfalls umfassend besichtigt wurden.

Nach einem stärkenden Mittagessen im TUI Blue Fleesensee tauschten die beiden Gruppen das Fortbewegungsmittel. Der Bus startete in Richtung Göhren-Lebbin, mit kurzem Zwischenstopp an den Gewächshäusern des Resorts. Danach erreichten wir die SPAworld Fleesensee. Auch hier wurden wir freundlich in Empfang genommen und der Wellness- sowie der Fitnessbereich wurden erkundet.



Nach einem kurzen informativen Stopp am Dorfhotel Fleesensee wurde es noch einmal sportlich. Am Golfclub Fleesensee trafen unsere beiden Gruppen wieder zueinander um sich in einer Partie Golf während eines Schnupperkurses zu probieren.



Zur letzten Station des Tages ging es zu Fuß. Im Theater des Robinson Clubs erwartete unsere Mitglieder eine kleine Stärkung und ein Auszug aus dem abendlichen Showprogramm.

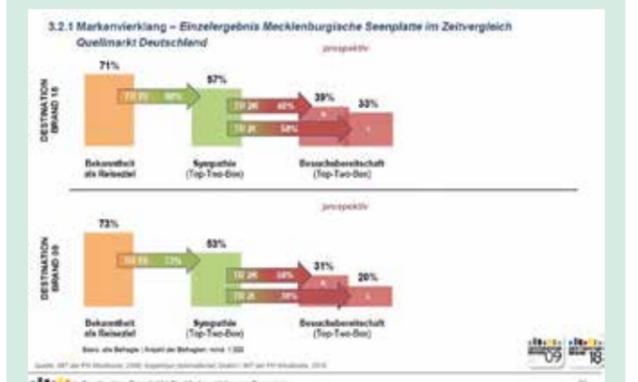


Vielen Dank an alle Organisatoren und Mitstreiter für dieses gelungene TausendSeenForum - insbesondere an die Kur- und Tourismus GmbH Göhren-Lebbin sowie an die Kollegen von TOKON Events.



Wir freuen uns schon jetzt auf das nächste TausendSeenForum 2020 in Plau am See!

Die **DESTINATION BRAND** - Studienreihe misst die nachfrageseitige Wahrnehmung (Fremdbild) von Destinationsmarken durch die deutschsprachige und in Privathaushalten wohnende Bevölkerung im Alter zwischen 14 und 74 Jahren – bevölkerungsrepräsentativ. Im Auftrag unseres Verbandes wurde für die Meckl. Seenplatte im Herbst 2018 die Markenstärke untersucht und im Frühjahr 2019 Ergebnisse in Form eines Berichtsbandes DESTINATION BRAND 18 zur Verfügung gestellt.



Die Analyse des sogenannten „Markenvierklangs“ in dieser Studie verrät, dass es der Region gelungen ist, die Besuchsbereitschaft potentieller Gäste im Zeitvergleich zu 2009 (letzte Untersuchung der Markenstärke) um ein sehr hohes Maß zu steigern. Marktforscher bestätigen der Seenplatte sogar die derzeit höchste „Transferrate“ aller untersuchten Urlaubsdestinationen im Bereich Kurzurlaub. [1000seen.de/marktforschung](http://1000seen.de/marktforschung)

## Projekte

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.



Unser Tourismusverband agiert im Projekt „MÜRITZ rundum“ als Organisator und Finanzverwalter sowie Vermarkter (z.B. Produktion aller Medien). Er steht als solcher in Vertragsbeziehung mit den beteiligten Kommunen einerseits und der Mecklenburg-Vorpommerschen Verkehrsgesellschaft mbH (MVVG) andererseits. Die Zahlen sprechen für sich: MÜRITZ rundum konnte die Nutzerzahlen im Vergleich zum Kalenderjahr 2018 nochmals um 25% steigern. Am 24. Mai 2019 wurde der 100.000. Zustieg eines Fahrgastes seit dem Start am 01. April 2018 vermeldet.

Das mittelfristige Ziel und die Koordinierungsaufgabe unseres Tourismusverbandes bleibt die Ausdehnung des Gültigkeitsbereiches des Freifahrtickets in weitere Regionen der Mecklenburgischen Seenplatte. In eingeschränkten Test-Zeiträumen, vom 18.04.2019 bis zum 06.10.2019 diente die Gästekarte MÜRITZ rundum bereits als Fahrkarte von Röbel/Müritz zur Landesgartenschau nach Wittstock/Dosse (Land Brandenburg) sowie im Juli 2019 nach Penzlin & Neubrandenburg mit dem datBus.

Am 07.03.2019 wurde das Gemeinschaftsprojekt „MÜRITZ rundum“ feierlich auf der Messe ITB Berlin zum Landessieger Mecklenburg Vorpommerns beim **Marketingaward „Leuchttürme der Tourismuswirtschaft“** gekürt. Die Auszeichnung wurde durch die Finanzgruppe Ostdeutscher Sparkassenverband verliehen. Neben den Vertragspartnern begleiteten uns viele Mitglieder unseres Vorstandes und unseres Marketingausschusses zur Preisverleihung, um diesem Moment der Wertschätzung beizuwohnen. Für dieses gemeinschaftliche Engagement möchten wir uns nochmals herzlich bedanken.

Das **Event „48 Stunden“** feierte am 04.-05.05.2019 sein 5-jähriges Jubiläum. Es war zugleich und erneut Test für die angestrebte „Ausweitung des VBB-Tarifs“. Das Event lockte rund 1.500 vornehmlich Berliner Gäste in die teilnehmenden Orte Neustrelitz, Wesenberg, Mirow, Rechlin, Feldberg, Waren (Müritz) und Neubrandenburg. Im Ergebnis sehr langwieriger Verhandlungen mit dem VBB konnten diesmal ausschließlich Inhaber des VBB-Abo 65plus Tarifs die VBB-Grenze Fürstenberg/Havel kostenfrei überqueren.

Zum Hintergrund:

- Fahrgäste, die mit Bus und Bahn in Berlin und Brandenburg unterwegs sind, erleben durch den Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg (VBB) einen einheitlichen, kundenorientierten Nahverkehr mit aufeinander abgestimmten Fahrplänen, vielfältigen Verkehrsverbindungen, einem Tarif und einer umfassenden Fahrgastinformation. Durch den VBB gelenkt, unternimmt „der Berliner“ naturnahe und aktive Tages- und Kurzreisen traditionell in das Berliner Umland.

- Der VBB leistet somit einen wichtigen Beitrag zur Mobilität der Berliner Bevölkerung und zur Stärkung der u.a. durch den Tourismus realisierten Wirtschaftskraft in der Region Brandenburg. Direkt VOR der Landesgrenze zu Mecklenburg-Vorpommern erfolgen so Tagesgästaufgaben in Milliardenhöhe innerhalb eines Jahres.
- De facto gehört die Mecklenburgische Seenplatte auf Grund ihrer Nähe (79 km bis zur Landkreisgrenze) und schnellen Erreichbarkeit (67 min per Bahn bis Neustrelitz) auch zur Metropolregion Berlin.
- Die Ausdehnung des VBB auf die sich im Landkreis Mecklenburgische Seenplatte befindlichen Streckenabschnitte ab Fürstenberg (Havel) nach Neustrelitz - Kratzeburg - Waren (Müritz) sowie Neustrelitz - Neubrandenburg und Neustrelitz - Feldberg ist für die künftige Regionalentwicklung (Wertschöpfung durch Touristen, Ansiedlung = Thema Stadt-Land-Leben, Fachkräftegewinnung aus Berlin) von elementarer Bedeutung.

### Koordination der Systemangleichung im Bereich Meldewesen / Kur- bzw. Gästekarten

Spätestens mit dem anstehenden Systemwechsel in Rechlin, Göhren-Lebbin und Rheinsberg, „fiel der Dominostein“ um eine Digitalisierung und Vereinheitlichung entsprechender Prozesse für die gesamte Destination Mecklenburgische Seenplatte zu forcieren. Bereits Anfang Februar 2019 wurde durch unseren Tourismusverband eine Veranstaltung mit diversen Systemanbietern und für gut 20 interessierte Teilnehmer organisiert. Im Anschluss wurde mit den interessierten Orten ein Anforderungsprofil / Leistungsverzeichnis erstellt. Auf dieser Basis wurden Angebote abgefragt, ausgewertet und die Firma AVS als regionaler Systemanbieter favorisiert. Göhren-Lebbin, Rechlin, Malchow und Rheinsberg befinden sich in der Produkteinführung. Vier weitere Orte planen die kurzfristige Einführung.

### Konzept und begleiteter Umsetzungsprozess soll Kooperation der tourismusfördernden Strukturen in der Destination Mecklenburgische Seenplatte weiter verstärken

Die Erarbeitung eines „Kooperationskonzeptes zur Aufgabenklarheit und Stärkung der tourismusfördernden Strukturen in der Destination Mecklenburgische Seenplatte“ soll innerhalb der kommenden Monate Synergien für eine noch bessere Zusammenarbeit im öffentlichen Tourismus identifizieren und auf Grundlage eines Gutachtens zum Nutzen von Region und Ort, Kommune und Unternehmen einen Umsetzungsprozess über die bereits bestehenden, vielfältigen Allianzen einleiten.

Für die Erarbeitung des Konzeptes und die Begleitung des Projektes wurde das Beratungsunternehmen BTE, Tourismus- und Regionalberatung aus Berlin, in enger Kooperation mit unserem Tourismusverband, durch den Regionalen Planungsverband Mecklenburgische Seenplatte aus Mitteln des Regionalbudgets (Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“) beauftragt.

Das Ende April gestartete Projekt hat die umfangreiche Erhebungs- und Analysephase bereits passiert. Kommunen und sonstige Träger von Gäste-Informationssystemen konnten sich, mittels Befragungen zu Aufgaben und Ressourcen als wichtige Grundlage der Analyse sowie in Expertengesprächen hinsichtlich aktueller, interkommunaler, touristischer Kooperationen, in das Projekt einbringen.

Um das gutachterliche Lagebild seitens BTE zu präsentieren, mit den Mitgliedern zu diskutieren und auf dieser Basis die zukünftigen in der Kooperation zu leistenden Aufgaben, gemeinsam zu ermitteln, führen wir am 06.11.2019 im Anschluss an die Mitgliederversammlung eine Aufgaben- und Modellwerkstatt durch. Ähnlich der Aufgaben- und Modellwerkstatt wird in einer Finanzierungswerkstatt zu Beginn des Jahres 2020 die notwendige Finanzierung der Aufgaben ermittelt und gemeinsam abgestimmt.

Das Strategiefondsprojekt wird das gesamte Angebot der Nationalen Naturlandschaften näher an den Gast rücken und ermöglicht es, insbesondere die ländlichen Gebiete der Mecklenburgischen Seenplatte als „DIE deutsche Natururlandschaft“ weiter zu etablieren und in Wert zu setzen.



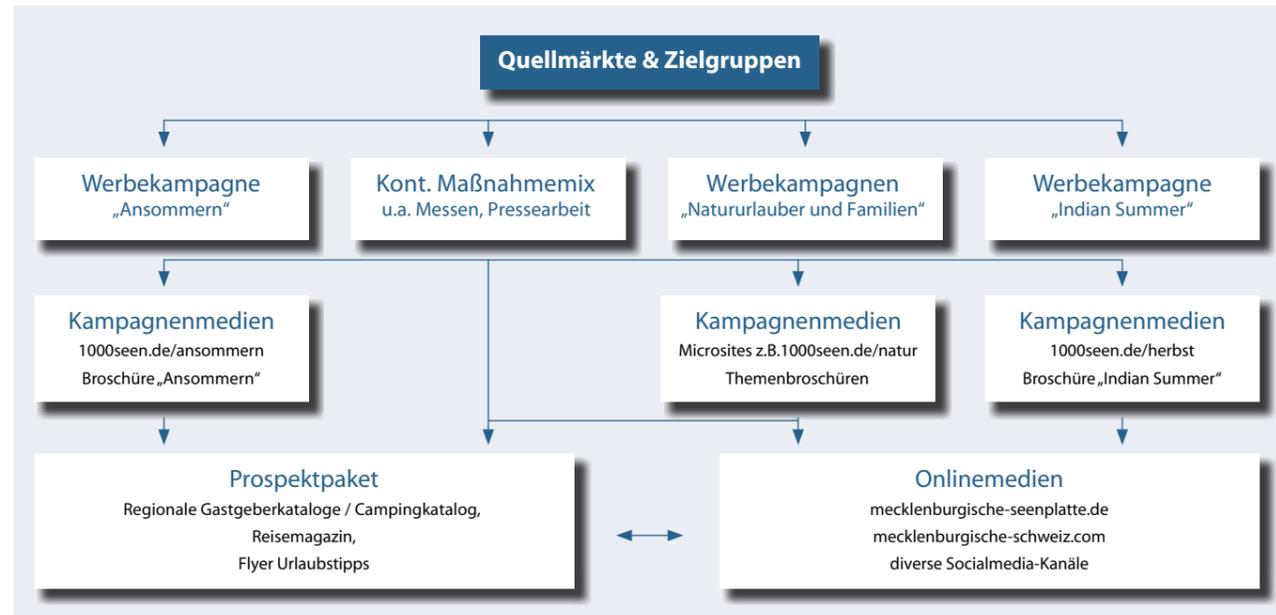
Mit Freude haben wir die Nachricht zur Kenntnis genommen, dass unserem Antrag auf Bewilligung einer Zuwendung aus dem Strategiefonds MV für das Vorhaben „Unterwegs 3.0 Mecklenburgische Seenplatte“ entsprochen und der Bewilligungsbescheid in Höhe von 173.000 Euro persönlich durch Minister Dr. Till Backhaus in der Geschäftsstelle unseres Tourismusverbandes am 10.09.2019 übergeben wurde.

Die Zusammenarbeit zwischen Nationalen Naturlandschaften und dem Tourismusverband der Mecklenburgischen Seenplatte besteht bereits langjährig und modellhaft für ganz MV. Der Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte übernimmt bereits die Geschäftsbesorgung für die Müritz-Nationalpark-Partner und koordiniert die touristische Mobilität im Müritz-Nationalpark. Mit den Zuwendungen aus dem Strategiefonds-Projekt „Unterwegs 3.0 Mecklenburgische Seenplatte“ werden konkret realisiert:

- eine crossmediale Vorstellung Nationaler Naturlandschaften, um den erlebnisorientierten und individuellen Zugang zum Produkt Natur zu bieten
- eine Digitalisierung der Broschüre „Unterwegs“, um alle Inhalte / Angebote über eine Datenbank entsprechend der unterschiedlichen Gästenachfrage zu steuern u.a. zur Auspielung des Contents auf einem neuen Webportal mit „Onlineconcertage“-Funktion für regionale, zeitliche und interessensbezogene Eingrenzung des umfangreichen Führungs- und Veranstaltungsangebotes. Die Bereitstellungsoptionen (z.B. als PDF, E-Mail oder für Druck optimiert) und zusätzlich, via nutzerbasierten Interface des Onlineconcertage für Infostellen, für die Beratung am Counter sowie einer E-Mail-Funktion für automatisierte Veranstaltungslisten (z.B. für Gästemappen oder Aushänge)
- eine Machbarkeitsstudie zur Prüfung von Finanzierungsinstrumenten für naturtouristische Angebote auch unter Berücksichtigung einer Novellierung des Kommunalabgabengesetzes - KAG M-V § 11 (Gästabgaben für alle Kommunen / Zweckerweiterung)
- Werbung „Zielgruppe Naturtouristen“

# IV. Destinationsmarketing

In unserem monatlich erscheinenden **Mitglieder-Newsletter** berichten wir über geplante und durchgeführte Maßnahmen. Die Newsletter sind in unserem Webportal [www.mecklenburgische-seenplatte.de](http://www.mecklenburgische-seenplatte.de) im Menüpunkt „Branche“ archiviert und ermöglichen eine detaillierte Rückschau auf das Kalenderjahr 2019.



Schematische Darstellung Destinationsmarketing

Schwerpunkte der touristischen Vermarktung der Destination Mecklenburgische Seenplatte und seiner Teilregionen, verbunden mit der gezielten Ansprache und Gewinnung neuer Gäste, bildeten die saisonalen Werbekampagnen sowie die sich in finaler Umsetzung befindlichen Maßnahmen zur Ansprache der Zielgruppen Natururlauber und Familien.



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 den Discounter NETTO vertrieben.

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



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.

## Zielgruppe Natururlauber

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 „naturbelassen“ 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, stellt die Vermarktung als „Deutschlands Natururlaubsregion mit dem Fokus Bus/Bahn nutzende Zielgruppen“ DEN inhaltlichen Schwerpunkt unserer vielfältigen Maßnahmen dar. Den Höhepunkt erreichen diese mit der Neuauflage der Broschüre „Echte Natur“ und der reichweitenstarken Beiheftung in der Zeitschrift DB Mobil zum Jahresende. Diese Zielgruppenbewerbung, die Durchführung des 48 Stunden Wochenendes sowie das Vorhaben MÜRITZ rundum sind wesentliche Schwerpunkte des seit 2018 vom Wirtschaftsministerium MV unterstützten Projekts zur Etablierung einer öffentlichen touristischen Mobilität.



© 1000seen.de/marktforschung



Die 16-seitige Broschüre wird der am 29.11.2019 erscheinenden Ausgabe der Zeitschrift „DB Mobil“ beigeheftet (509.000 Exemplare)

## Zielgruppe Familie

Unter dem Arbeitstitel „Local Emotions“ wurden im Jahresverlauf emotionale Natur-Erlebnisse zusammengetragen und Geschichten über Familien der Mecklenburgischen Seenplatte - Ihre Lieblingsplätze und emotionale Beziehung zur 1000 Seen-Region - crossmedial produziert. Ab November 2019 werden diese über die eigenen Medien, eine Broschüre / Beilage sowie Online-Contentwerbung erzählt. Idee, Inhalte und Umsetzung dieses Vorhabens spielten bereits in den 2018er Sitzungen des Marketingausschusses eine wesentliche Rolle. Die in Zusammenarbeit mit den Touristinformationen zusammengetragenen, zu digitalisierenden und dann über die Themenseite im Web auszuspielenden Informationen sind umfangreich und umfassen u.a. familienfreundliche Badestellen mit ausgewiesenen Nichtschwimmbereichen sowie viele Hinweise zu Serviceeinrichtungen vor Ort. Dank einer zunächst einjährigen Projektförderung des Europäischen Sozialfonds können wir die Maßnahmen seit 01.07.2019 personell bündeln. Sukzessiv wollen wir das bestehende Familiennetzwerk touristischer Leistungsträger ausbauen und das Qualitätssiegel „Familienurlaub MV – Geprüfte Qualität“ in unserer Destination weiter etablieren.



Die 20-seitige Broschüre wird dem Lifestyle-Magazin „Brigitte MOM“ in der Ausgabe am 26.11.2019 beigelegt (71.000 Exemplare)



Weiterführende Informationen, z.B. familienfreundliche Badestellen, werden online dargestellt: [1000seen.de/familie](http://1000seen.de/familie)

## Kooperationen

### „Meck-Schweizer“ – Regionales Erzeuger-Netzwerk

Im Mai startete die Zusammenarbeit mit dem Erzeuger-Netzwerk „Meck-Schweizer“. Gäste von Ferienwohnungen in der Mecklenburgischen Schweiz können bei der Unterkunftsbuchung über unser Buchungssystem ein Begrüßungspaket mit regionalen Produkten dazu bestellen. Neben saisonalem Obst und Gemüse beinhaltet das Paket auch Milchprodukte, Wurst, verschiedene Aufstriche, Kaffee, Backwaren und vieles mehr. Die Lieferung erfolgt vor der Anreise direkt in die Unterkunft. Während des gutbesuchten „Landmarks“ des Berliner Tagesspiegel im Mai 2019, wurde das Paket vor Ort präsentiert und in der Tagespiegel-Beilage beworben.



Starterpaket der Meck-Schweizer

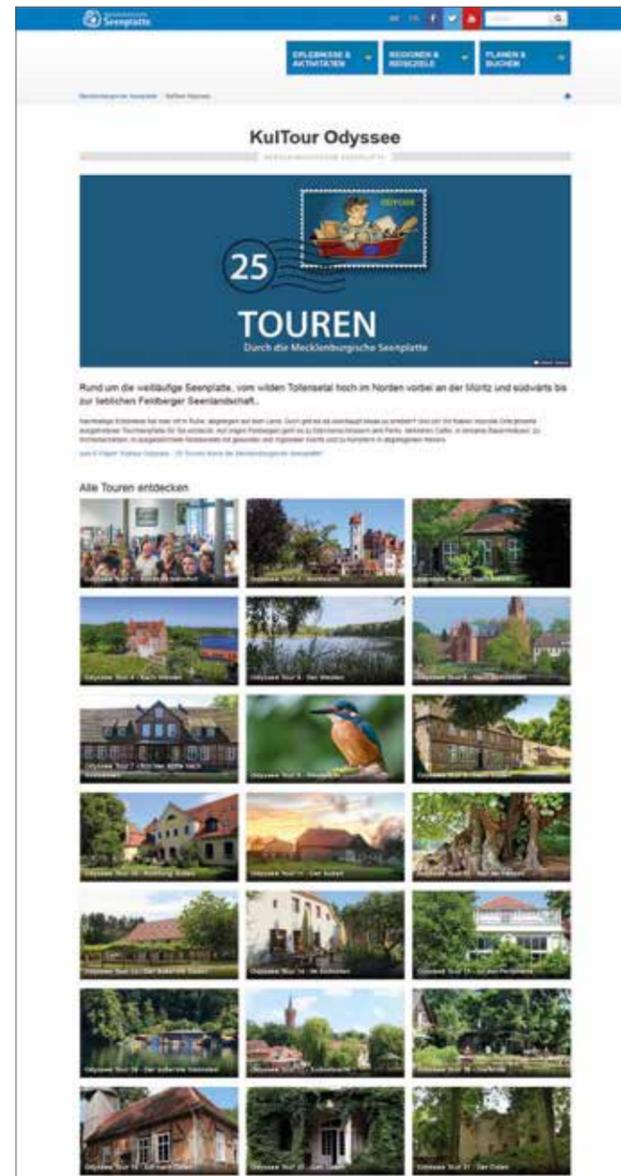
### „ODYSSEE“ – KulTour

Im Rahmen des LEADER Projektes der Galerie Teterow erhielt unser Tourismusverband den Auftrag für die Organisation und Durchführung einer Informationsreise für Journalisten, in deren Ergebnis eine sehr gute Berichterstattung realisiert werden konnte u.a. mit Veröffentlichungen in der Schwäbischen Zeitung, Hamburger Morgenpost, Lausitzer Woche.



Pressereise ODYSSEE

Die Bausteine der „ODYSSEE“ wurden in der POI-Datenbank erfasst und in digitaler Form verbreitet.

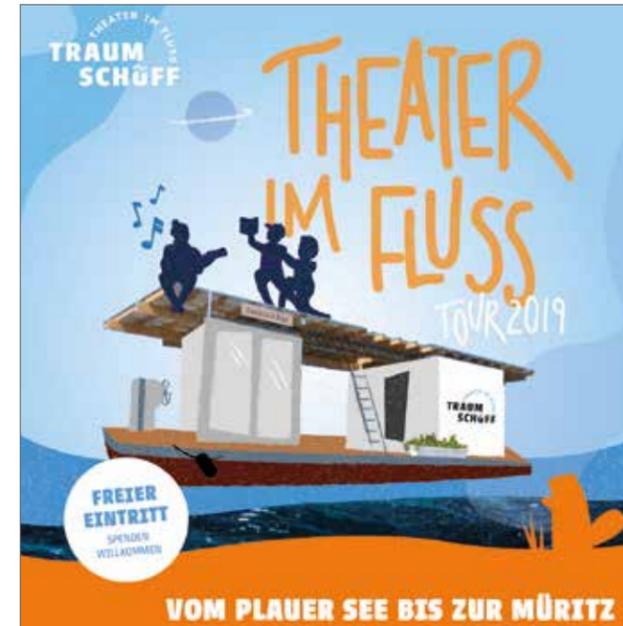


Darstellung der Touren und POIs im Internet:  
© mecklenburgische-seenplatte.de/kultour-odyssee

### Schlösserherbst - Veranstaltungsserie im Indian Summer

Vom 12.10. - 03.11.2019 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“. Zahlreiche Termine - vorrangig in der Mecklenburgischen Schweiz - wurden in der Veranstaltungsreihe erfasst. Unser Verband hatte maßgeblich an der Wiederbelebung der Aktion in 2018 mitgewirkt. Es wurde eigens eine Themenseite zum Schlösserherbst aufgestellt: 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



### Traumschiff - Open-Air-Theater auf dem Wasser

Im Juni tourte das „Traumschiff – Theater im Fluss“ erstmals durch die Mecklenburgische Seenplatte und legte mit großer Unterstützung der Partnerkommunen in Plau am See, Waren (Müritz), Malchow, Göhren-Lebbin, Röbel/Müritz und Rechlin an. Zu den Vorstellungen an der Uferkante oder in den Häfen kamen jeweils zwischen 150 und 200 Personen. Die Bühne ist ein Katamaran, konzipiert und gebaut von Studierenden der Bauhaus Universität Weimar.



Aufführung in Rechlin

### „engbers“ – Modemarke mit Umwelt-Zertifikat

Um klimaneutral zu produzieren, hatte sich die Modemarke „engbers“ im vergangenen Jahr in größerem Umfang an den Kosten der Wiedervernässung des 65 Hektar großen Polders Kieve beteiligt. Das Umweltprojekt war der Startschuss für eine Kooperation unseres Tourismusverbandes mit der Modemarke: Mit einem Gewinnspiel für eine Kanureise haben wir uns an engbers-Kunden adressiert. Abonnenten des Gäste-Newsletter konnten an Rabattaktion für engbers-Neukunden teilnehmen. Die Kooperation wird mit weiteren gegenseitigen Maßnahmen fortgeführt.



### Netto – langjähriger Ansoommern-Partner

Die mehrjährige Zusammenarbeit mit dem Discounter Netto wurde auch in diesem Jahr mit zahlreichen Maßnahmen fortgeführt: Im Frühjahr wurden 4 Millionen Wasserflaschen mit dem Ansoommern-Branding deutschlandweit in allen Netto-Märkten in den Verkauf gebracht. Zeitgleich wurde mit einem Plakat die Ansoommern-Kampagne beworben. Die Ansoommern-Broschüre wurde in den Märkten südlich Mecklenburg-Vorpommerns verteilt. In den Märkten Mecklenburg-Vorpommerns lagen im Sommer die Urlaubs-Tipps aus und fanden einen raschen Absatz. Zu Pfingsten wurde auf dem Instagram-Profil des Discounters ein Familienurlaub in der Mecklenburgischen Seenplatte verlost. Die Aktion wurde über das Netto-Verkaufsprospekt und den Newsletter in Millionenaufgabe beworben.



Netto Partnerplakat DIN A1

### Individuelle Pressereisen

Zusätzlich zu den Gruppen-Pressereisen Baukultur, Odyssee in Kooperation und Slow Travel organisierten wir zahlreiche, individuelle Recherchereisen für Journalisten. In folgenden Medien sind Artikel geplant oder bereits veröffentlicht worden:

- Eine Redakteurin der **taz** war im Lande, um einen ganzseitigen Artikel über Guts- und Herrenhäuser zu schreiben.
- Die **Schweizer Sonntagszeitung** schickte eine Journalistin für die Themen Nationalpark und Seenfischerei.
- Die **Donna** reiste mit Hund.
- Der **Tagesspiegel** berichtete über die Schweizen.
- Für den Kulturradiosender **Ö1 vom ORF** produziert ein Redakteur 4x15 Minuten-Beiträge über die Seenplatte.
- Eine Journalistin wanderte auf dem Müritz-Nationalparkweg und veröffentlichte dazu einen Artikel in zahlreichen **niedersächsischen Tageszeitungen**.
- Außerdem luden wir das **Magazin-Himbeer** zu einer individuellen Familien-Pressereise ein.
- Hinzu kommen **Reiseblogger** wie RonRizen aus den Niederlanden, die über Hausboote bloggen oder ein Panoramafotograf, der auf einigen Aussichtstürmen im Land unterwegs war. Sehr unterhaltsam war auch der Bericht von Bernadette Olderdissen bei reisedepeschen.de über ihre Ausflüge in den Müritz-Nationalpark.

Großer Dank gilt unseren Partnern. Die Reisen sind nur mit ihrer Unterstützung und dem Sponsoring von Übernachtung und Verpflegung möglich.

### Presseartikel (Auswahl)

Das **Fernsehmagazin prisma** (verkaufte Auflage 1 728 724) hatte in der letzten Juliwoche den Blick vom Röbeler Kirchturm auf die Müritz auf dem Titel. Im Innenteil gab es noch eine Reportage über Hausbooturlaub.

Im **Magazin Bergwelten** (verkaufte Auflage 64 278) erschien vom renommierten Reisejournalisten Andreas Lesti eine sehr persönliche Geschichte über seine Reise mit den Kindern in die Mecklenburgische Seenplatte.



In der **Eltern family** (verkaufte Auflage 78 340) berichtete Verena Carl unterhaltsam und witzig über Erlebtes in der Kleinseenplatte.

In **Free Men's World** (gedruckte Auflage 100 000) erkundeten zwei Journalisten auf 12 Seiten die vier schönsten Paddelspots in Deutschland. Die Mecklenburgische Seenplatte war nicht nur mit einer herrlichen Drohnenaufnahme vom Seerosenparadies bei Mirow dabei, sondern wurde auch ausführlich als Naturparadies beschrieben.

Der **dpa-Artikel** von der **Pilgern-Pressereise** im letzten Jahr hallt immer noch nach. Die große Welle der Veröffentlichungen war im November 2018. Jedoch wird dieser Artikel immer noch mehrmals monatlich in Tageszeitungen veröffentlicht.

Artikel über **Ansoommern** und **Indian Summer** erschienen u.a. in der Leipziger Rundschau, Bremer Nachrichten, Die Rheinpfalz, Stuttgarter Nachrichten. Allgemeine Reiseartikel zur Seenplatte wurden u.a. in der Berliner Zeitung, der Kölnischen Rundschau, der Süddeutschen Zeitung veröffentlicht.

In der **Bild am Sonntag** erschien auch ein ausführlicher Reisebericht über die Müritz und das Leben am Wasser.

### TV-Ausstrahlungen

Auch in Fernsehbeiträgen ist unsere Region gut vertreten. Im Sommer lief beim ZDF „**Seen-Sucht nach Weite – Die Mecklenburgische Seenplatte**“, Kabel 1 drehte für „**Mein Lokal – dein Lokal**“ und bei der ARD wird es nächstes Jahr den vierteiligen Thriller „**Die Toten von Marnow**“ geben. Dafür wurde über mehrere Wochen in der Nähe von Mirow gedreht. Wir trafen für ein kleines Interview und Social Media-Beiträge die Hauptdarsteller Petra Schmidt-Schaller und Sascha Gersack. Für die ARD Serie „**Käthe und ich**“ wurde in Waren (Müritz) gedreht.



Das Fernsehmagazin prisma zeigte in der Ausgabe KW 30/2019 den Blick auf die Müritz vom Kirchturm in Röbel auf dem Titel.



Im Magazin Bergwelten erschien ein 9-seitiger Artikel. Abgebildet sind die ersten beiden Doppelseiten des Beitrags.

In der taz erschien am 01.06.2019 der Artikel „Das Haus fordert einem viel ab“ über Gutshäuser in der Mecklenburgischen Schweiz.

# Indian Summer im Land der 1000 Seen

Tipps für den Herbsturlaub

Wenn die letzten warmen Tage des Jahres anbrechen, entfalten Spätsommer und Herbst ihren ganzen Zauber. Während des Indian Summer in der Mecklenburgischen Seenplatte leben Kultur und Natur noch mal richtig auf. So verspricht die Veranstaltungsreihe „Schlösserherbst“ Kunst, Kulinarik und Musik an romantischen Orten.

Auf geführten Touren oder auf eigene Faust gibt es einiges zu entdecken – etwa, wenn sich die Buchenwälder des UNESCO-Weltnaturerbes im Müritz-Nationalpark golden färben oder sich die Kraniche sammeln, um gen Süden zu ziehen. Viele Ausgangspunkte und Veranstaltungsorte am größten Binnensee der Republik sind dank „MÜRITZ rundum“ vernetzt und bequem zu erreichen.

Das Busticket ist für Übernachtungsgäste in Waren (Müritz), Klinik,



Wandern, Tiere beobachten oder die Herbstsonne genießen – zum Indian Summer zeigt sich die Mecklenburgische Seenplatte besonders reizvoll.

Röbel/Müritz und Rechlin kostenlos. [www.1000seen.de/herbst](http://www.1000seen.de/herbst), [www.mecklenburgische-schweiz.com](http://www.mecklenburgische-schweiz.com)

## Schlösserherbst

Herrschaftliche Gutshäuser, trutzige Burgen und prachtvolle Landitze prä-



Bei Wanderungen oder Radtouren erkunden Besucher die herbatlich goldenen Buchenwälder der Mecklenburgischen Seenplatte, die zum UNESCO-Weltnaturerbe zählen.

Fotos: 1000seen.de/Christin Drühl

gen die Kulturlandschaft der Mecklenburgischen Seenplatte und öffnen im Herbst 2019 wieder ihre Tore für die Veranstaltungsreihe „Schlösserherbst“. Zum Auftakt lädt Schloss Kummerow am 12. Oktober zu einem Ausflug in die Neue Romantik mit der Fotografie „Der Gespensterwald“ von Andreas Mühe ein. Außerdem gibt es den Vortrag „Der Wald bei Caspar David Friedrich und Zeitgenossen“.

## Farbenausch

Wenn sich die Blätter bunt färben, zeigen sich zum Beispiel die Buchenwälder im Serrahner Teil des Müritz-Nationalparks im goldenen Gewand – seit 2011 zählen sie zum UNESCO-Weltnaturerbe. Den Höhepunkt der Laubfärbung im Land der 1000 Seen markiert der Oktober. Dann weht bei jedem Windhauch etwas „Blattgold“ von den Bäumen. Wanderer und Radler entdecken die Naturschönheit auf eigene Faust. Wissenswertes über „Alte Buchenwälder Europas“ erfahren Urlauber bei Herbstfüh-

rungen mit einem Ranger. Termine und Infos unter [www.1000seen.de/herbst](http://www.1000seen.de/herbst)

Wildlife Ab August sammeln sich Tausende Kraniche an der Müritz, bevor sie Ende Oktober weiter in Richtung Süden ziehen. Morgens verlassen sie beispielsweise in großen Scharen die Halbinsel Großer Schwerin, wohin sie abends auch wieder zurückkehren. Dieses Spektakel erleben Urlauber in der Mecklenburgischen Seenplatte vom Fahrgastschiff aus. Die Route zwischen Röbel/Müritz und Waren (Müritz) liegt genau in der Einflugschneise der eleganten Vögel. Im Spätsommer und Herbst (18.

## Reise

Der Indian Summer ist an der Mecklenburger Seenplatte besonders reizvoll. Seite 17

August bis 27. Oktober) ist abends ein Ornithologe an Bord, der Wissenswertes zu den Kranichen und ihrem Verhalten erklärt. Im Müritz-Nationalpark finden außerdem zwischen 1. und 23. Oktober 2019 täglich geführte Wanderungen zur Kranich-Beobachtung statt. Sie beginnen an der Nationalpark-Information in Federow, dank der Busse von „MÜRITZ rundum“ bestens an die Umgebung angebunden. **PM** [www.1000seen.de/herbst](http://www.1000seen.de/herbst)

Weitere Auskünfte [www.mecklenburgische-schweiz.com](http://www.mecklenburgische-schweiz.com) **Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V.**, Turmplatz 2, 17207 Röbel/Müritz, Fon +49 39931 538-19, [www.mecklenburgische-schweiz.com](http://www.mecklenburgische-schweiz.com)

Der Artikel „Indian Summer im Land der 1000 Seen“ erschien mit Ankündigung in der Leipziger Rundschau.

# Seerosenblüte im Land der 1000 Seen

Im Norden Berlins beginnt die faszinierendste Seenlandschaft Europas

Von Klaus Krennlein

Zwischen Berlin und Ostsee liegen mehr als 1000 Seen: die Mecklenburgische Seenplatte. Im Südosten geht das Seengebiet über die Landesgrenze von Mecklenburg-Vorpommern zu Brandenburg hinaus. Genau 1117 natürliche Seen bilden das größte, vernetzte Wassersportrevier Europas, mitternachts die Müritz. Der Müritz-Nationalpark mit Unesco-Weltnaturerbe und vier weitere Naturparke bieten vielfältige Freizeitmöglichkeiten. Gut- und Herrenhäuser prägen die einmalige historische Kulturlandschaft.

Man kann die herrliche Natur auch per Rad entdecken, vorbei an Schlössern, verträumten Orten und



Waren (Müritz) ist ein guter Startpunkt für Kanuten oder Radler.

spannende Fahrten sowie sportlich Anspruchsvolle beherbergt. Das Land der 1000 Seen mit dem rund 110 Kilometer langen Müritz-Rundweg eine besonders schöne Tour mit den größten deutschen Binnenseen. Aus der Altstadt von Waren führt die Route vorbei am Stadthafen direkt in den Müritz-Nationalpark. Neben wilden Wäldern, Mooren und Seen sind dort auch Tiere wie Hirsche oder Waschbären anzutreffen. Nach 35 Kilometern ist Rechlin erreicht, mit dem Fahrgastschiff geht es zurück zum Ausgangsort. Wer noch nicht genug hat, macht die Runde voll und radelt am Ufer kleinerer Seen Richtung Süden und schließlich am Müritz-Westufer

[www.1000seen.de](http://www.1000seen.de)

Der Artikel „Seerosenblüte im Land der 1000 Seen“ erschien am 20.04.2019 in der Berliner Zeitung.



Der Besuch von Schloss Ulrichshusen (1) lohnt sich nicht nur während des alljährlichen Klassikfestivals. Es ist auch eine edle Bleibe für Reisende. Friedemann Henschel, der für seine drablen, trivialen Figuren bekannt ist, lebt im Künstlerdorf Panschnenhagen (2). Ines Diederich lädt in Vogelzang, etwa eine Stunde Autofahrt von der Insel Usedom entfernt, in ihre Galerie ein (3). Pastor Eckhart Hübener hat den Mecklenburger Kapellenweg entwickelt und bietet Führungen an (4). Das Haus von Hans Fallada in Carwitz ist ein weiterer Anziehungspunkt in der Region (rundes Bild im Kasten).

# Kultur mit Piepensalat

Das ländliche Mecklenburg-Vorpommern bietet einige Schätzer: Seenlandschaften, ein bisschen Schweiz, den größten deutschen See nach dem internationalen Bodensee, Schlösser und Gutshöfe, verwunschene Gärten und viel Kunst

Von Petra Rückert

Grüne Felder, Baumalleen. Weite. Irgendwo dahinten steht etwas aus wie ein größeres Gehöft. Ist es ein Gutshaus oder gar ein Schloss? Und die vielen kleinen und großen Seen auf der Fahrt von Hamburg nach Usedom oder von Berlin nach Zingst. Schon mal überlegt, einfach die nächste Ausfahrt zu nehmen und zu schauen, was sich dort befindet? Mansiohestun – deines lohnsicht, besondere Menschen und Sehenswürdigkeiten zu entdecken.



Ein Skizzenbuch namens Teterow. Der Bahnhof ist nicht nur Haltestation für Regionalbahnen, sondern Herbstbergt seit 2013 die Galerie Teterow mit ihrem Kunstverein. „Hier war vorher alles verschmiert, ganz viel kaputt – wie das eben damals so war“, sagt Chefin Sylvia Henschel und schaut stolz auf das mittlerweile schmucke Gebäude.

## „Sieben Kapellen gab es hier, die wurden im Dreißigjährigen Krieg zerstört, ab 1750 waren die nicht mehr auffindbar – man hat die einfach untergepflegt.“

Eckart Hübener, Pastor im Ruhestand

Ein Skizzenbuch namens Teterow. Der Bahnhof ist nicht nur Haltestation für Regionalbahnen, sondern Herbstbergt seit 2013 die Galerie Teterow mit ihrem Kunstverein. „Hier war vorher alles verschmiert, ganz viel kaputt – wie das eben damals so war“, sagt Chefin Sylvia Henschel und schaut stolz auf das mittlerweile schmucke Gebäude. Die 62-Jährige, die mit dem Bildhauer Friedemann Henschel und seinen fröhlich-trivialen Tonfiguren seit 1988 im Künstlerdorf Panschnenhagen lebt, hat hier ein lebendiges Netzwerk von Künstlern, Gastgebern und Gutbesitzern geknüpft. Auch um den Tourismus anzukurbeln. Die gebürtige Ost-Berlinerin stellt auf 250 Quadratmetern wechselnde Ausstellungen dazu Keramiken, Schmuck, Fotografie und Porzellan verschiedener Künstler aus.

Wer sich erschöpft von der kreativen Fülle im Terrassencafé niederlässt, bekommt Kalten Hund, einen Kuchen aus Keksen und Schokolade, zum Espresso. Und erfährt vielleicht von nächsten hochwertigen Topfmarkt, den Henschel ebenfalls nach Teterow gebürt hat. Oder lässt sich von Sylvia Henschel nach Kummerow schicken – zum See und zum Schloss, wo der Berliner Kunstsammler Torsten Koopert seine beeindruckende Privatsammlung präsentiert: prominente zeitgenössische Fotografie sowie bewegende DDR-Fotografie.

Carwitz war einst der Schriftsteller Hans Fallada (1893–1947) heimisch. Hier empfing er seinen Verleger Rowohlt und diskutierte mit seinen Schriftstellerkollegen die Zeichen der Zeit. Der schwer nikotinabhängige Workaholic schluckte hier aber auch Umengen Kaffee zum Arbeiten und zu viel Morphium zum Ruherkommen. Eine Führung durch sein Haus, mittlerweile ein Museum, ist allemal spannend und interessant. Wer danach entspannen will, geht ins Café Sommerliebe und genießt selbst gebackene Torten.

Carwitz, Vogelzang, auch Liepen mit seinem voller Kunst hängenden Gutshaus zum Einmieten – diese Orte veruchen Touristen eher gezielt auf. Doch auch im längst touristisch erschlossenen Gebiet rund um die Müritz eine Autofahrtstunde entfernt gibt es noch zimmer Geheimpops für Reisende – für den guten einfachen, aber auch den exklusiven Geschmack.

Natürlich kann man im renovierten Gutshaus Ludorf aus dem 17. Jahrhundert hervorragend essen und trinken, wenn man dort ohnehin

wohnt. Man kann allerdings auch ein paar Kilometer weiter nach Buchholz fahren (mit dem Auto oder dem Boot) und in den Gasthof Zu den drei Linden einkehren. So wie heute wird der Gastraum und der angeschlossene Konsumladen auch während der DDR-Zeit ausgesehen haben. Der Gasthof ist aber schon seit 1866 ein Familienbetrieb. Mehr als drei Gerichte gibt die Karte nicht her, meist ist Zander mit selbst gemachtem Piepensalat (Kartoffelsalat) dabei, eine schmackhafte Soljanka sowieso, es gibt genau einen Weiß- und einen Rotwein. Und drei Gastgeber: Chef Jürgen Ruppert mit seiner 85-jährigen Mutter und Kellnerin Carmen Zander, die seit 20 Jahren den Laden schmückt. Dennoch oder vielleicht genau deswegen sollte man reservieren, denn hier sagen sich nicht nur Fuchs und Igel, sondern auch Einheimische und Touristen gute Nacht.

Mehr Geschichten über sehenswerte Ziele in Deutschland auf [www.reisereporter.de](http://www.reisereporter.de)

## HIN & WEG

Anreise Ein Auto sollte man schon haben, wenn man die ländliche Mecklenburgische Seenplatte entdecken möchte. Die Gutshäuser und Schlösser sind oft eher abgelegen.

Unterkünfte Schloss Ulrichshusen: Seestraße 14, Ulrichshusen. Im Gutshaus Ludorf sind Fans von Slow Food willkommen. [www.ulrichshusen.de](http://www.ulrichshusen.de) [www.gutshaus-ludorf.de](http://www.gutshaus-ludorf.de) [www.herrenhaus-liepen.de](http://www.herrenhaus-liepen.de) [www.pfarhof-rambow.de](http://www.pfarhof-rambow.de)

Attraktionen Die Tonfiguren und andere Skulpturen von Friedemann Henschel kann man in dessen Garten bewundern. Topfergut Panschnenhagen, Von-Hahn-Allee 8, Panschnenhagen. Schloss Kummerow: Dorfstraße 14, Kummerow. Bibliothek Ines Diederich (Vogelzang 1, Woldegk) führt Gäste gern durch ihre Galerie und den Garten. Galerie Teterow: Bahnhof 1, Teterow. Hans-Fallada-Museum: Zum Bohlenwerder 2, Feldberger Seenlandschaft. [henschelkernatik.de](http://henschelkernatik.de) [schloss-kummerow.de](http://schloss-kummerow.de) [www.inesdiederich.de](http://www.inesdiederich.de) [www.galerie-teterow.de](http://www.galerie-teterow.de) [www.fallada.de](http://www.fallada.de)

Weitere Informationen [www.1000seen.de](http://www.1000seen.de) [www.gutshaus-ludorf.de](http://www.gutshaus-ludorf.de) [www.odysee-mv.de](http://www.odysee-mv.de)

Die Reise wurde unterstützt vom Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte. Über die Inhalte entscheidet allein die Redaktion.

Im RedaktionsNetzwerk Deutschland erschien der Artikel „Kultur im Piepensalat“ (hier ein Beispiel aus der Hannoverschen Allgemeinen)

## Messen und Promotionaktionen

mit Partnerbeteiligung

Mit insgesamt 147 Messtagen im Kalenderjahr 2019 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 unser Reisemagazin zur Verfügung. Einige Messen (u.a. boot Düsseldorf, ITB Berlin) bestreiten wir weiterhin mit eigenem Personal.

Besonderes Augenmerk wurde erneut 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 Wasserregion „Brandenburgische und Mecklenburgische Seenplatte“ auf der boot in Düsseldorf gelegt.



Welche Priorität der Wassertourismus in der Brandenburgischen und Mecklenburgischen Seenplatte genießt, lässt sich an den Repräsentanten der Region ersehen, die zur boot nach Düsseldorf reisten: u.a. Landrat Heiko Kärger (Landkreis Mecklenburgische Seenplatte), Landrat Daniel Kurth (Landkreis Barnim), Landrat Ludger Weskamp (Landkreis Oberhavel), die Ersten Beigeordneten Egmont Hamelow (Landkreis Oberhavel) und Werner Nüse (Landkreis Ostprignitz-Ruppin) sowie Bürgermeister Jens-Peter Golde (Fontanestadt Neuruppin).



Vom 20.-24. Februar 2019 präsentierten wir die Mecklenburgische Seenplatte auf der f.r.e.e in München. Das Messepublikum interessierte sich besonders für die Themen Hausboot, Radeln, Paddeln, Wandern und Camping.

Termin	Messe	Tage
10.01. - 15.01.	Bremer Sechstagerrennen	6
11.01. - 13.01.	Reisemesse Zwickau	3
Jan 19	Messe Wörlitz Tourist Berlin	2
12.01. - 20.01.	CMT Stuttgart	9
18.01. - 27.01.	Grüne Woche	10
18.01. - 20.01.	VIVA Touristika Rostock	3
19.01. - 27.01.	boot Düsseldorf	9
25.01. - 27.01.	Dresdner Reisemarkt	3
26.01. - 27.01.	Reisen & Freizeit Münster/O.	2
30.01. - 03.02.	abf Hannover	5
02.02. - 03.02.	Ludwig-Lauf Oberammergau	2
06.02. - 09.02.	Reisen Hamburg	4
20.02. - 24.02.	Reise + Camping Essen	5
21.02. - 25.02.	f.r.e.e. München	5
23.02. - 03.03.	Haus Garten Freizeit Leipzig	9
27.02. - 03.03.	Freizeit Messe Nürnberg	5
Feb 19	ADFC Radsonntag Hamburg	1
Feb 19	Tourismugalerie Sewekow	1
15.03. - 17.03.	Svenska Cykelmässan Göteborg	3
15.03. - 17.03.	Bike Show Copenhagen	3
06.03. - 10.03.	ITB Berlin	5
09.03. - 10.03.	Rad & Outdoor Bremen	2
Apr. 19	Velo Classico Braunschweig	1
06.04.	Brandenburger Reisemarkt	1
27.04.	Brandenburg Tag Spandau	1
27.04. - 28.04.	Velo Classico Berlin	2
10.05. - 12.05.	830. Hamburger Hafengeburtstag	3
24.05. - 25.05.	Mecklenburger-Seen-Runde	2
09.07. - 10.07.	RDA Köln	2
Aug 19	TREK-World Ulm	12
Aug 19	USEE-Schwimmen Düsseldorf	1
06.09. - 08.09.	tourNatur Düsseldorf	3
21.09. - 22.09.	Reisemesse Spandau	2
15.09.	Tourismustag Wittstock	1
03.10.	TOFT Landesvertretung Berlin	1
27.10.	Frankfurth Marathon	1
09.11. - 10.11.	CykelsportMessen Roskilde	2
26.10. - 27.10.	Herbstmesse Cottbus	2
31.10. - 03.11.	Reisen & Caravaning Erfurt	4
08.11. - 10.11.	Reiselust Bremen	3
20.11. - 24.11.	Touristik & Caravaning Leipzig	5
01.11.	Reisering Hamburg	1
<b>Summe</b>		<b>147</b>

## Printprodukte

Neben den saisonalen Printprodukten Ansonnern 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 **Urlaubs-karte** dienen ebenfalls der Freizeitgestaltung und Orientierung vor Ort.

## Content-Produktion (für das Marketing 2020)



Das Thema **Schwimmen lernen** griffen wir in der Pressearbeit auf, da es während der Ferienzeit in einem Naturbadesee möglich ist, schwimmen zu lernen. Es ist auch Thema in der Kampagne MV 2020. Dazu führten wir ein Shooting in Neustrelitz durch mit dem Verweis, dass Schwimmkurse in der gesamten Seenplatte angeboten werden.



Zweites Thema in der Kampagne MV 2020 sind **Wald und Nationalpark** mit ihren Aussichtstürmen. Fotos und Videos wurden sowohl auf dem Käflingsbergturm als auch auf dem Baumkronenpfad produziert.



Eine Journalistin von Reisereporter.de war für Video- und Drohnenaufnahmen in der Seenplatte unterwegs. Wir konnten in diesem Rahmen **Drohnenaufnahmen** mit einem Kanu im **Seerosenparadies** produzieren lassen.

## Online-Portale

Kampagnen-, Themen- und Regionsseiten

Die Maßnahmen der **Online-Werbung** richten wir **nach Nachfragezeiträumen** (u.a. Informations- und Buchungsphase rund um den Jahresanfang von den Weihnachtsfeiertagen bis Ende Januar), **Reisezeiten** (siehe Kampagnenmarketing) und **Themenkanälen** aus. Neben dem Schwerpunkt „Natur“ werden die mit Partnerbeteiligungen gestärkten Themenbereiche Hausboot, Familie, Camping und Schlösser bespielt.

Als eine gut funktionierende Werbeform haben sich **Bild-Text-Inhalte** in Content-, Suchnetzwerken und sozialen Medien erwiesen.



Kampagnenseite ansommen.de



Zum Jahresstart wurden mit reichweitenstarken **Werbe-maßnahmen** über das Facebook- und Google-Netzwerk neue Besucher für das Destinationsportal mecklenburgische-seenplatte.de gewonnen. Im Zeitraum 01.01. bis 28.02.2019 konnten im Vorjahresvergleich 50.000 Besuche mehr auf dem Portal verzeichnet werden (insgesamt über 160.000 Sitzungen, Anstieg um +45%). Die Online-Werbeanzeigen erzielten mehr als 11 Millionen Impressions.

Auch im Kampagnenmarketing konnten über gezielte Maßnahmen neue Nutzer akquiriert werden. Den größten Nutzungsanstieg erzielte das Winterportal. Das Portal mit den Winterangeboten unserer Mitglieder und Partner erzielte im Kampagnenzeitraum über 30.000 Besuche. Zum Start des Portals im Winter 2017/2018 fanden ca. 5.000 Besuche statt.

Der Reichtum an **Seen** ist ein USP der Mecklenburgischen Seenplatte. Die Digitalisierung der Inhalte spielt eine sehr wichtige Rolle. Die Darstellung der Badestellen wurde daher komplett überarbeitet und in die POI-Datenbank übernommen.

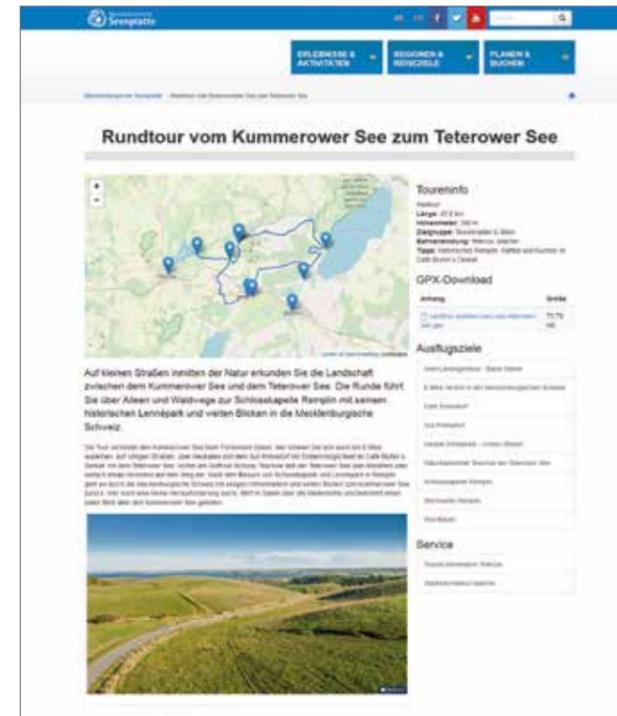


Eine interaktive Karte zeigt auf mecklenburgische-seenplatte.de übersichtlich die Badestellen in der Region

Das Thema Schwimmen lernen wird in der Kampagne MV 2020 stattfinden. Weiterführend findet der Nutzer eine Übersicht der Schwimmkurse online.

Die Seen lassen sich zudem sehr gut auf Rad-, Wander-, Kanu-, Reit- und Hausboottouren erkunden. Umfangreiche **Toureninformationen** wurden digitalisiert und mit den passenden POI-Einträgen entlang der Routen verknüpft.

Münden werden diese Informationen in eine Seen-Datenbank.



„Rundtour vom Kummerower See zum Teterower See“ auf mecklenburgische-seenplatte.de

Als **Online-Dienstleister** realisierten wir den Relaunch des touristischen Webauftritts der **Stadt Röbel/Müritz**. Mit der von uns entwickelten Systemlösung konnte eine schnelle Umsetzung des Projektes erfolgen. Derzeit befinden sich Microsites für die Teilregionen **Müritz „plus“** und **Klein-seenplatte** in der Umsetzung.

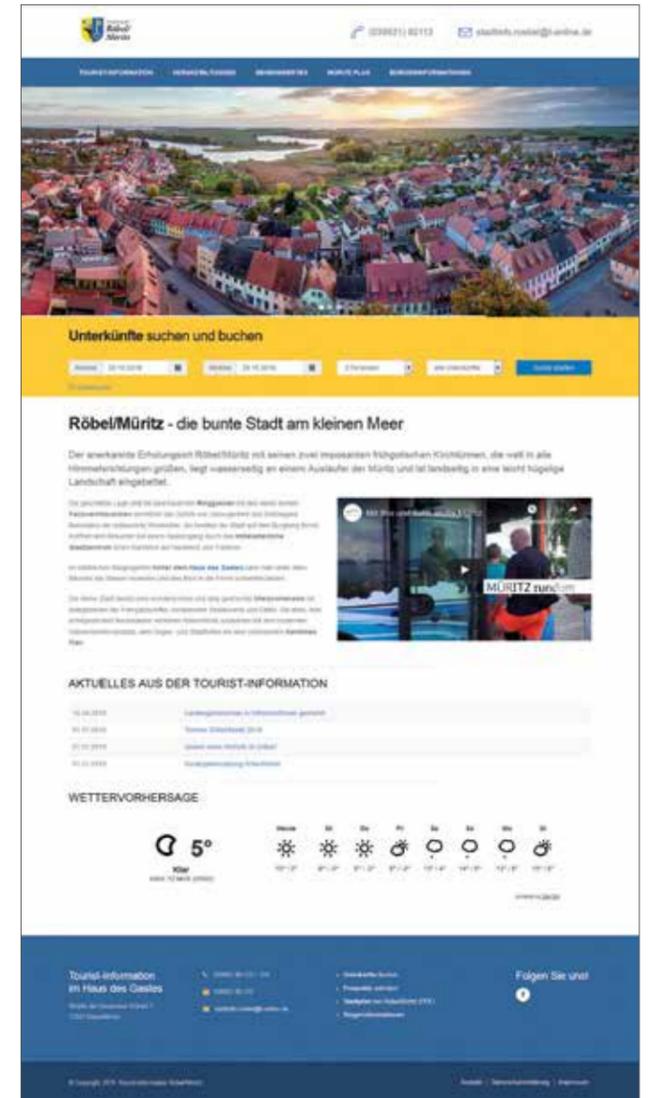
Parallel zu den Kampagnenbroschüren **Natur** und **Familie** sind zielgruppenspezifische Landingpages in der Entstehung.

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

### 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.



Neuer Webauftritt stadt-roebel.de

Zum Jahreswechsel 2018/2019 ging die neue touristische Internetseite der Stadt Röbel/Müritz online. Die Verbandslösung bietet dem Partner neben aktuellen Technologien, wie einem responsiven Design, auch die Nutzung der landesweiten Datendrehscheibe.



Für die Präsentation des Schloßherbstes wurde eine eigene Veranstaltungsserie in der POI-Datenbank angelegt.

## Online-Statistik

Auf unseren Online-Portalen konnten in den vergangenen 12 Monaten (Stand 30.09.2019) insgesamt **1.168.389 Besuche** statistisch erfasst werden. Das entspricht einem **Anstieg von 15,9 %** im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Die Besuche verteilen sich wie folgt auf die Portale:

mecklenburgische-seenplatte.de	873.368 Besuche
mecklenburgische-schweiz.com	164.014 Besuche
1000seen.de/kummerowersee	14.012 Besuche
1000seen.de/ansommern	26.689 Besuche
1000seen.de/herbst	28.146 Besuche
1000seen.de/winter	33.437 Besuche
1000seen.ch	2.936 Besuche
mueritz-rundum.de	25.787 Besuche

Besuche:	mecklenburgische-seenplatte.de		mecklenburgische-schweiz.com	
	10.2017 - 09.2018	10.2018 - 09.2019	10.2017 - 09.2018	10.2018 - 09.2019
Oktober	41.781	41.569	10.005	12.046
November	28.982	30.411	7.733	9.813
Dezember	32.613	30.079	7.715	7.248
Januar	71.239	82.011	12.499	10.839
Februar	45.390	80.005	10.050	9.405
März	57.929	52.033	12.161	11.780
April	60.358	64.978	12.595	14.297
Mai	91.093	74.636	18.663	16.663
Juni	94.107	96.308	17.666	17.755
Juli	116.546	134.606	20.165	21.916
August	92.926	103.107	17.819	19.560
September	54.202	83.625	13.713	12.692
<b>Gesamt</b>	<b>787.166</b>	<b>873.368</b>	<b>160.784</b>	<b>164.014</b>

Die größte Bedeutung für den Traffic von mecklenburgische-seenplatte.de nahmen dabei die Suchmaschinen ein, über die 66,3 % der Besuche akquiriert wurden. Der Anteil neuer Nutzer auf dem Portal lag bei 86,5 %. Die Nutzung mit Mobilgeräten betrug 49,4 %. (Desktop 35,4 %). Die meisten ausländischen Zugriffe sind aus der Schweiz (1,6 %), Österreich (0,8 %) und den USA (0,7 %) 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 Müritz plus 2019	28.906
Reisemagazin 2019	24.240
Gastgeber Kleinseenplatte 2019	16.522
Broschüre „Ansummern 2019“	16.086
Broschüre „Indian Summer 2019“	14.760
Camping-Handbuch 2019/2020	7.171
Urlaubs-Tipps 2019	3.453



Unser Top-Beitrag 2019 auf facebook: Der Kurzfilm „Fahrtziel Natur“ wurde bereits 312 Mal geteilt und erreichte 81.215 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 27.799 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. 1.221 Abonnenten folgen uns bereits.

[instagram.com/1000seen](https://www.instagram.com/1000seen)

## Gäste-Newsletter

Ausgebaut wurde zudem das Newslettermarketing. Mit aktuell 17.489 Empfängern unseres Gäste-Newsletters konnte die Abonnentenzahl in den vergangenen 12 Monaten kontinuierlich gesteigert werden. Der Versand erfolgt einmal monatlich (zum Monatsende). Die Öffnungsrate der einzelnen Ausgaben lag zwischen 26 und 31 %.

Datum	Thema	Öffnungen
02.12.2018	Winterurlaub	4.423
30.12.2018	Urlaub 2019	5.116
27.01.2019	Winterferien	4.469
24.02.2019	Frühlingserwachen	5.002
01.04.2019	MÜRITZ rundum	5.080
19.04.2019	Veranstaltungshöhepunkte	4.861
22.04.2019	Hausboot	4.778
30.05.2019	Ansummern	4.610
30.06.2019	Sommerferien	4.850
28.07.2019	Indian Summer	4.547
31.08.2019	Spätsommermomente	4.794
30.09.2019	Schlösserherbst	4.512



# BÄRENWALD Müritz

Ein Tierschutzprojekt von VIER PFOTEN



**TÄGLICH GEÖFFNET**  
[www.baerenwald-mueritz.de](http://www.baerenwald-mueritz.de)

## SCHON MAL BÄREN GESEHEN?

Abenteuer-Spielplätze | BIO-Bistro | Bärenhöhle | Besucherterrasse | Labyrinth | Bärenakademie | Gruppenführungen

**Westeuropas größtes Bärenschutzzentrum**  
Am Bärenwald 1 | 17209 Stuer | Tel.: 039924-79118

