

Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V.
Mitgliederversammlung am 25.11.2020

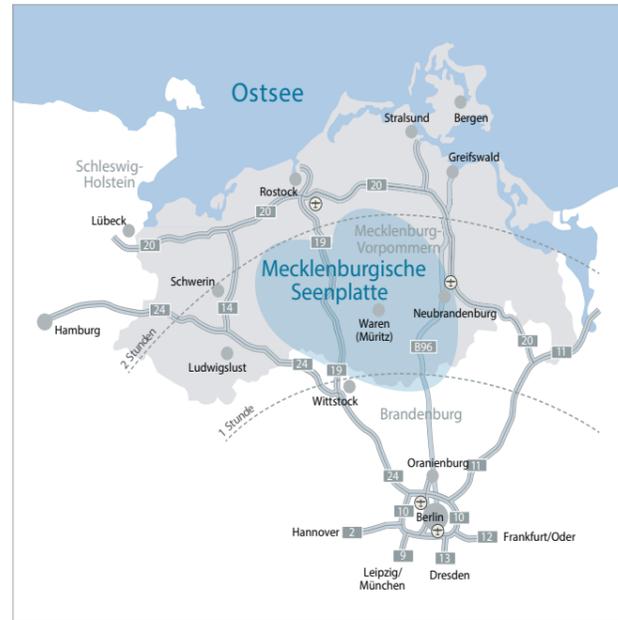


Mecklenburgische
Seenplatte

TOURISMUSBERICHT 2020

Inhalt:

I. Unsere Urlaubsregion.....	2
II. Statistik 2020.....	4
III. Verbandsarbeit.....	5
IV. Destinationsmarketing	8



I. Unsere Urlaubsregion

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 ihrer Teilregionen Müritz „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.

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 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 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 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 Müritzschwimmen bauen auf den Naturtourismus auf.

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: FLYERALARM GmbH

Redaktionsschluss: 02.11.2020
Erscheinungsdatum: 03.11.2020
Auflage: 500 Stück

Hinweis: Ein Großteil der im Tourismusbericht 2020 enthaltenen Informationen wurde bereits umfangreich und zeitnah in den monatlichen Mitgliedernewslettern sowie auf tourismusmacher.de und mecklenburgische-seenplatte.de/branche veröffentlicht. Dortige Informationen betrachten unsere Arbeit nicht nur berichtend, sondern bieten die Gelegenheit der aktiven Beteiligung.

II. Statistik 2020

Übernachtungsstatistik	Januar - August 2020				
	Ankünfte		Übernachtungen		durchschnittliche Aufenthaltsdauer
	insgesamt	Veränderung zum Vorjahreszeitraum	insgesamt	Veränderung zum Vorjahreszeitraum	
		%		Anzahl	%
Mecklenburg-Vorpommern	4 280 509	- 28,7	19.765.506	- 21,3	4,6
Meckl. Seenplatte und Schweiz	732.135	- 25,1	3.101.165	- 12,9	4,2
Westmecklenburg	284.733	- 31,4	898.904	- 18,0	3,2
Fischland-Darß-Zingst, Halbinsel	330.666	- 21,6	1.908.972	- 18,3	5,8
Rügen/Hiddensee	818.449	- 24,7	4.280.228	- 20,2	5,2
Vorpommern	1.267.771	- 28,8	6.328.352	- 23,5	5,0
Meckl. Ostseeküste	1.177.421	- 32,4	5.156.857	- 24,5	4,4
Usedom, Insel	625.922	- 28,3	3.438.702	- 24,7	5,5

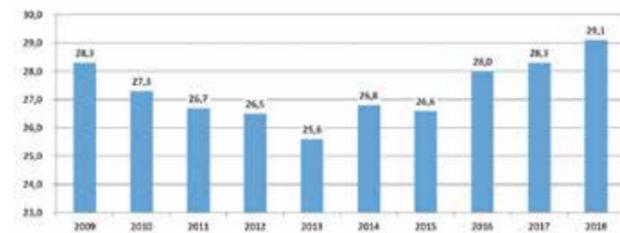
Tabelle: Ankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer der Gäste in Beherbergungsbetrieben im Zeitraum Januar bis August 2020

Von **Januar bis August 2020** wurden **3.101.165 Übernachtungen** in der Verbandsregion Mecklenburgische Seenplatte/Schweiz in der amtlichen Statistik erfasst (-12,9% weniger als im Vergleichszeitraum 2019).

Das **Tourismusjahr 2020** begann verheißungsvoll: Sowohl im **Januar** als auch im **Februar** konnten bezüglich der Übernachtungen (Januar: 143.729; +7,4% | Februar: 183.828; +14,6%) deutliche Zuwächse im Vergleich zu den Vorjahresmonaten registriert werden. Insgesamt wurden also in den ersten beiden Monaten des Jahres 327.557 Übernachtungen an das statistische Landesamt MV gemeldet, was insgesamt ein Plus von 12,5% bedeutet. Ein **sehr guter Vorbuchungsstand** ließ zwischenzeitlich auch für den weiteren Jahresverlauf ein „Rekordergebnis“ prognostizieren.

Im **März** wurden aufgrund der **Corona-Pandemie** touristische Einschränkungen verordnet, welche sich sehr stark auf die Tourismusbranche ausgewirkt haben: die Branche musste bei den Übernachtungen (95.015; -50,0%) drastische Verluste im Vergleich zum Vorjahresmonat verkraften.

Im **April** wurde das touristische Reisen Corona-bedingt verboten, was sich auch in den Übernachtungen (-93,3% im Vergleich zum April 2019) widerspiegelt. Im **Mai** erfolgte der Tourismus-Neustart nach dem Corona-Lockdown verbunden mit touristischen Einschränkungen. Dementsprechend



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 2020 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“.

mussten bezüglich der Übernachtungen (135.650; -67,5%) weiterhin drastische Verluste im Vergleich zu dem Vorjahresmonat registriert werden. Die Bilanz **Januar bis Mai 2020** im Vergleich zum Vorjahreszeitraum wies mit -53,0% Übernachtungen ein hohes Defizit aus.

Nach weiteren Lockerungen der Corona-Maßnahmen zeichnete sich im **Juni** mit 598.794 Übernachtungen („nur“ -2,5% im Vergleich zu Juni 2019) eine Trendwende ab. Übernachtungsrekorde im **Juli** (935.220 Übernachtungen, +3,0% im Vergleich zum Juli 2019) und insbesondere im **August** (963.679 Übernachtungen, +20,4% im Vergleich zum August 2019) verbesserten das Ergebnis.

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 02.11.2020 lag uns die Monats-Auswertung August 2020 vor.

Die **durchschnittliche Bettenauslastung** in der Verbandsregion Mecklenburgische Seenplatte und Schweiz lag im Kalenderjahr 2018 bei 29,1%. In 2013 hatte der Durchschnitt noch bei 25,6 % gelegen. Das entspricht einem Anstieg von 2013 gegenüber 2018 um 13,7%. 2019 und 2020 wurden wegen einer Berichtsreisenerweiterung bzw. der Corona-Situation nicht berücksichtigt.

III. Verbandsarbeit

Vorstand

Im Geschäftsjahr 2020 fanden sechs Vorstandssitzungen statt. Die vielfältigen und in Zusammenarbeit mit der Geschäftsstelle realisierten Themen werden im Folgenden dargestellt.

Der Jahresabschluss zum 31.12.2019 wurde von der SHBB Steuerberatungs-GmbH durch Kathrin Freitag aufgestellt und vom Vorstand in der Vorstandssitzung am 17.06.2020 einstimmig bestätigt und soll von der diesjährigen Mitgliederversammlung festgestellt werden.

Im Zuge der **Corona-Pandemie** wurden zunächst täglich, später wöchentlich Telefonkonferenzen durchgeführt. Der Teilnehmerkreis setzte sich zusammen aus Mitgliedern von Vorstand, Marketingausschuss, den Leitern der Touristinformation, Dehoga-Vertretern und den Mitarbeitern der Geschäftsstelle. Gleichzeitig nahmen Vorsitzender und Geschäftsführer an den Telefonkonferenzen des Tourismusverbandes MV teil. Ein kontinuierlicher Austausch war somit lückenlos sichergestellt. Insbesondere weil der von der Geschäftsstelle koordinierte Informationsaustausch schwerpunktmäßig über das kurzerhand aufgesetzte Branchenportal **tourismusmacher.de** stattfinden konnte. Über 80 aktive Mitglieder haben sich bereits angemeldet.

In Form von **Positionspapieren** oder **Stellungnahmen** setzte sich unser TVMSE u.a. für ein reguliertes Reisen ab Mai, eine nachhaltige Existenzsicherungsstrategie der Tourismuswirtschaft und die Aufhebung der Quarantäneregeln im Oktober ein. Gemeinsam mit vielen regionalen Partnern und dem Tourismusverband MV konnten wir der Landesregierung ein Strategiepapier zum Re-Start vorlegen.

Gleichzeitig musste das „Unternehmen TVMSE“ betriebswirtschaftlich abgesichert werden. Hier konnten wir uns auf eine breite Mitgliedschaft und insbesondere auf unsere kommunalen Partner, unsere Landkreisverwaltungen verlassen sowie auf ein weiterhin intaktes Fördermittel-

management stützen. Unsere Leistungsträger waren / sind hingegen mit nie dagewesenen, existenziellen Belastungen konfrontiert. Die Kosten für die Beteiligung an Maßnahmen zur Gästegewinnung wurden unseren Partnern daher aktiv über die Zeit des Lockdowns hinaus gestundet.

Marketingausschuss

Der Marketingausschuss hat sich in 3 Veranstaltungen (davon 2 Telefonkonferenzen) des laufenden Jahres mit den Themen Reisemagazin, Broschürenverteilung und Digitalstrategie auseinandergesetzt. Im Zuge der alljährlichen Marketingplanung bezog die Geschäftsstelle den Marketingausschuss gewohnt aktiv mit ein. Schwerpunkt bildete diesmal die Umstellung auf ein digitales Kampagnenmarketing. Mit der digitalen Ausrichtung werden zugleich Kosteneffizienz (z.B. Einsparung Druckkosten) und Messbarkeit gesteigert. Ankündigungen, Berichte & Protokolle des Ausschusses kommunizieren wir kontinuierlich in den monatlich erscheinenden Mitgliedernewslettern und im Webbereich „Branche“.

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 und Tourist-Informationen. Einen Schwerpunkt des Austauschs bildete das Ziel, durch eine Mittelbündelung eine Onlinekampagne „Mecklenburgische Schweiz“ umzusetzen.

TausendSeenForum

Unser diesjähriges TausendSeenForum in Plau am See musste coronabedingt auf das Jahr 2021 verschoben werden.

Seminarangebote

Ein großes Mitgliederinteresse bestand an den kostenlosen **Seminar- und Weiterbildungsangeboten**, die der Verband organisierte. Besonders gefragt war das „Google Analytics Seminar“, so dass ein Zusatztermin am 27.02.2020 durchgeführt wurde.

- 26.11.2019 - Workshop: Tourismus & Elektromobilität im Land M-V im Leea Neustrelitz
- 03.12.2019 - Workshop „QMF Familienurlaub in MV“ in der FerienResidenz MüritzPark Röbel/Müritz
- 09.01.2020 - Seminar „Google Analytics anwenden in der Praxis“ im Haus des Gastes Waren (Müritz)
- 28.01.2020 - Seminar „Der Wert der Pressearbeit sowie die Grundlagen der Krisenkommunikation“ in der FerienResidenz MüritzPark Röbel/Müritz



Das Google Analytics Praxisseminar erfuhr großen Zuspruch

Marktforschung

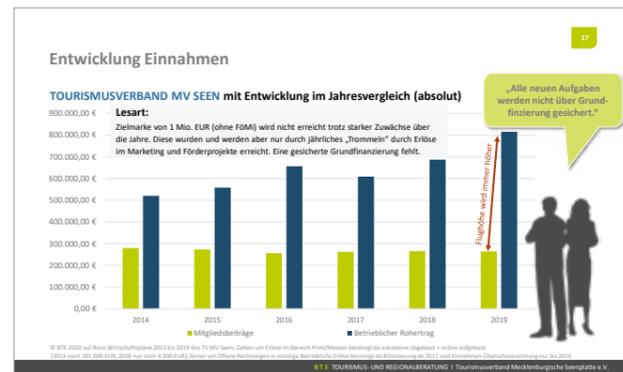
Als Bestandteil des **Naturtourismus-Projekts „Unterwegs 3.0 Mecklenburgische Seenplatte“**, finanziert aus dem Strategiefonds, wurden umgesetzt:

- eine Machbarkeitsstudie zur Prüfung von Finanzierungsinstrumenten für nichtprädiskatisierte naturtouristische Orte auch unter Berücksichtigung einer Novellierung des Kommunalabgabengesetzes - KAG M-V § 11,
- ein Bericht über den Test des naturtouristischen Gästeservices von Tourist-Informationen mit Hilfe von Mystery Checks,
- ein Bericht über eine Haushalts- und Gästebefragung zur Erschließung weiterer naturtouristischer Entwicklungspotentiale.

Im November 2020 wird mit dem Referat Großschutzgebiete und Naturschutzförderung des Ministeriums für Landwirtschaft und Umwelt Mecklenburg-Vorpommern, Vertretern der Nationalen Naturlandschaften über die vorliegenden Ergebnisse und Schritte zur Umsetzung beraten.

Kooperationskonzept

Der verbandsinterne Austausch mit den Kollegen und politischen Vertretern der Ortsebene im Zuge der Erarbeitung eines **„Kooperationskonzeptes zur Aufgabenklarheit und Stärkung der tourismusfördernden Strukturen in der Destination Mecklenburgische Seenplatte“** wurde durch das Beratungsunternehmen BTE, Tourismus- und Regionalberatung aus Berlin moderiert. BTE wird im Rahmen der diesjährigen Mitgliederversammlung umfassend berichten und ein künftiges Aufgaben- und Finanzierungsmodell für den TVMSE sowie dessen Umsetzung skizzieren.



Warum ist das problematisch, ...

- Was ist, wenn Fördermittel zukünftig nicht mehr in der Form und Höhe zur Verfügung stehen?
- Das „Trommeln“ und jährliche Akquirieren von Einnahmen ist aufwendig. Eine Planbarkeit ist so schwierig.
- Das Personal „springt“ jährlich von Projekt zu Projekt und Maßnahmen im Marketing. Konsequente Bearbeitung sieht anders aus.
- Kleines Team als Know How Träger auf regionaler Ebene mit hoher Flughöhe zur Basis und Herausforderung für den Wissenstransfer.
- Es kann oft nur etwas gleichzeitig gemacht werden: z.B. Gästegewinnung oder -bindung.

TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG | Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V.

Meilensteine auf dem Weg zum mittelfristigen Ziel „Gästekarte SEENPLATTE 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. 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. Am 25. Mai 2020 gab unser TVMSE gemeinsam mit Partnern und Branchenvertretern an der Steinmole in Waren (Müritz) den Startschuss für MÜRITZ rundum 2020 mit einer symbolischen Auftaktveranstaltung. Unsere nachhaltige Mobilitätsinitiative konnte aufgrund der Lockdown Maßnahmen dieses Jahr nicht wie geplant am 1. April in ihre 3. Saison gehen. Die in Zusammenarbeit mit der IGES Institut GmbH 2020 realisierte „Kurzbewertung von wesentlichen Effekten des Gästekartenansatzes MÜRITZ rundum“ wurde im Rahmen des 1. Zukunftsforums MÜRITZ rundum am 09. Juni 2020 präsentiert und mit aktuellen und künftigen Partnern diskutiert. Im Zuge dieser Veranstaltung wurden vier wesentliche Ziele definiert und in der Folge durch die TVMSE-Geschäftsstelle in ein **Konzept „SEENPLATTE rundum“** verpackt und dieses als Bewerbung für den vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit initiierten Wettbewerb **„Modellregion“** eingereicht. An der Bewerbung beteiligen sich durch Unterzeichnung der Absichtserklärung: die Müritz rundum Orte Klink, Rechlin, Röbel/Müritz und Waren (Müritz) sowie Kargow (u.a. mit den Nationalparkgemeinden Federow, Speck und Schwarzenhof); die Kleinseenplatte mit Mirow, Wesenberg, Wustrow; Neubrandenburg; Neustrelitz; Feldberg; Burg Stargard; die Meckl. Schweiz mit Teterow und Stavenhagen.

- **Ziel 1:** Geographische Ausweitung von MÜRITZ rundum zu SEENPLATTE rundum
- **Ziel 2:** Digitalisierung, einerseits in Bereichen des Datenmanagements und andererseits im Bereich der Usability für Gästekartennutzer
- **Ziel 3:** Erweiterung der Gästekarte zu einer Kombinationskarte aus Mobilität und Attraktionen der Seenplatte
- **Ziel 4:** Fortführung des Kampagnenmanagements, Zielgruppe „Bahnaffine Natururlauber“

Eine Jury hat anhand einer gutachterlichen Einschätzung eine Auswahl aus den eingereichten Bewerbungen getroffen. Herr Minister Harry Glawe hat dieser Empfehlung zugestimmt und so wurde uns am 13. Oktober 2020 mitgeteilt, dass unsere Bewerbung erfolgreich war. Die Modellregionen sollen nun in 2021/2022 ausgewählte Schlüsselmaßnahmen der Landestourismuskonzeption gebietsübergreifend erproben und evaluieren.

Konzeptionell und mit Unterstützung durch die Landesregierung stehen wir an der Startlinie für ein zeitgemäßes, regionales Tourismusmanagement. Längst wurden darüber hinaus „Meilensteine“ erreicht bzw. angestoßen, die den anstehenden Weg beschleunigen könnten.

Hinweis: Das Event „48 Stunden“ sollte, ausgebaut zur **Herbstferien-Aktion**, die Gästekarte SEENPLATTE rundum auf Zeit von 17. bis 25. Oktober 2020 testen. Zwischenzeitlich wieder aufgehobene Quarantäneregeln unseres Bundeslandes sowie die Entstellung der Nationalparklinie durch die MVVG / den Landkreis MSE führten zu einer sehr eingeschränkten Umsetzung.

Meilenstein Gästemanagement
Melde-System für regionale Kartenlösungen

- Zusammenarbeit lokale/regionale Ebene bei der Einführung und kontinuierlichen Optimierens eines **einheitlichen** (digitalen) **Meldesystems** für die Erfassung von kurabgabepflichtigen Übernachtungsgästen
- Basis für eine **regionale touristisches Gästekarte**
- **Alle 11 prädiskatisierten Orte an Bord**

mecklenburgische-seenplatte.de

Meilenstein VBB-Erweiterung

- 5 Jahre Event „48 Stunden MSE“ haben die Tür zum VBB aufgestoßen.
- „Untersuchung der Wertschöpfung bei Erweiterung des Verkehrsverbundes Berlin-Brandenburg (VBB) auf die Destination Mecklenburgische Seenplatte“
- Kreistagsbeschluss „Verhandlungen mit dem Ziel des Abschlusses von Vereinbarungen zur Erweiterung des VBB auf das Gebiet des Landkreises sollen geführt werden.“

mecklenburgische-seenplatte.de

Meilenstein Test „Gästekarte Seenplatte“ (Herbstferien-Aktion)

Herbstferien
Vom 17. bis 25. 10. 2020 mit der Gästekarte Bus, Kleinseebahn & Attraktionen inklusive!

mecklenburgische-seenplatte.de

Meilenstein MÜRITZ rundum

- Übernachtungsgäste in Waren (Müritz), Klink, Röbel/Müritz und Rechlin können mit ihrer Gästekarte in der Saison vom 01.04. bis 31.10. die Busse von MÜRITZ rundum kostenfrei nutzen
- **Tourismusverband** tritt im operativen Geschäft als Projektkoordinator auf und war Initiator
- Mobilitätsangebot hat die **Akzeptanz der Kurabgabe** bei Gastgebern und Gästen nachweislich **erhöht**

mecklenburgische-seenplatte.de

Meilenstein Regionaler Tourismuskoodinator

- Stärkung der Tourismusentwicklung der Mecklenburgischen Seenplatte durch Engagement für professionelles Tourismusmanagement in strukturschwächeren Regionen, z.B. Kummerower See, Brohmer/Helper Berge
- Im Mittelpunkt stehen:
 - die Ausgestaltung eines zukünftig regionalen/interkommunalen Tourismusservices
 - die touristische Produktentwicklung
 - die spätere Ausgestaltung des gemeinsamen Tourismusmarketings

mecklenburgische-seenplatte.de

Meilenstein Online-Concierge

Digitale Lösungen im Gästeservice durch:

- Zentralisierte Nutzung der landesweiten POI-Datenbank für die Erfassung und Aufbereitung von Reisezielen, Veranstaltungen und Angeboten
- Nutzerfreundliche (bedarfsgerechte) Filteroptionen des Datenpools nach zeitlichen, örtlichen sowie thematischen und zielgruppenspezifischen Aspekten
- Optimierte Bereitstellung der Ergebnisse für Druck, Download (PDF) und Mailversand
- E-Mail-Automatisierung für kontinuierliche Angebotsabfragen (z.B. wöchentliche Veranstaltungsaushänge)

mecklenburgische-seenplatte.de

Meilenstein Konzept „Gästekarte Seenplatte (Bewerbung Modellregion)“

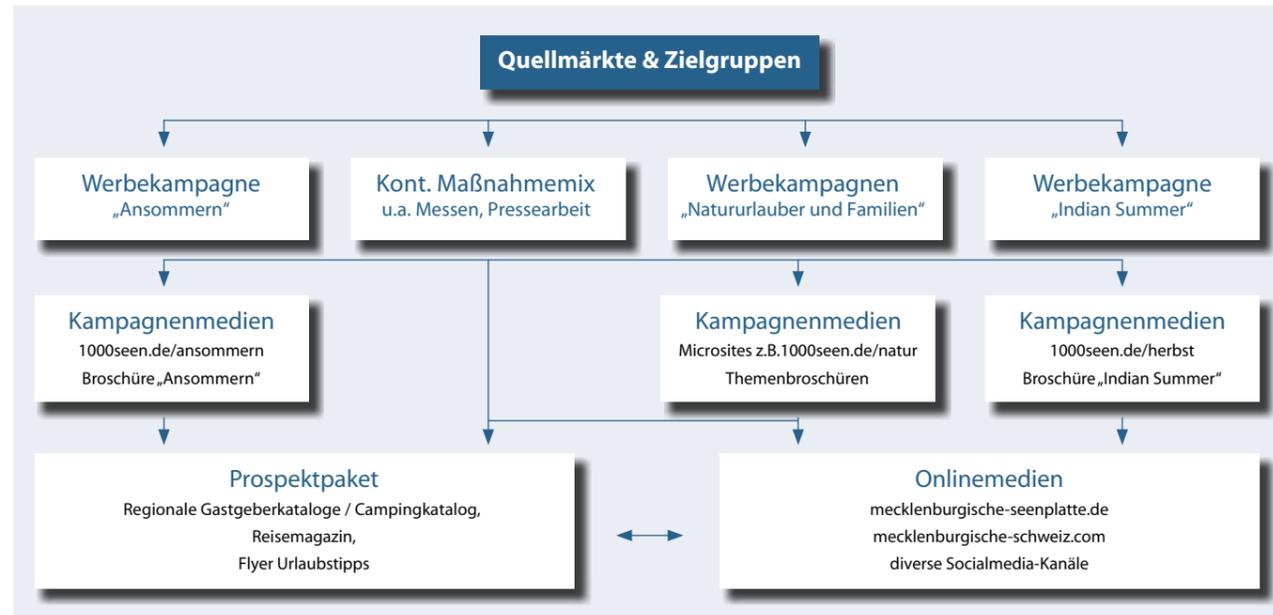
SEENPLATTE rundum

Digitalisierte Nachhaltige Gästekarte

mecklenburgische-seenplatte.de

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 im Menüpunkt „Branche“ archiviert und ermöglichen eine detaillierte Rückschau auf das Kalenderjahr 2020.



Schematische Darstellung Destinationsmarketing

Die Vermarktung der Destination Mecklenburgische Seenplatte und seiner Teilregionen konzentriert sich schwerpunktmäßig auf saisonale Werbekampagnen mit dem Ziel neue Gäste zu gewinnen. Ein Fokus liegt auf den Zielgruppen Natururlauber und Familien. Die Corona Pandemie und der Lockdown im Frühjahr erforderten schnelle Reaktionen und eine Anpassung der Maßnahmen an die aktuellen Begebenheiten.



Titel der Broschüren „Ansommern“ und „Indian Summer“

Saisonales Kampagnenmarketing

Für eine gezielte und messbare Neukundengewinnung wurden die Kampagnen Ansommern und Indian Summer ins Leben gerufen.

Die Broschüren wurden planmäßig Anfang des Jahres gedruckt. Mit dem Lockdown im März wurde die Ansommern Beilage von Anfang April auf Mai verschoben. Die 152.000 Exemplare wurden dem Tagesspiegel (print und digital) sowie den Abonnenten der GEO beigelegt. 21.000 Exemplare wurden in Kooperation mit dem Discounter NETTO vertrieben. Die Indian Summer Broschüre mit einer Auflage von 160.000 Exemplaren wurde im Juni im Tagesspiegel sowie in der BARBARA, Flow und Geo Schweiz beigelegt.

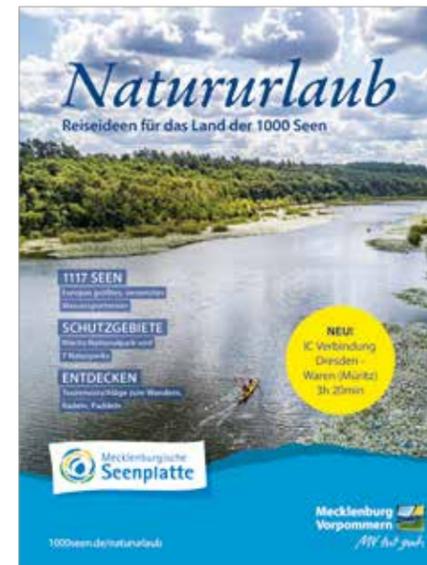
Im Fokus beider Kampagnen standen die Portale 1000seen.de/ansommern bzw. 1000seen.de/herbst und deren Bewerbung in themenrelevanten, redaktionellen Umfeldern und sozialen Medien.



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

Der naturaffine, nachhaltig reisende Urlauber steht weiterhin im Fokus unserer Marketingmaßnahmen. Die **Broschüre** „Natururlaub - Reiseideen für das Land der 1000 Seen“, die im letzten Jahr der Zeitschrift DB mobil beigelegt war, wurde mit einer Auflage von 55.000 Exemplaren neu gedruckt. Mit neuem Titelbild und der inhaltlichen Anpassung auf die neue Zugverbindung zwischen Dresden und der Mecklenburgischen Seenplatte wurde die Naturbroschüre den Abo-Kunden der Sächsischen Zeitung im März in Dresden beigelegt. Online erzielte die zum Jahresanfang gemeinsam mit der Deutschen Bahn durchgeführte **Performance-Kampagne** über 24 Millionen Werbeeinblendungen und mehr als 130.000 Aufrufe für die Landingpage „10 gute Gründe für einen Urlaub“ auf mecklenburgische-seenplatte.de. Diese Zielgruppenbewerbung, die Durchführung des 48 Stunden Wochenendes sowie das Vorhaben MÜRITZ rund um sind wesentliche Schwerpunkte des seit 2018 vom Wirtschaftsministerium MV unterstützten Projekts zur Etablierung einer öffentlichen touristischen Mobilität.



Die 16-seitige Broschüre wurde im März der Sächsischen Zeitung beigelegt (55.000 Exemplare)



Auf der Landingpage werden „10 gute Gründe für einen Urlaub“ in der Mecklenburgischen Seenplatte vorgestellt: 1000seen.de/10-gute-gruende

Zielgruppe Familie

Im Dezember 2019 fand ein **QMF Workshop** zum Thema „Familienurlaub in MV“ in Röbel/Müritz statt. Einheitliche Qualitätsstandards sollen helfen die wichtige Zielgruppe anzusprechen. Mirka Vaarnas vom Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V. erläuterte die Vorteile und Voraussetzungen für eine Qualifizierung mit dem Familiensiegel „Gustav“. Für weitere Fragen stand Gerd Schröter, QMF Juryleiter und Dehoga Kreissprecher, als Ansprechpartner zur Verfügung. Aktuell sind im Verbandsgebiet der Seenplatte 17 touristische Einrichtungen mit dem Siegel „Qualitätsmanagement Familienurlaub“ (QMF) zertifiziert. Das Familotel Borchard's Rookhus, der Bärenwald Müritz und das Müritzeum in Waren gaben ihre Erfahrungen aus der Praxis weiter. Im Rahmen unserer **Familienkampagne** und der Produktion der Familienbroschüre wurden spezielle Angebote für Familien, Fotos und neuer Online-Content erarbeitet. Entstanden sind u.a. neue Unterseiten mit „Gastgebern für Familienurlaub“, „Top 10 Ausflugstipps“, „Familienfreundlichen Badestellen“ und Angebote für Schwimmkurse. Dank einer **Projektförderung** des Europäischen Sozialfonds erfährt das Projekt ab dem 01.10.2020 wieder personelle Unterstützung. Sukzessiv wollen wir das bestehende Familienetzwerk touristischer Leistungsträger ausbauen und das Qualitätssiegel „Familienurlaub MV – Geprüfte Qualität“ in unserer Destination weiter etablieren.



Die Themenseite „Familienurlaub“ verzeichnet durchschnittlich über 5.000 Aufrufe im Monat. Neben Gastgebern sind die Ausflugstipps für Sonnenschein und Regenwetter besonders gefragt. 1000seen.de/familie

Um auch während des **Lockdowns** den Kontakt zu unseren Gästen aufrecht zu erhalten, haben wir die **Kampagne „Fernbeziehung“** ins Leben gerufen. Diese bestand aus drei Elementen: Videos, Interviews und Online-Shops. Die professionellen Videos mit dem Hashtag **„SeenplatteKopf“** zeigten mit einem Augenzwinkern wie man in seinem Wohnzimmer in die Seenplatte reisen kann. Die Interviews mit Gastgebern gewährten einen Blick hinter die Kulissen und ließen Unternehmer zu Wort kommen, wie sie mit der Krise umgingen und versuchten die Zeit zu nutzen. Außerdem haben wir Online-Shops mit regionalen Produkten gesammelt.



Die Sehnsucht nach der Seenplatte während des ersten Lockdowns wurde unterhaltsam verarbeitet in kurzen Videospots. [1000seen.de/dein-film](https://www.1000seen.de/dein-film)

Von Ende Juni bis Ende August lief die millionenschwere **Sommerskampagne der Deutschen Bahn**. In Kooperation mit allen 16 Bundesländern wurde für **Deutschland-Tourismus** geworben. Unter dem Motto **„Entdecke Deutschland“** spielt die Kampagne mit dem Fernweh und zeigt vermeintliche Sehnsuchtsziele vieler Deutscher – die Motive wurden aber ausschließlich in Deutschland aufgenommen. Wir haben neben den Einträgen über Hausbooturlaub und Klarwasserseen noch zwei weitere in den Bereichen „Kleine Abenteuer“ und „Perfektes Wochenende“ gebucht. Zusätzlich gab es die Möglichkeit, in der DB Mobil mit einem Foto-Text-Beitrag vertreten zu sein. Auch für diese Beteiligung haben wir uns entschieden.



„Florida-Feeling“ an der Mecklenburgischen Seenplatte - auf den ersten Blick spielt die Kampagne mit dem Fernweh und zeigt Sehnsuchtsziele vieler Deutscher – die Motive sind aber ausschließlich Reiseziele in Deutschland. [entdecke-deutschland.de](https://www.entdecke-deutschland.de)



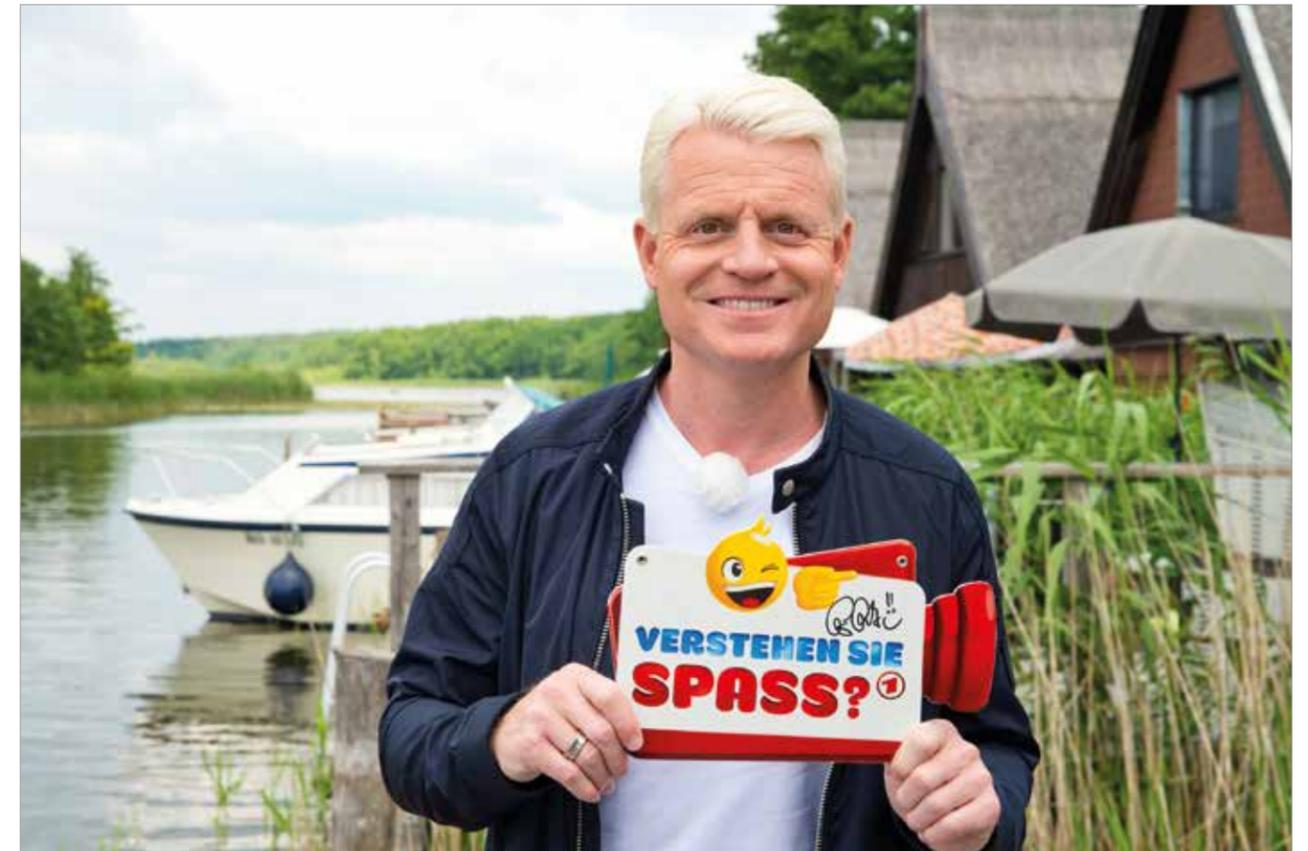
Großflächenwerbung für die HERBSTFERIEN AKTION in Dresden

HERBSTFERIEN AKTION

Vom 17. bis 25.10.2020 fand die HERBSTFERIEN AKTION mit kostenfreiem Nahverkehr für alle Gäste in den teilnehmenden Orten statt. Zusätzlich standen 1000 Freitickets für attraktive Freizeiteinrichtungen zur Verfügung. Damit sollte ein buchungsstarker Herbst erzielt werden, um die coronabedingten Ausfälle des Frühjahrs weiter zu kompensieren. Mit Hilfe von Fördermitteln wurde die AKTION in den Quellmärkten Berlin und Sachsen umfangreich beworben. Über den Tagesspiegel wurde eine 16-seitige Herbst-Familienbroschüre als Beilage und im Digitalabo verbreitet. Ströer warb in Berlin und Dresden auf Großflächen (A1 bis 18/1 Plakete) für die AKTION. Die Online-Werbung der Performance-Kampagne erzielte über 6,2 Millionen Einblendungen und mehr als 55.000 Klicks auf der Landingpage. Der Gäste-Newsletter zur AKTION wurde von 4.200 Empfängern geöffnet. Neben einer Pressemitteilung wurden Veröffentlichungen in den sozialen Medien und im TMB-Newsletter realisiert. Für die Ausstellung der Freitickets wurde ein neuer Ticketshop aufgesetzt, der zukünftig auch für weitere Angebote Verwendung finden soll. Mit der Einstufung Berlins als Risikogebiet und den harten Einreisebestimmungen von Mecklenburg-Vorpommern setzte eine Stornierungswelle ein, so dass die Aktion leider hinter den Erwartungen zurück blieb. Auch das in die AKTION integrierte Event „48 Stunden“ musste kurzfristig entfallen.



Die Broschüre der AKTION wurde in einer Auflage von 75.000 Stück (plus Digital-Abo) im Tagesspiegel beigelegt.



Moderator Guido Cantz präsentierte aus der Mecklenburgischen Seenplatte die diesjährige Sommer-Ausgabe von „Verstehen Sie Spass?“

TV-Ausstrahlungen

Eine großartige Fernsehpräsenz erhielt die Mecklenburgische Seenplatte im Rahmen der Ausstrahlung des **„Verstehen Sie Spaß“-Speziels** am 22.08.2020 zur Primetime um 20.15 Uhr in ARD und ORF. Die Ausstrahlung erreichte durchschnittliche 13,2 Prozent Marktanteil für Das Erste (ARD). Insgesamt waren 3,13 Millionen Zuschauer dabei. Ein schöner Werbeeffect entstand auch, da mehrere Tageszeitungen die Ausstrahlung der Sondersendung mit einem Zitat von Guido Cantz „Das ist eine Region in der ich noch nie war und die mich begeistert hat.“ ankündigten.

In der dreistündigen Sendung wurde die Mecklenburgische Seenplatte von Guido Cantz in 25 Einspielern vorgestellt und die 25 besten Clips des letzten Jahres anmoderiert. Drehorte waren Waren (Müritz), Röbel/Müritz, Ulrichshusen, Neubrandenburg, Neustrelitz, die Schlossinsel Mirow und das Seerosenparadies bei Granzow. Wir hatten die Produktion von Anfang an begleitet und bereits Anfang des Jahres eine Übersicht mit möglichen Locations an die Produktionsfirma gegeben.

Die Ausstrahlung des Sat.1 Reisemagazins **„Grenzenlos - Die Welt entdecken“** am 01.08.2020 um 19 Uhr erreichte 0,4 Millionen Zuschauer. Das youtube-Video der Sendung hat bereits über 50.000 Aufrufe erzielt. Die Moderatorin Annett Fleischer entdeckt für Grenzenlos die Mecklenburgische Seenplatte und war dafür zwischen Bärenwald Müritz und Nationalpark unterwegs.

Die sympathische Moderatorin Marina Wenk war für einen Beitrag für die ZDF-Sendung **„Volle Kanne“** mit Gabriele Haack auf dem Campingplatz im Naturferienpark Müritzparks unterwegs. Danach ging es noch mit dem Kanu auf den Bolter Kanal. In Waren (Müritz) traf sie Günter Rhein und im Müritz-Nationalpark ging es in den frühen Morgenstunden mit Dr. Matthias Hellmund zur Kranich- und Tierbeobachtung.

Podcasts

Der Journalist Alexander Tauscher war im Mai zwischen Waren (Müritz), Neustrelitz und Wesenberg mit dem Fahrrad und Zug für seine Sendung **Radioreise** unterwegs. Er lässt in seinem Podcast u.a. von einem Naturführer, Kapitän und Fischer die Region beschreiben und produzierte damit eine bunte Sendung, die auf allen gängigen Plattformen heruntergeladen werden kann.

Anfang Oktober war das lustige Gespann Ingo und Alex in Waren (Müritz), um eine neue Folge für den Bahn-Podcast **„Treib gut! Entdecke MV mit Ingo & Alex“** zu produzieren. Die beiden Moderatoren treffen in ihrem Podcast verschiedene Protagonisten, die sie zu den nächsten Stationen schicken. Los ging es mit einer Tour um den Tiefwarensee, anschließend waren sie im Brauhaus Müritz, und der Ausflug endete im Müritzeum. Seit Ende Oktober ist die Folge neben weiteren Berichten aus Teterow und Kratzburg online.

Gruppen-Pressereise

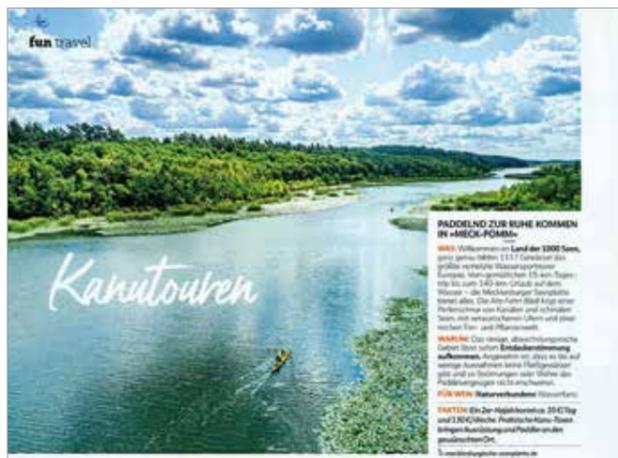
Anfang Oktober fand die **Pressereise „Grünes Jubiläum“** zu Nachhaltigkeit, Müritz rundum und Nationalpark statt. Aufgrund der zunehmenden Zahl von Risikogebieten mussten einige Teilnehmer absagen, so dass wir die Reise in kleinem Rahmen mit drei Journalisten durchgeführt haben. Diese schreiben für Touristik aktuell, Frankfurter Neue Presse und ARCD Magazin. Die Unterkunft wurde von Maremüritz in Waren gesponsert. Highlights der Reise waren eine geführte Radtour mit Dr. Matthias Hellmund vom Müritz-Nationalpark in Kombination mit der Nationalparklinie, der Besuch des Müritzhofs von Familie Knust in Sembzin und die Verkostung ihrer Erzeugnisse in der Genusswerkstatt im Golfclub Fleesensee sowie der Besuch des Heilwalds mit dem Waldtherapeuten Michael Brosemann in Plau am See.

Individuelle Pressereisen

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

- Vom 25.-28. Mai waren Britta Smyrak (www.looping-magazin.de) und Beatrice Anton (www.reisezeilen.de) auf dem Wasser unterwegs - erst mit einem Hausboot und anschließend mit einem Kanu.
- Ende Juli war eine Journalistin von **Bild der Frau** für eine Familienpressereise in der Mecklenburgischen Seenplatte. Sie übernachtete im Gutshaus Pohnstorf, besuchte die Ivenacker Eichen und das Schloss Kummerow. Anschließend war die Familie im Ferienpark Müritz und erkundete den Müritz-Nationalpark.
- Ein **Tagesspiegel** Redakteur bereiste mit seiner Familie die Mecklenburgische Schweiz und besuchte den Baumkronenpfad.

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



In der Ausgabe vom 01.06.2020 stellte die **Fit for Fun (Auflage 159.000)** unter dem Titel „Einmalige Abenteuer“ das Kanurevier Mecklenburgische Seenplatte als einen von dreizehn Outdoor-Tipps vor.

Presseartikel (Auswahl)

Das Interesse an deutschen Reisezielen schlägt sich auch im Presseclipping nieder. Noch nie wurde so viel über die Mecklenburgische Seenplatte berichtet wie dieses Jahr. Spitzenreiter sind die Themen Hausboot und Camping.

- In den **Fernsehzeitschriften Funk Uhr, Bild Woche und TV neu** ist ein ausführlicher Artikel zum Thema Pilgern in der Mecklenburgischen Seenplatte erschienen.
- In der **Fit for Fun (Auflage 159.000)** ist ein Artikel zu Kanufahren in der Seenplatte erschienen.
- In der **Bild der Frau (Auflage 620.000)** wurde die Müritz als einer der fünf schönsten Seen Deutschlands vorgestellt.
- In der **Auf einen Blick (Auflage 650.000)** wurde der Fleesensee als eines von vier innerdeutschen Reisezielen vorgeschlagen.
- In der Fernsehzeitschrift **prisma (Auflage 1,6 Mio)** ist ein Artikel zu „Urlaub machen am See“ erschienen. Dafür haben wir Text und Bild für die Mecklenburgische Seenplatte geliefert.
- Im **Magazin Outsidés der Süddeutschen Zeitung (Auflage 50.000)** ist ein erlebnisreicher Artikel zu Kanufahren in der Seenplatte erschienen. Der Autor war letztes Jahr zu einer Pressereise hier.
- In mehreren Tageszeitungen, darunter das **Hamburger Abendblatt (Auflage 77.000)**, ist ein Artikel zum Fridolinwanderweg erschienen.
- Im **Magazin Chip Foto + Video (Auflage 36.000)** wird die Mecklenburgische Seenplatte mit Text und Foto als Spot für Tierfotografen (Kraniche, Seeadler) empfohlen.
- Im **PLAYBOY (Auflage 109.000)** gab es einen Artikel zu Heimaturlaub. Für den Aufmacher waren die Redakteure mit einem Hausboot in der Seenplatte.
- In **Clever Reisen (Auflage 45.000)** sind gleich mehrere ausführliche Artikel zu den Themen: Urlaub am See, Nationalpark und Hausboot mit Textarbeiten und Bildern von uns erschienen.
- In der **TV direkt (Auflage 865.000)** und der Hörzu (Auflage 911 000) sind Artikel zur Seenplatte erschienen.
- In der **Super Illu (Auflage 150.000)** erschien ein Artikel über die Schweizen mit dem Mecklenburgischen Rötelsberg.
- Ein Journalist, der letzten Jahr bei uns auf Recherchetour war, hat einen Artikel über Kanu- und Radfahren in der Seenplatte bei mehreren Tageszeitungen (u.a. **Sächsische Zeitung, Kölner Rundschau, Kölner Stadtanzeiger, WAZ, Westfälische Rundschau, Westfalenpost, Osnabrücker Zeitung**) veröffentlicht.



Der Artikel „Sieben Tage Sommerglück“ erschien am 30.06.2020 im Magazin Outsidés (Auflage 50.000) der Süddeutschen Zeitung.



In der **Funkt Uhr (Auflage 316.000)** erschien am 30.04.2020 der Artikel „Pilgern entlang der Mecklenburgischen Seenplatte“.





Dank der Alpakas wanderten auch die Kids von Reporterin Moni Kaußen gerne

MECKLENBURG-VORPOMMERN

Sehnsucht nach der Seenplatte

600 Kilometer Wasserstraßen locken zu einer Boots-Tour (kein Führerschein nötig) durch das Land der 1000 Seen. Aber auch mit dem Rad, zu Fuß oder mit dem Alpaka lässt sich die einmalige Natur erleben

Manchmal muss man wohl dazu gezwungen werden, einen Augenblick innezuhalten. Und wenn „Helmut“ sich lieber auf dem Gras wälzt, als mit uns weiter zu spazieren, atmen wir einfach tief durch. Diese Ruhe mitten in der Natur, der grandiose Ausblick auf den Naturpark Mecklenburgische Schweiz

und die süßen Knopfaugen von Alpaka „Helmut“ – so fühlt sich Erholung an! Unsere Alpaka-Wanderung (50 Euro pro Familie) haben wir auf Gut Pohnstorf (bei Teterow) gestartet. Der liebevoll restaurierte Hof ist eins von Hunderten Guts- und Herrenhäusern, die die Landschaft der Seenplatte prägen. Abseits von den schönen, aber teils auch wuseligen

Seestädtechen wie Waren an der Müritz können wir hier neue Energie tanken. Einziger Wermutstropfen: Zu einem der 1117 Bade- und Angelseen müssen wir erst fahren.

Mit dem Boot ins Seerosenparadies

Direkt neben dem Schloss Mirow starten wir mit der „Blau-Weißen-Flotte“ zur Bootstour (Erw. 17 Euro, Kinder 8,50 Euro) ins Seerosenparadies. Vom Wasser aus ist die Landschaft tatsächlich noch schöner. „Wir waren zwischen dem Kummerower See und der

Peene unterwegs. Bruchwälder ziehen vorbei. Die ehemaligen Torfstiche sind Naturparadiese für Vögel. Ein Traum!“, erzählt Christin (38), die mit Mann, Sohn Friedrich und den Großeltern auf dem Hausboot urlaubt. Wohin jetzt? In den Wald des Müritz-Nationalparks hinein oder ans Wasser? Der Magen gewinnt und wir lassen den Tag am Angelhof „Bolter Schleuse“ bei einer frisch geräucherten Forelle ausklingen. Hach, an diesen Platz werden wir uns sicher noch häufig zurücksehen.

MONIKA KAUSSEN



Am 28.08.2020 erschien die Reisereportage „Sehnsucht nach der Seenplatte“ auf einer Doppelseite in der Bild der Frau (Auflage 553.000).

Im Bistro „Plawe“ bei Plau am See können die Gäste aus 60 Kaffeespezialitäten wählen. Den Blick auf die historische Hubbrücke gibt's gratis dazu

Mal vormerken

Haustierpark Lelkendorf
Urig mit toller Mission: Hier werden vom Aussterben bedrohte, regionale Nutztierassen erhalten.
• TIPP: Den Walderlebnispfad neben der Pferdekoppel ausprobieren, er ist spannend für Kinder.

Baumkronenpfad
Im Ivenacker Tiergarten mit den 1000-jährigen Eichen kann man durch die Baumkronen zum 40 Meter hohen Aussichtsturm steigen und den Panoramablick genießen.
• TIPP: Das Damwild vom Barockpavillon aus beobachten.
Weitere Infos: www.1000seen.de

Fotos: getrad, Okasha, Christin Druahl, Gut Pohnstorf, Alamy, Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern

Guck mal, Opa, ist das ein Fisch?

Eine Hausboot-Tour gefällt jeder Generation! Hier angelt Friedrich mit seinem Opa

Die bunten Bootshäuser direkt an der Peene bei Neukalen können teilweise gemietet werden

Wie aus dem Märchenbuch: der malerisch verwilderte Schweingartensee im Müritz-Nationalpark

Übernachtungstipp: Im Garten und in den hübschen Wohnungen von Gut Pohnstorf findet jeder Ruhe (www.gut-pohnstorf.de)

Gut zu wissen

• In der Mecklenburgischen Schweiz gibt es viele Guts- und Herrenhäuser. Besonders eindrucksvoll ist Schloss Kummerow. Kurz vor dem Einsturz wurde es 2011 von einem Berliner Kunstsammler gekauft und so restauriert, dass die Spuren der Vergangenheit noch zu sehen sind. Im Inneren werden Fotoausstellungen gezeigt.

Die Darstellung in der auflagenstärksten Frauenzeitschrift Europas entspricht einem Mediawert von 100 000 €.



Der Partner-Messestand der Mecklenburgischen Kleinseenplatte wurde durch unseren Tourismusverband gebrandet und angeschafft.

Messen und Promotionaktionen mit Partnerbeteiligung

Die Messesaison konnte nicht vollständig absolviert werden. Coronabedingt kam das gesamte Messegeschehen ab März zum Erliegen, so dass einige der geplanten Messeauftritte (u.a. die ITB Berlin) nicht durchgeführt werden konnten.

Dennoch wurde die Marke Mecklenburgische Seenplatte im Kalenderjahr 2020 auf insgesamt 93 Messetagen 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) 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 und auf die realisierte Messepräsentation der gemeinsamen Wasserregion „Brandenburgische und Mecklenburgische Seenplatte“ auf der boot in Düsseldorf gelegt. Am Gemeinschaftsstand präsentierte sich die Mecklenburgische Seenplatte bereits zum dritten Mal in Folge.

Termin	Messe	Tage	Ort
04.01. - 06.01.	Reisemesse Magdeburg	3	Magdeburg
09.01. - 14.01.	Sechs-Tage Rennen Bremen	5	Bremen
10.01. - 12.01.	Touristik Bad Salzuflen	3	Bad Salzuflen
11.01. - 19.01.	CMT Stuttgart	9	Stuttgart
17.01. - 26.01.	Grüne Woche Berlin	10	Berlin
17.01. - 19.01.	Reisemesse Zwickau	3	Zwickau
18.01. - 26.01.	boot Düsseldorf	9	Düsseldorf
25.01. - 26.01.	Reisen & Freizeit Münster/Osnabrück	2	Münster/Osnabrück
29.01. - 02.02.	ABF Hannover	5	Hannover
31.01. - 02.02.	Dresdner Reisemarkt	3	Dresden
Feb 20	ADFC Radsonntag Hamburg	1	Hamburg
Feb 20	Tourismugalerie Sewekow	1	Sewekow
05.02. - 09.02.	Reisen Hamburg	5	Hamburg
14.02. - 16.02.	Ferien- und Freizeitmesse	3	Cottbus
15.02. - 23.02.	Haus, Garten, Freizeit Leipzig	9	Leipzig
19.02. - 23.02.	f.re.e München	5	München
21.02. - 22.02.	Reise- & Freizeitmesse	2	Berlin/Wildau
26.02. - 01.03.	Reise + Camping Essen	5	Essen
26.02. - 01.03.	Freizeit Messe Nürnberg	5	Nürnberg
28.10. - 01.11.	Touristik & Caravan	5	Erfurt
Summe		93	

Printprodukte

Neben den saisonalen Printprodukten Ansommern und Indian Summer werben das Reisemagazin, die Urlaubs-Tipps und die Urlaubskarte 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 **Urlaubs-Tipps**, als auch die **Urlaubskarte** dienen ebenfalls der Freizeitgestaltung und Orientierung vor Ort.



Kampagnenbroschüren 2020: Ansommern, Indian Summer, Natururlaub

Content-Produktion

Am 12. Juni 2020 wurde am Strand in Boek ein humorvoller **Imagefilm** mit Olaf Schubert und Julia Keiling gedreht. Der Film soll zwei Kernbotschaften vermitteln: 1. Urlaub in schönster Natur und 2. Erreichbarkeit durch umweltfreundliche Anreise ganz ohne Auto.

Die Ausspielung des Spots wurde coronabedingt ins kommende Jahr verschoben.



Die Kooperation aus den drei großen Umweltverbänden (BUND, NABU, VCD) und der Deutschen Bahn hat für ihre 23 **Fahrtziel Natur** Gebiete, den Fotografen Paul Meixner verpflichtet, alle Gebiete zu fotografieren. Diese **Fotos** werden die alleinigen Bilder sein, die für die zukünftige Kommunikation von Fahrtziel Natur verwendet werden. Im Fokus standen die Sonnenauf- und -untergänge, um besondere Lichtstimmungen einzufangen.

Am 20./21. September war Paul Meixner in und um den Müritz-Nationalpark herum unterwegs. Wir haben nebelige Sonnenaufgänge und feuerrote Sonnenuntergänge erlebt. Das Licht war an den beiden Tagen perfekt. Dadurch konnten zahlreiche Aufnahmen mit verschiedensten Stimmungen entstehen. Laut Aussage von P. Meixner zählt die Seenplatte zu den Gebieten mit den meisten Fotos, da hier das Licht 48 Stunden lang die Landschaft bestens in Szene setzte.



Online-Portale

Kampagnen-, Themen- und Regionseiten

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. Reichweitenstarke **Performance-Kampagnen** realisierten wir in dieser Form u.a. für die Intercity-Verbindung aus Dresden und für die HERBST-FERIEN AKTION.

Als **Online-Dienstleister** realisierten wir den Relaunch des touristischen Webauftrittes des Erholungsortes Göhren-Lebbin. Mit der von uns entwickelten Systemlösung konnte eine schnelle Umsetzung des Projektes erfolgen.



Screenshot der neue Website goehren-lebbin.com

Im Rahmen des Strategiefond-Projektes **„Unterwegs 3.0“** wurden die Veranstaltungsangebote der Nationalen Naturlandschaften der Mecklenburgischen Seenplatte umfangreich digitalisiert und mit neuen Merkmalen für eine übersichtlichere Darstellung und bessere Filtermöglichkeiten ausgestattet. Die umfangreichen Funktionen des „Online-Concierge“ sollen zum Saisonstart 2021 ausgerollt werden und eine wertvolle Unterstützung im Gästeservice darstellen.



Veranstaltungsübersicht auf mecklenburgische-seenplatte.de

Online-Statistik

Auf unseren Online-Portalen konnten in den vergangenen 12 Monaten (Stand 31.10.2020) insgesamt **1.992.339 Besuche** statistisch erfasst werden. Das entspricht einem **Anstieg von 70,5 %** im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Die Besuche verteilen sich wie folgt auf die Portale:

mecklenburgische-seenplatte.de	1.617.028 Besuche
mecklenburgische-schweiz.com	230.388 Besuche
1000seen.de/kummerowersee	24.761 Besuche
1000seen.de/ansommern	14.050 Besuche
1000seen.de/herbst	67.063 Besuche
mueritz-rundum.de	39.049 Besuche

Besuche:	mecklenburgische-seenplatte.de		mecklenburgische-schweiz.com	
	11.2018 - 10.2019	11.2019 - 10.2020	11.2018 - 10.2019	11.2019 - 10.2020
November	30.411	39.054	9.813	9.656
Dezember	30.079	89.467	7.248	9.422
Januar	82.011	65.301	10.839	11.442
Februar	80.005	96.185	9.405	10.322
März	52.033	67.388	11.780	7.967
April	64.978	62.739	14.297	9.750
Mai	74.636	212.709	16.663	25.657
Juni	96.308	258.471	17.755	34.093
Juli	134.606	255.155	21.916	37.921
August	103.107	225.262	19.560	31.323
September	83.625	143.830	12.692	26.015
Oktober	49.764	101.467	10.640	16.820
Gesamt	881.563	1.617.028	162.608	230.388

Nach dem Lockdown im April erhöhte sich die Nachfrage auf den Online-Medien des Verbandes sprunghaft. Der Juni 2020 war mit 258.471 Besuchen auf mecklenburgische-seenplatte.de der mit Abstand absolute **Rekordmonat** seit Beginn unserer Online-Statistik. Der bisherige Spitzenwert lag bei 134.606 Besuchen im Juli 2019. Auch der neue **Tagesrekord** fällt in den Juni 2020: 15.512 Besuche wurden am Sonntag 14.06.2020 gezählt.

Die höchsten **innerdeutschen Nutzungszuwächse** gegenüber dem Vergleichszeitraum November 2018 bis Oktober 2019 weist die Online-Statistik für Nutzer aus Sachsen (+232,7%), Hamburg (+217,4 %) und Baden-Württemberg (+101,3 %) aus. Die meisten Nutzer kamen aus Berlin:

Bundesland (Standort des Nutzers)	Nutzer
Berlin	197.964
Nordrhein-Westfalen	161.292
Sachsen	135.193
Mecklenburg-Vorpommern	110.701
Bayern	100.781

Die größte Bedeutung für den Traffic von mecklenburgische-seenplatte.de nahmen dabei die **Suchmaschinen** ein, über die 69,0 % der Besuche akquiriert wurden. Der Anteil neuer Nutzer auf dem Portal lag bei 85,6 %. Die Nutzung mit Mobilgeräten betrug 54,3 %. (Desktop 35,7 %).

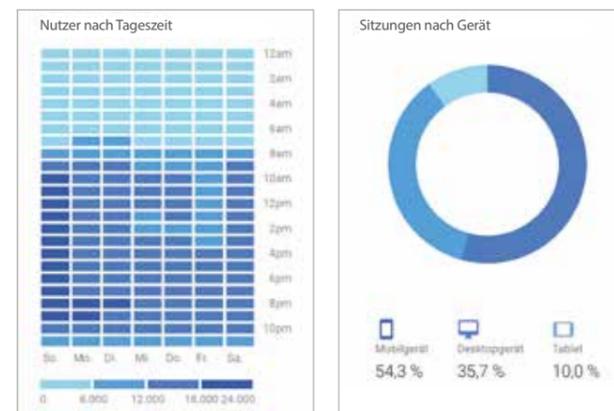
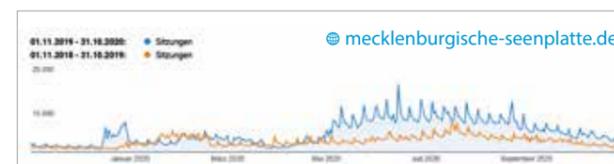
Die beliebtesten Online-Themen der letzten 12 Monate sind:

Themenseite	Aufrufe
Hausbooturlaub	227.509
10 gute Gründe für Ihren Seenplatte-Urlaub	140.804
Coronavirus	134.520
Campingurlaub	92.527

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
Reisemagazin 2020	68.403
Gastgeber Müritz plus 2020	56.125
Broschüre „Familienurlaub“	49.538
Broschüre „Ansommern 2020“	32.854
Broschüre „Indian Summer 2020“	32.083
Gastgeber Kleinseenplatte 2020	24.162
Camping-Handbuch 2019/2020	6.001
Urlaubs-Tipps 2020	5.017
Veranstaltungskalender „Unterwegs 2020“	4.839



Unser Top-Beitrag 2020 auf facebook: Das „Making of“ der TV-Produktion „Verstehen Sie Spaß“ wurde 50 Mal geteilt und erreichte 19.319 Personen.

Soziale Medien

Eine wachsende Wahrnehmung erfahren wir weiterhin in den sozialen Medien:

Kanal	Abonnenten
facebook.com/1000seen	29.926
instagram.com/1000seen	1.913

Gäste-Newsletter

Ausgebaut wurde zudem das Newslettermarketing. Mit aktuell 18.306 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 25 und 36 %.

Datum	Thema	Öffnungen
30.11.2019	Winterurlaub	4.526
29.12.2019	Neues Jahr - neue Reise	4.872
01.02.2020	Winterferien 2020	4.629
29.02.2020	Frühlingserwachen	4.282
11.04.2020	Fernbeziehung	5.452
18.04.2020	#Seenplatteimkopf	5.591
29.05.2020	Herzlich willkommen zurück!	6.076
28.06.2020	Natururlaub	5.600
30.08.2020	Aktivurlaub	5.873
27.09.2020	Herbstferien Aktion	4.454



BÄRENWALD Müritz

Ein Tierschutzprojekt von VIER PFOTEN



TÄGLICH GEÖFFNET
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

