

Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V.

TOURISMUS- BERICHT 2022/2023



Mecklenburgische
Seenplatte

Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V.
Mitgliederversammlung am 15.03.2023

MV 
tut gut.

Mecklenburg-Vorpommern

Gliederung

Tourismusbericht 2023

1. Daten, Zahlen, Fakten

1.1. Statistiken

2. Gesichter

- 2.1. Vorstand – Mitglieder
- 2.2. Vorstandsarbeit
- 2.3. Marketingausschuss und Urlaubsmarke
- 2.4. Geschäftsstelle – Mitarbeiter und Zuständigkeiten

3. Verbandsarbeit

- 3.1. Mitgliederkommunikation
- 3.2. Netzwerke
- 3.3. Destinationsmarketing
 - 3.3.1. Eigene Medien
 - 3.3.2. Marketing 2022
 - 3.3.3. Marketing 2023
- 3.4. Presse, Pressereisen, TV-Produktionen
- 3.5. Messen
- 3.6. Seminare
- 3.7. Mobilität

4. Herausforderungen 2023

- 4.1. Tourismusgesetz
- 4.2. Tourismusakzeptanz
- 4.3. Gästezufriedenheit

IMPRESSUM

Herausgeber:

Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V.

Turnplatz 2 · 17207 Röbel/Müritz

Tel. +49 (0) 39931 538-0

Fax +49 (0) 39931 538-29

info@mecklenburgische-seenplatte.de

www.mecklenburgische-seenplatte.de

Herstellung:

STEFFEN MEDIA GmbH · Friedland | Usedom

Redaktionsschluss: 9.3.2023

Erscheinungsdatum: 15.03.2023

Auflage: 400 Stück

Hinweis: Ein Großteil der im Tourismusbericht 2023 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.





Grußwort

Liebe Mitglieder, liebe Freunde,

anlässlich der Mitgliederversammlung lassen wir mit dem Tourismusbericht das Jahr 2022 Revue passieren und schauen noch mal auf die großen Themen. Sinnbild für unsere Region ist das Wasser. Darin gibt es keinen Stillstand, sondern immer Bewegung. Die Dinge sind sprichwörtlich im Fluss. In den letzten Jahren steckte unser Verband aber bisweilen an der ein oder anderen Schleuse fest. Das soll sich wieder ändern. Wir möchten mit Ihnen ins Gespräch kommen, wieder zuhören, Erwartungen, Wünsche und Ideen aufgreifen. Weil wir gemeinsam wissen, dass wir nur gemeinsam vorankommen. Nur in guter Teamarbeit können wir unser Ziel erreichen: Eine starke Urlaubsmarke Mecklenburgische Seenplatte weiter auszubauen.

2022 haben wir im Destinationsmarketing auf die Einführung des 9-Euro-Tickets mit einer Kampagne reagiert, mit Ansommern und Indian Summer die Nebensaison beworben und mit der MV-Kampagne zum Thema E-Bike reichweitenstarke Werbung betrieben. Das Reisemagazin hat einen umfassenden Relaunch erfahren. Details dazu finden Sie auf den nächsten Seiten.

Nach dem Ausscheiden von Bert Balke als Geschäftsführer steuert Robert Neidel den Verband mit Bedacht und Zuversicht. Er widmet sich weiterhin den Themen der Digitalisierung, um den Verband zukunftsfähig zu machen. 2023 liegen große Projekte vor uns: Der Grundstein ist gelegt, dass aus MÜRITZ rundum perspektivisch SEENPLATTE rundum wird. Damit das gelingt, braucht es eine starke Gemeinschaft, Mut und Zusammenhalt. Mit der Modellregion haben wir die Chance eine digitale Gästekarte einzuführen, um weiterhin mit anderen Destinationen zu konkurrieren. Auch die lokale Bevölkerung ist eingeladen, im Rahmen der Tourismusakzeptanz-Kampagne den Tourismus der Zukunft mitzugestalten. Themen wie Qualität und Nachhaltigkeit werden uns die nächsten Jahre begleiten. Lassen Sie uns diesen Weg gemeinsam gehen. Wir freuen uns auf den Austausch, die Bewegung und den neuen gemeinsamen Kurs.

1. Daten, Zahlen, Fakten

1.1. Statistiken

Übernachtungen 2022

4.346.290 ÜN

Durchschnittliche Aufenthaltsdauer = 3,8 ÜN

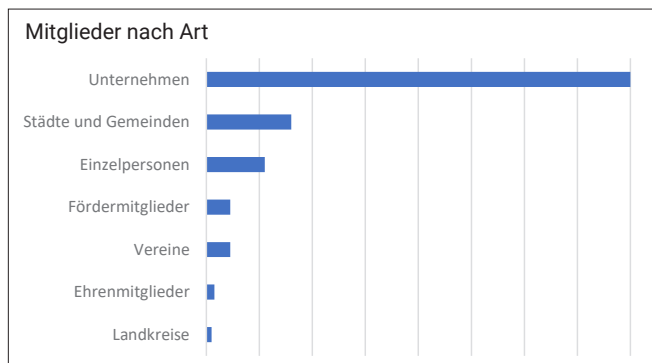
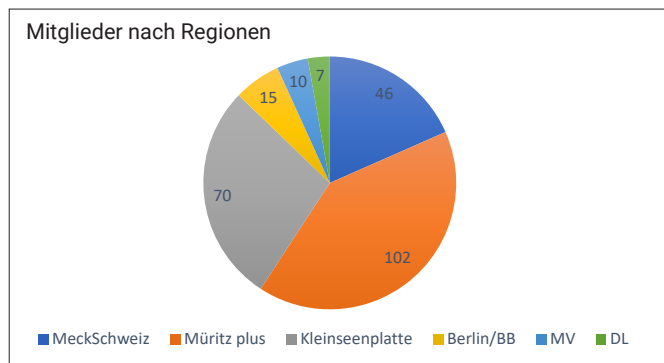
Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern

Vergleichszeitraum 2019

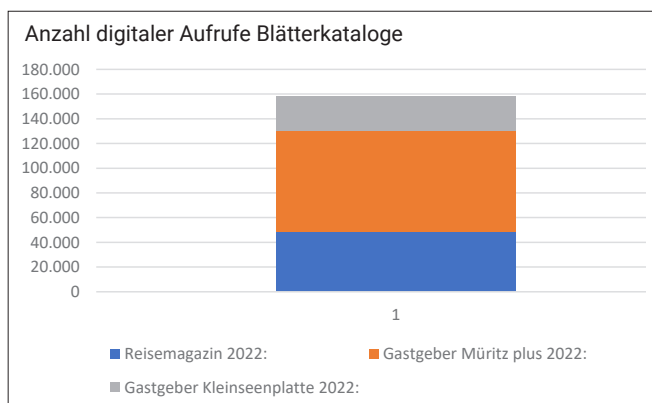
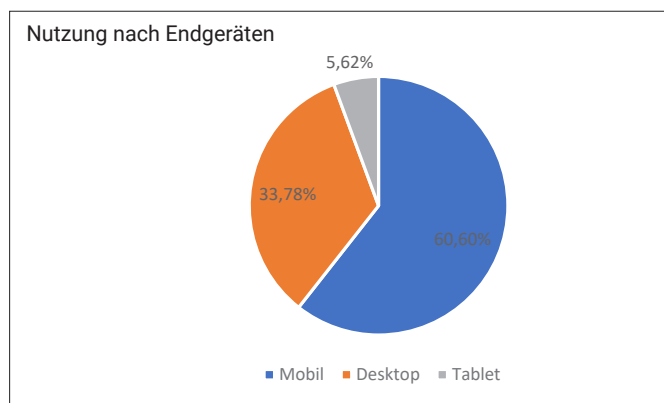
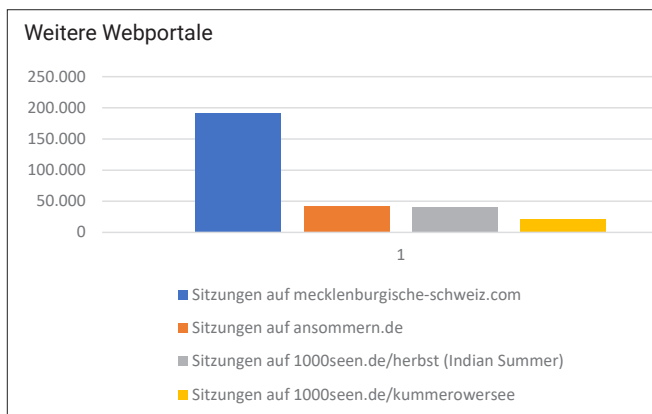
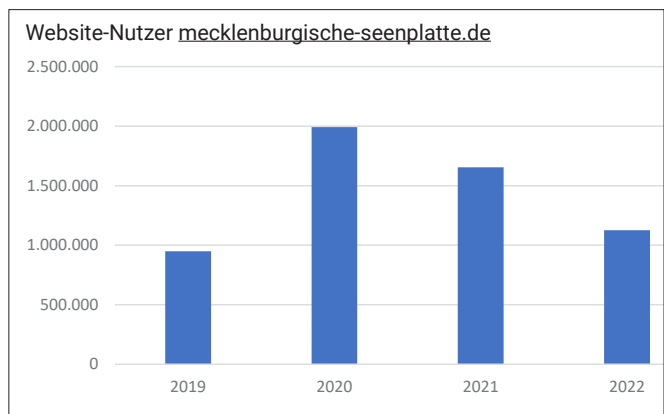
4.706.773 ÜN

Durchschnittliche Aufenthaltsdauer = 3,6 ÜN

Mitglieder



Websites



Über die Nutzer

(mecklenburgische-seenplatte.de)

- 69 % über die organische Suche
- 61 % mit mobilen Geräten (Smartphones)
- 89 % aus Deutschland
- 1:40 min durchschnittliche Sitzungsdauer

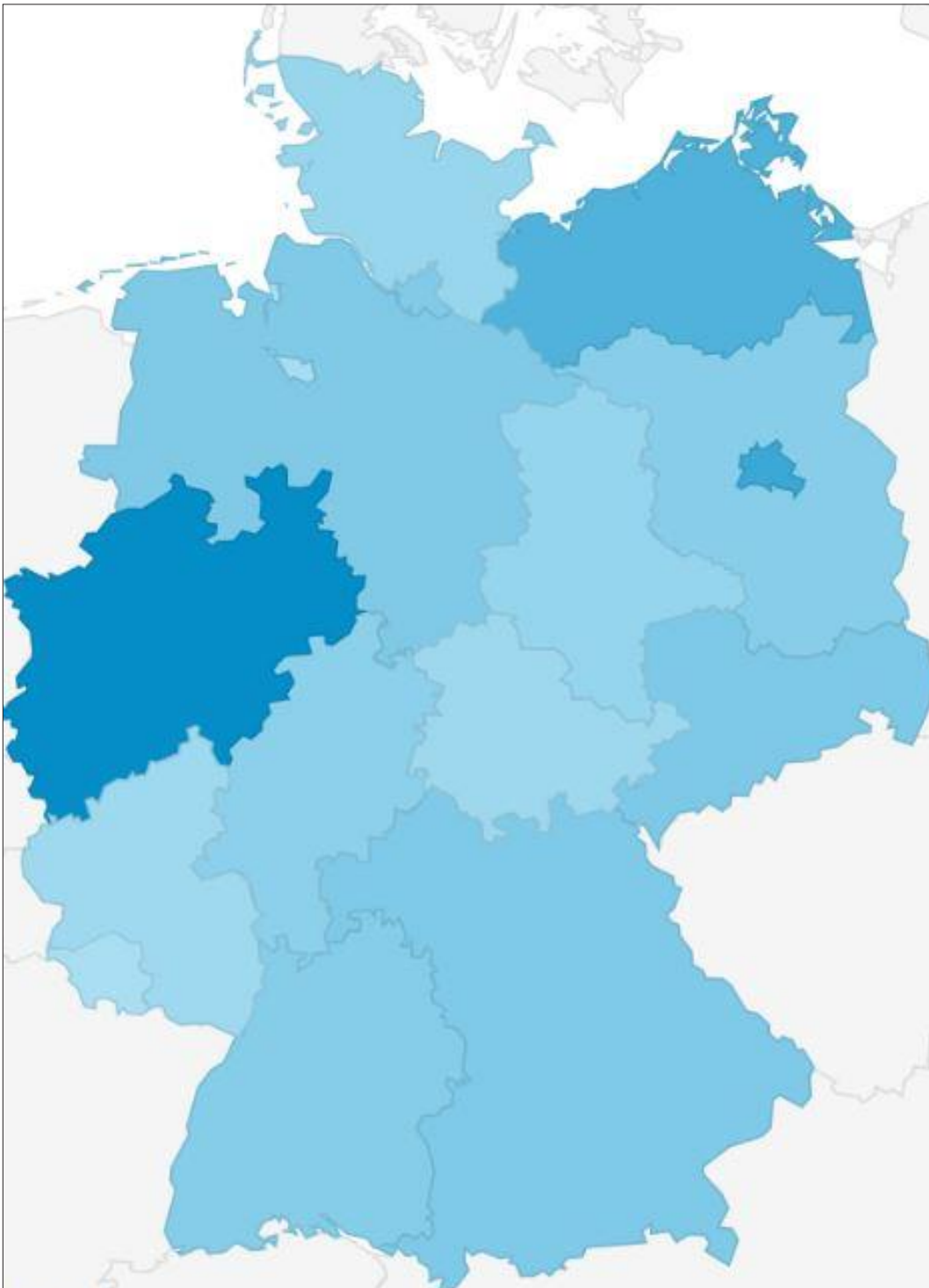
Beliebteste Top 5 Themen:

1. Startseite
2. 10 gute Gründe
3. Hausboot
4. Veranstaltungen
5. Radurlaub

Tourismusmacher.de

- **137 registrierte (freigeschaltete) Nutzer**
- Über 400 Beiträge im Space "Branchenportal"
- Über 600 Beiträge im Space "Coronavirus"
- Weitere Netzwerkthemen in Planung

Nutzer nach Regionen



2. Gesichter

2.1. Vorstand

Der Vorstand besteht aktuell aus 10 Mitgliedern, die im Rahmen der Mitgliederversammlung für die Dauer von 4 Jahren gewählt werden. Die nächsten Vorstandswahlen finden 2025 statt. Auf der Mitgliederversammlung 2023 wird ein neuer Besitzer gewählt.

Wolf-Dieter Ringguth

Vorsitzender, Bürgermeister von Rechlin



Frank Fechner

2. Vorsitzender, Leiter der Volkshochschulen im Landkreis MSE



Winnie Rösner

Leiterin Marketingausschuss, Betriebsleiterin vom Bärenwald Müritz



Weitere Vorstandsmitglieder

Sigune Schmidt-Ulbrich

Schatzmeisterin, Leiterin der Touristinformation in Rheinsberg

Julia Raabe

Vorstandsmitglied, Amtsleiterin des Landkreises Mecklenburgische Seenplatte

Christian Fink

Vorstandsmitglied, Geschäftsführer Wirtschaftsförderung Landkreis Rostock

Franziska Schmidt

Vorstandsmitglied, Sachbearbeiterin Standortmarketing, Tourismus in Neubrandenburg

Andreas Lange

Beisitzer, Bürgermeister von Teterow

Ricardo Reschke

Beisitzer, Inhaber Brauhaus Müritz in Waren (M.)

Thomas Witkowski

Beisitzer, Bürgermeister von Demmin

In beratender Funktion werden der Planungsverband MSE, DEHOGA MSE und der Müritz-Nationalpark in die Vorstandsarbeit eingebunden.

2.2. Vorstandsarbeit

Der Vorstand hat sich 2022 achtmal getroffen.

Themen (Auszug):

- Berichte / Aktuelles aus der Geschäftsstelle / dem Marketingausschuss
 - Neue Beitragssatzung – Umsetzungsschritte zur Vorbereitung der aoMV
 - Aktuelles zum Thema Modellregion
 - Ausweitung Gästekarte
 - Tourismusregion Mecklenburgische Seenplatte
 - Ausschreibung für die Cardplattform (Meldescheinsystem + digitale Gästecard)
 - Ausschreibung eines Tourismuskonzepts
 - Umsetzung eines digitalen Reiseführers (PWA* mit integrierter Gästecard)
 - Konferenz zum Thema Tourismusakzeptanz Seenplatte (am 01.03.2022)
 - Jahresabschluss zum 31.12.2021 (in der Sitzung am 29.06.2022)
 - Aufgabenfelder und Personal der Geschäftsstelle / Führungswechsel in der Geschäftsstelle
 - Terminierung der ordentlichen Mitgliederversammlung 2022 (Verschiebung März 2023)
- (*PWA = Progressive Web App: eine Website, die zahlreiche Merkmale besitzt, die bislang nativen Apps vorbehalten waren)

2.3. Marketingausschuss und Urlaubsmarke

Der Marketingausschuss (13 Personen) hat sich im Jahr 2022 sechsmal getroffen. **Themen** waren der Relaunch des Reisemagazins, die Fortführung der Ansommern-Kampagne, die Vorstellung des Projektes „Brandenburgische Seenplatte“, Marketingideen zum bundesweiten „9-EURO-Ticket“, die Bewerbung der Herbstsaison in Kombination mit Ansommern (Anbaden-Abbaden), Themen für die MV-Kampagne, Marketingideen für 2023. Alle Protokolle sind unter www.mecklenburgische-seenplatte.de/branche/marketingausschuss zugänglich.

Neue Urlaubsmarke

Der TMV arbeitet an einer neuen **Urlaubsmarke**. Als Markenkern wurde **FREIRAUM** definiert. Der Prozess ist noch nicht abgeschlossen, da es gerade noch um Anpassungen in den Regionen geht, damit diese wahrnehmungsstärker hervortreten. In den Regionen werden deswegen noch Workshops veranstaltet.



2.4. Geschäftsstelle – Mitarbeiter und Zuständigkeiten



Robert Neidel kam 2015 zum Verband. Im Oktober 2022 übernahm er als amtierender Geschäftsführer dessen Leitung, nachdem er bereits seit 2019 den Stellvertreterposten inne hatte. Er gestaltet

maßgeblich die strukturellen Verbandsprojekte rund um Modellregion, Mobilität, Tourismusgesetz, -akzeptanz und Digitalisierung mit. Die Kommunikation mit den Touristikern, Vertretern der Gemeinden und Kommunen sowie deren Vernetzung liegt ihm am Herzen.



Christin Drühl ist seit 2016 beim Verband tätig. Ihr Aufgabenspektrum reicht von der Planung und Umsetzung von Marketingkampagnen über Contentproduktion (Bild und Text) bis hin zur Pressearbeit.



Manja Wulf ist seit 2021 hauptsächlich in das Projekt Modellregion involviert. Dort koordiniert sie die Einführung der digitalen Gästekarte mit Mobilität und Freizeitbausteinen und die Abstimmungen mit

allen Partnern und Beteiligten. Sie ist vielen als Netzwerkerin in der Seenplatte bekannt.

Nicole Krauel kümmert sich um alle Büroangelegenheiten. Sie unterstützt das Team seit 2021 und verantwortet alles rund um die Buchhaltung und Mitgliederbetreuung.



Nicole Binias kam als Praktikantin zum Verband und ist seit 2023 fest im Team. Ihr Bereich umfasst Info und Buchung.



Jasmin Altmann unterstützt den Verband seit 2020 mit 10 Stunden/Woche im Bereich Rezertifizierung, Messen und Veranstaltung.



Denise Haker arbeitet seit 2020 im Bereich Contenterfassung für die Onlinemedien. Sie pflegt die Webseiten und die POI-Datenbank.



Sarah Mönnich besetzt seit Oktober 2022 die Stelle der Regionalmanagerin vom TMV. Eine ihrer Hauptaufgaben ist die Organisation von Seminaren im Rahmen der Qualitäts- und

Nachhaltigkeitsoffensive. Sie trägt die Landesthemen in die Region und ist außerdem im Projekt Müritz rundum involviert.

<https://1000seen.de/geschaeftsstelle/>

3. Verbandsarbeit

3.1. Mitgliederkommunikation

Uns ist die Kommunikation mit Ihnen und die Vernetzung untereinander sehr wichtig. Am Ende des Monats informieren wir in unserem **Mitgliedernewsletter** zu allen wichtigen Verbandsthemen. Die Plattform www.tourismusmacher.de dient der Verbreitung touristischer Informationen, außerdem haben Sie die Möglichkeit, mit anderen Branchenvertretern in Kontakt zu treten und sich untereinander zu vernetzen. Kommen Sie gerne auf uns zu und teilen Sie Ihre Anliegen mit uns.
<https://1000seen.de/mitgliederinfos/>

3.2. Netzwerke

RUN e.V.

Mit dem RUN-Netzwerk wurde eine Kooperationsvereinbarung geschlossen. Darin wurde festgelegt, die Netzwerkarbeit zu verstärken, gemeinsam Marketingthemen voranzubringen, bei dem Thema Tourismusort zu unterstützen und die Herausforderungen bei der Mobilität und Markenstärkung - sowohl print als auch online - anzugehen. Des Weiteren führt der Tourismusverband die zweimal jährlich stattfindenden Touristikertreffen fort. Das nächste Treffen wird vsl. am 19. April im Fritz-Reuter-Literatur-Museum in Stavenhagen stattfinden.

Marketingnetzwerk Mecklenburgische Schweiz

Mindestens einmal jährlich trifft sich das Netzwerk, um Interessen auszuloten, gemeinsame Marketingthemen zu definieren und Kampagnen zu planen. In Zusammenarbeit mit dem TV MSE wird ein Gastgeberverzeichnis erstellt.

Müritz-Nationalpark-Partner

Das 2005 gegründete Netzwerk hat derzeit 45 engagierte Nationalpark-Partnerbetriebe und wird durch den Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V. im Marketing unterstützt. Einmal jährlich trifft sich das Netzwerk. 2022 ging es vorrangig um zwei Themen: die Rolle von Online-

Bewertungen und Freiwilligeneinsätze in der Natur als Urlaubsform. Im Bereich Marketing entstehen in enger Abstimmung mit den Mitarbeitern vom Nationalpark Ideen für weitere Videoproduktionen. Ein Video zum Kanufahren und eins zu familienfreundlichen Betrieben ist bereits fertig.

QMF - familienzertifizierte Betriebe

2022 wurde die Auszeichnung an 6 neue Betriebe verliehen. 5 davon sind in der Mecklenburgischen Seenplatte angesiedelt:

- Aquafun Fleesensee in Göhren-Lebbin
- „BEECH Resort Fleesensee“ in Göhren-Lebbin
- Kur- und Tourismus GmbH Göhren-Lebbin
- Familien- und Inklusionshotel „QUERLEBEN“ in Mirow
- Kulturquartier Mecklenburg-Strelitz in Neustrelitz

Damit wächst das Netzwerk auf 22 familienzertifizierte Betriebe in der Seenplatte und 95 in ganz MV an. Das Qualitätssiegel dient Urlaubern als Orientierungshilfe. Die ausgezeichneten Betriebe richten ihr touristisches Angebot gezielt nach den Bedürfnissen von Familien aus und erweisen sich zugleich als familienfreundlicher Arbeitsplatz. Innerhalb der Branche finden 1-2 mal jährlich Netzwerktreffen statt, um sich untereinander auszutauschen.



3.3. Destinationsmarketing

3.3.1. Eigene Medien

Gäste-Newsletter:

- 20.000 Abonnenten
- Öffnungsrate ca. 30 %
- Monatlicher Versand

Schwerpunktthemen:

- Jan: Veranstaltungshöhepunkte 2023
- Feb: Ostern
- März: Ansommern
- April: Radeln – neue Rundtouren
- Mai: Nachhaltigkeit/regionale Produkte
- Juni: Die 10 schönsten Badeseen
- Juli: Hausboot und Angeln
- Aug: Indian Summer, Schlösserherbst
- Sep: Wohnmobil (MV-Kampagne)
- Okt: Wellness
- Nov: Weihnachtsmärkte
- Dez: Reiseinspiration

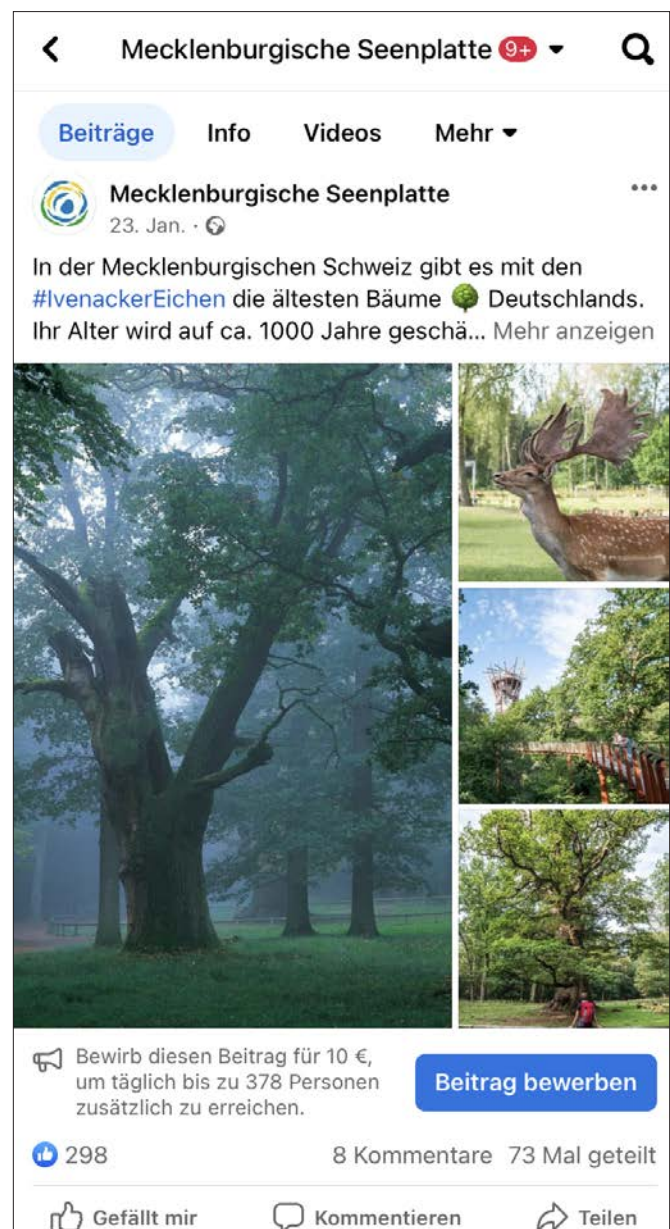
Weitere Themen: Arbeiten auf dem Land (Co-Working), Lost Places, Portraits

Sie haben Anregungen zu einem Thema?
Vermissen etwas oder möchten Input liefern?
Dann freuen wir uns, wenn Sie mit uns in
Kontakt treten: c.druehl@1000seen.de
In jedem Newsletter stehen max. 4
Werbeplätze zur Verfügung. Nutzen Sie
gerne das Umfeld, um auf Ihr Angebot
aufmerksam zu machen. Anfragen gerne an:
c.druehl@1000seen.de

Social Media

Unsere Hauptkanäle sind Facebook (31 300 Follower) und Instagram (3 400 Follower). Beide Kanäle nutzen wir zur Reiseinspiration. Dafür nutzen wir vor allem qualitativ hochwertige und stimmungsvolle Fotos. Bei Facebook posten wir auch Neuigkeiten und Veranstaltungen, die für eine touristische Zielgruppe relevant sind. Auch hier gibt es die Möglichkeit von unserer Reichweite zu profitieren.

Facebook Account



Website

www.mecklenburgische-seenplatte.de auch erreichbar durch den Kurzlink www.1000seen.de ist unser Hauptmedium für umfassenden Content zu allen relevanten Reisetemen. Die Seite wird kontinuierlich ausgebaut.

2022 erfolgte ein Relaunch von www.1000seen.de/radeln. Neben Informationen zum Radwegenetz und einer Aufstellung von Verleihstationen wurden **zahlreiche Tourtipps** (inklusive GPS-Tracks) integriert. 2023 erfolgte ein umfassender Ausbau von www.1000seen.de/wohnmobil.

Die POI-Einträge der Unternehmen, Einrichtungen und Veranstaltungen werden dynamisch bei den jeweiligen Seiten eingebunden, wodurch eine hohe Sichtbarkeit erreicht wird. Prüfen Sie bitte Ihre Einträge auf Aktualität und teilen Sie uns Änderungen gerne mit. Hinzu kommen die Kampagnenseiten www.ansommern.de und www.indian-summer.de, die gezielt die Vor- und Nachsaison bewerben.

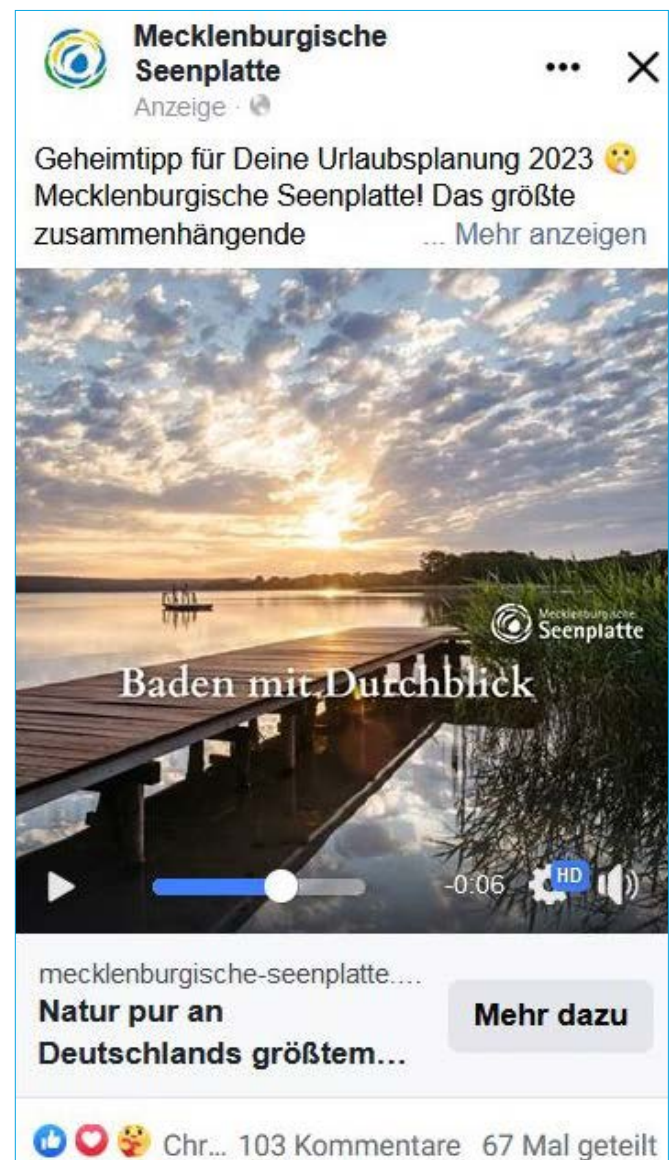
3.3.2. Marketing 2022

ONLINE

Fast 90% der Kontakte aus der Performance-Kampagne werden über Smartphones realisiert. Die Reichweite wird über **Suchmaschinenwerbung** sowie über **Bild-Text-Anzeigen** in Display-Netzwerken und sozialen Medien erzeugt. Die Online-Werbung erreichte **im April über 1,2 Millionen Einblendungen** und mehr als **12.000 Klicks** zur Ansommern-Landingpage. Zusätzlich wurde eine Themenseite mit Tipps für Tagesausflüge im Rahmen des 9-Euro-Tickets integriert. **Remarketing-Anzeigen** sorgen für eine zusätzliche Wahrnehmung bei den generierten Kontakten aus der Online-Kampagne November/Dezember 2021. Hinzu kommen Social Media Bewerbung und Newsletter-Marketing. Für Indian Summer gab es zusätzlich eine Beteiligung an der Herbst-Winter-Kampagne vom TMV.

Online-Kampagne zum Jahreswechsel 2022/23

Mit der Kampagne wurde eine hohe Aufmerksamkeit für die Seenplatte während der Planungszeit für den Urlaub 2023 hergestellt. Anzeigen in sozialen Medien, Suchmaschinen, Display- und Nachrichten-Netzwerken wurden zielgruppenspezifisch **über 30 Mio. mal u.a. an bahnaffine, Familien und Naturinteressierte** ausgespielt. Über die Kampagne wurden **434.397 Aufrufe** zur Landingpage „10 gute Gründe für einen Urlaub“ erzielt.



PRINT

- ganzseitiges Advertorial im Reiseguide DER WELT (Auflage: 133.000 Exemplare, Leserzahl: 508.000 Leser, ePaper Auflage: 21.273 Exemplare, Erscheinungsdatum 1. April 2022)
- halbseitige Anzeige im Tagesspiegel

Magazin Ostsee (Auflage: 13.500
Exemplare, ePaper Auflage: 46.000
Exemplare, Erscheinungsdatum 1. April
2022)

- Anzeige in der „Punkt 3“ zu
Tagesausflügen in die Seenplatte mit dem
9-Euro-Ticket

Printprodukte

2022 erfolgte ein umfassender Relaunch des Reisemagazins für eine bessere Orientierung. Am Anfang werden die Teilregionen mit ihren Städten und Sehenswürdigkeiten vorgestellt und im Anschluss die Urlaubsthemen. Im Magazin werden diese angeteasert und online weitererzählt. Das Magazin wird von den Partnern auf den Messen verteilt und im Postversand verschickt. Die Druckauflage beträgt 30 000 Exemplare. Es ist auch als Blätterkatalog abrufbar.



Urlaubskarte

Ergänzend zum Reisemagazin gibt es die Urlaubskarte. Eine Neuauflage von ca. 50 000 Exemplaren ist für 2023 geplant.

Content-Produktion 2022

In Abstimmung mit Bürgermeistern und Tourist-Informationen wurden (zumeist noch fehlende) Fotos von diversen Sehenswürdigkeiten und Orten aufgenommen, um POI-Einträge, Websites und Kampagnenmedien aufzuwerten. Ende August wurde beispielsweise eine Fotostrecke in Krakow am See produziert.

Kampagne MV 2022

Mit rund 60 beteiligten Partnern aus ganz Mecklenburg-Vorpommern ist die Kampagne MV die **stärkste gemeinsame Marketingmaßnahme** des Urlaubslandes Mecklenburg-Vorpommern. 2022 wurde unter dem Titel "Auf die leichte Tour" ein **Ausflug mit dem E-Bike zwischen Neustrelitz und Mirow** thematisiert. Im Fokus stehen **Paarreisende** außerhalb der Schulferien, die Genuss und Radeln verbinden. Die Kampagne ist crossmedial angelegt, vernetzt, zielgruppengenaue und reichweitenstark geplant. Für eine



zeitgemäße Ansprache potenzieller Gäste und zur Gewährleistung einer guten Evaluierbarkeit erfolgt die Aussteuerung verstärkt digital.

In diesem Zusammenhang wurde die Seite www.1000seen.de/radeln ausgebaut.

Kampagne MV 2023



Auf Tour mit Oma und Opa

Autor: Christiane Würtenberger

*Rehe füttern, Seemuscheln sammeln und im Wald spielen:
Der kleine Friedrich unternimmt im Herbst mit den Großeltern
eine Kurzreise in die Mecklenburgischen Seenplatte*

Die kleine Süßwassermuschel sieht ganz schön zerbrechlich aus. Friedrich hält sie gegen das Sonnenlicht. »Schau mal!«, ruft er fröhlich, »die ist ganz durchsichtig.« Dann packt er seinen neuen Schatz vorsichtig in die Tasche zu den Kastanien. Mit Oma Isolde und Opa Achim sammelt der Fünfjährige Muscheln, Federn und bunte Blätter im Kulturpark am Tollensesee in Neubrandenburg und erkundet die dortigen

Spielplätze. Das Wasser ist stahlblau, ein frischer Wind pustet, aber es ist wunderbar sonnig und ganz klar. Und viel stiller als in der Hauptsaison. Das genießen die drei in vollen Zügen.

Stellplatz mit Seeblick

Seit Kurzem haben Isolde und Achim ein Wohnmobil, mit dem sie auf Tour gehen – und gerne

nehmen sie ab und zu den kleinen Friedrich mit. »An der Mecklenburgischen Seenplatte gibt es tolle Stell- und Campingplätze«, erzählt Isolde, »und im Herbst hat man die freie Auswahl und steht direkt am Wasser.« Dieses Mal hat das Mehrgenerationen-Trio sich Neubrandenburg und Neustrelitz ausgesucht. Nach dem Ausflug in den Kulturpark der Vier-Tore-Stadt geht's zum 30 Meter hohen Aussichtsturm

Das **Reisemobil** rückt bei der Kampagne MV vom TMV in den Fokus. Im Oktober 2022 fand diesbezüglich ein Shooting mit **Oma-Opa-Enkel am Tollensesee und in Neustrelitz** statt. Die familiäre Konstellation und die Jahreszeit wurden bewusst gewählt, um auf die Nebensaison aufmerksam zu machen. Anfang des Jahres startete die Kampagne mit reichweitenstarken Marketingmaßnahmen verstärkt im digitalen Bereich, aber auch in Print. Auf www.1000seen.de/wohnmobil wird das Thema auch umfassend abgebildet.

3.3.3. Marketingmaßnahmen 2023

Kampagne MV 2024

Die Planungen für die nächste Kampagne laufen. Da das Thema sowohl für die Mecklenburgische Schweiz als auch für die Seenplatte gleichermaßen funktionieren sollte, haben sich die Partner

auf das Thema **Gutshaus** geeinigt. Da das kleinste Paket mit Produktion bereits 16 400 € kostet und abzüglich des Kooperationsbudgets immer noch 11 000 € bleiben, sind wir auf starke Partner angewiesen, die uns bei der Finanzierung der Kampagne unterstützen.

Marketingmaßnahmen 2023

Ansommern (bisher realisiert, weitere Maßnahmen folgen)

- halbseitige Anzeige im Tagesspiegel Magazin Ostsee (Auflage: 13.500 Exemplare, ePaper Auflage: 46.000 Exemplare, Erscheinungsdatum 1. April 2023)



Ansommern
in der Mecklenburgischen Seenplatte

ansommern.de
mecklenburgische-seenplatte.de

Mecklenburgische Seenplatte

Zum Natursuchen in die Seenplatte:

- **Anklagen:** 117 Biosphären mit über 200 Naturdenkmalen
- **Angelschein:** Mitzu Nationapark mit UNESCO Weltkulturerbe
- **Angelschein:** das größte, erweiterte Wassersportrevier Europas
- **Angelschein:** Kranke, Enten, See- und Fischadler beobachten
- **Angelschein:** die beste Zeit, um Sterne zu beobachten
- **Angelschein:** Frühjahrskonzerte, Mittsommer-Feiern, Kunst-Offen

Mehr Ansommern-Tipps: © ansommern.de

Schnell, direkt und bequem mit der Bahn erreichbar:

Alle 2 Stunden mit dem IC von Berlin nach Neustrelitz in 62 min und nach Waren (Müritze) in 90 Minuten. Überwachungsstelle sind dank MÜRITZ rundum von April bis Oktober kostenlos vor Ort mobil. Ganzjährig: Das Brandenburg-Berlin-Ticket bis Waren (Müritze) und Neubrandenburg.

Uhrzeitinfo - Katalog - Buchung

Evolutionenverband Mecklenburgische Seenplatte e.V. Torplatz 2, 17207 Ribben/Märzke Telefon: 039331 5380 E-Mail: info@1000seen.de

© 1000seen.de/ansommern © buchsen.1000seen.de

3.4. Presseartikel & Pressereisen, TV-Produktionen

Presseartikel & Pressereisen

Als es in den Jahren 2020 und 2021 große Einschränkungen beim Reisen gab, fokussierten sich auch die Medienschaffenden auf den Inlandstourismus.

Medial war die Seenplatte so stark nachgefragt wie nie zuvor. Bereits 2022 war ein deutlich sinkendes Interesse wahrnehmbar, dass sich auch 2023 fortzusetzen scheint. Nichts desto trotz konnten einige reichweitenstarke Publikationen realisiert werden.

Resultierend aus einer Gruppenpressereise in Kooperation mit dem TMV und dem Reiseveranstalter Wikinger sind zahlreiche Artikel veröffentlicht worden, u.a. in der **tv Hören und Sehen** (Auflage

Im Rahmen einer Pressereise war ein Journalist mit seiner Familie zum Bootsurlaub in der Seenplatte. Der Artikel wurde im März im **Schweizer Magazin Migros** (Auflage: 1,5 Mio. Exemplare) veröffentlicht.

Vielen Dank an alle Partner für die Unterstützung der Reisen.

TV-Produktionen

Die reichweitenstärkste Produktion war „**Wunderschön**“ mit **Judith Rakers**. Die Erstaussstrahlung war am 2. Oktober 2022 um 20.15 Uhr. Der Beitrag ist noch bis zum 2. Oktober 2023 in der WDR-Mediathek abrufbar. Auf youtube wurde die Sendung bereits 183 705 mal geklickt.



Ebenfalls sehr erfolgreich war die Produktion „**Tietjen Camp** mit **Wigald Boning** an der Müritz“. Die Erstausstrahlung war am 26. August 2022 um 21.15 Uhr. Der Beitrag ist noch bis zum 19. August 2024 in der WDR-Mediathek abrufbar. Auf youtube wurde die Sendung bereits 195 807 mal geklickt.

▼ *Auszug aus der tv Hören und Sehen*



Arbeitsplatz im Land hängt am Tourismus. Und Platz genug für alle.

Ein Raunen geht über das Schiffdeck; alle Fernrohrer folgen zwei Seedeads auf ihrem Seejagzug zur Halbinsel Großer Seerich. 30.000 Kanadäer sind hier, um die während ihres Zuges, Nachts schlafen sie im fadenblauen Wasser, weil hier der Fuchs nicht hinkommt, tagsüber läben sie sich auf den abgeernteten Getreidefeldern bei Vipperow.

Zurück zum Palast. Der Herrschaftsdiener, man könnte doch statt Herings auch einen Traummee-Eichflettler in die Larm fermentieren – quasi wie einen Matjes. Nur so als Idee. Und nun serviert er, auf die Spitze getriebenes Gedickel, einen Döner. Ein Döner, das ist ein kleiner Feldberger Kuche, „Fisch im Fladenbrot“. Fisch? Buttertzecher Hecht ist das, mit Salat, Zwiebelringen und Apfelstücken ab in den, sagen wir, Mecklenburger Doner – und du bist fertig. Und der Blick.

Es ist mein Land.



Waren an der Müritz
Mit Unterstützung von Wikinger Reisen und des Tourismusverbands Mecklenburg-Vorpommern war Chefredakteur Thorsten Ehrenberg unterwegs

TV-TIPP
SA 8.30 NDR Landpartie Radmarathon und traumhafte Landschaften: neues von der Mecklenburgischen Seenplatte
TEXT: THORSTEN EISENBERG
FOTO: BERNHARD SCHNEIDER/IMAGES, PESCHTINA; SHUTTERSTOCK, D. P. (2); P. ALLANCE (2); J. J. ALARY; J. M. KIRCHNER/S. H. H.

Im Abenteuerland

Ob Klettermax oder Schlossherr: Für Familien ist die Mecklenburgische Kleinseenplatte ein ideales Revier.



Nah am Wasser: Der Ferienpark Mirow liegt idyllisch am Ufer eines Sees mit dem hübschen Namen Granzower Möschen.

Foto: Ekkehart Eichler

VON EKKHART EICHLER

Siegfried Scheller muss helfen. Der kleine Max kommt nicht mehr vor und nicht zurück. Hilflös hängt er auf dem Seil. Papa und Schwester jeweils fünf Meter entfernt auf einem Baumturm. Runterfallen immerhin kann er nicht, wie jeder Kletterer hier ist er bestens gesichert. „Keine Sorge“, ruft Siegfried, „da gibt’s nen kleinen Trick.“ Und tatsächlich: Ruckzuck ist der Junge wieder auf Spur. Erleichtert und glücklich über diesen Akt der Selbstüberwindung.

Der Wald-Hochseilgarten im Camping und Freizeitpark Havelberge am Wobitzsee ist ein Eldorado für Kletterfans – und Siegfried Scheller gewissermaßen sein Vater. Der frühere Zirkus-Akrobat und Extremsportler hat alle Wege durch die Bäume nicht nur erdacht, sondern auch selbst gebaut. Neun Parcours von ganz leicht bis hellschwer, mit über hundert Elementen: Wippen, Seile, Balken, Netze, Körbe, Schrauben, Räder, Kraft-Teller, Boulder-Griffe. Auf Nummer neun hängt man sogar über Kopf, handelt mit den Füßen und balanciert auf einer Zirkuskugel – aber da lassen wir nur ganz wenige rauf.“

Besonders stolz ist der Chef auf sein Angebot für Familien. Um Eltern und wirklich alle Kinder glücklich zu machen, gibt es hier schon Wege für Klettermaxe ab drei. „Wir staunen immer wieder, wozu Kinder in diesem Alter fähig sind – man muss ihnen nur etwas anbieten.“ Zweiter dicker Pluspunkt: Die Kletterei ist ideal als sozialer Kitt. „Kinder und Eltern machen hier über Stunden etwas zusammen, bei dem sie sich gegenseitig helfen können und manchmal auch müssen.“ Dabei entsteht Bindung, die im Alltags- und Schulstress häufig verloren geht.



Bitte noch etwas Geduld: Nach der Kinderdisco gibt's Stockbrot.



Hoch hinaus: Im Hochseilgarten in Havelberge locken neun Parcours.

Der nächste Tag: Thomas Geyer steuert ein Floß über den Wobitzsee – auch das ein schönes Puzzleteil im Havelberger Familien-Unterhaltungs-Mosaik. Max und seine Leute tuckern an Bord ganz gemütlich zum Fischer nach Wesenberg. Dort tischt Fischers Frau zum Lunch auf, was Fischers Pritze in der Frühe frisch fische und für die Kids – logisch – auch ein paar Lieblings-Leckerlis. Zeit zum Mampfen, Zeit zum Erzählen. Auch übers Familienparadies Havelberge.

Wenn es um die Kernzielgruppe Familien geht, ist Thomas Geyer so etwas wie das Mädchen für alles. Er betreut das Tipi-Dorf, wo Kinder zu Indianern geschminkt, Traumfänger gebaut und Stammesrituale praktiziert werden. Er kümmert sich um das Zirkus-Team, bei dem man Kupelllaufen, jonglieren und Zauberkünste lernen kann. Er ist Teil der Crew, die alle Abend- und Musical-Shows selbst produziert. Mit

eigenen Textbüchern und Bühnenbildern – das ist konkurrenzlos im deutschen Campingbereich. Und er hat ein besonderes Herz für die schwierigste Zielgruppe überhaupt: Teenager zwischen 13 und 17, die oft null Bock haben auf Eltern, auf Geschwister und auf Urlaub mit Eltern und Geschwister schon gar nicht. Diese Muffel bringt Thomas zusammen bei gemeinsamen Chill-Abenden. „Das klappt hervorragend. Und wenn die Kinder glücklich sind, entspannt das auch die Erwachsenen.“

Auch in puncto Sport und Action lässt der mehrfach ausgezeichnete Havelberger Park keine Wünsche offen: Mit Kanuszentrum inklusive Drachenboot, Waldseilgarten und Trampolinanlage, Kinderspielzimmer und Kinderbad, Floß-Abenteuer und Ranger-Touren im nahen Müritznationalpark. „Auch dort wird aus einer vermeintlich oft stinklangweiligen Wanderung in der Regel ein Mega-Spaß“, sagt Geyer.

Juvenile Freude hält sich oft auch bei Schlössern in Grenzen – öde, dröge, fad. Bei Kastellan Ralf Bäßler auf Schloss Mirow läuft das anders. „Wir gehen mit Kindern und Jugendlichen auf Reise zu schrägen Herztönen, mächtigen Witwen und natürlich der Mirower Prinzessin Sophie Charlotte“ – seit 1761 weltberühmt als britische Queen und Namenspatronin der beliebten Paradiesvogelblume Strelitzie.

Das hübsche Barockschloss in wunderbarer Insellage ist das einzige Denkmal, in dem sich die herzogliche Wohnkultur der Mecklenburg-Strelitzer Dynastie erhalten hat. Auf kurzen Erlebnis-Führungen lernen die jungen Gäste zum Beispiel das Gewitzzimmer kennen, das Streublumenzimmer und das gestickte Porzellankabinett. Inklusive zahlreicher Objekte zum Anfassen. Sie dürfen hinter geheime Türen listen und verborgene Kammern entdecken. Und sogar nachts durch die stockdunklen Räume strömen – mit LED-Laternen.

„Genauso wichtig ist es uns, dass sie etwas zu tun bekommen und so den Wert von Arbeit und Kunsthandwerk kennen und schätzen lernen“, erklärt Bäßler. Sei es Feuerschlagen mit Feuerstahl und Zunderschwamm, Gießen und Bemalen von historischem Ofenkacheln, Anfertigen von Gipsstücken und Gipsholzen mit Originalformen aus dem Schloss. Oder die Gestaltung einer Streublumentapete in Originalgröße – zu den Aktionstagen in der Remise ist immer was los.

Nur ein paar Kilometer seeraufwärts wartet am wunderschönen Granzower See das nächste Urlaubsparadies auf seine Gäste: der Ferienpark Mirow. Die kinderfreundliche Anlage hat alles, was ein Seenplatten-Urlaub bieten muss: Direktlage am Badesee, Dampferanleger, Abenteuerspielplatz, Angelteig, Reiterhof, Hallenbad, Saunalandschaft, Pfannkuchenhäuser, Sportanlagen, Kanuslatten und ein wirklich zauber-

haftes Seerosen-Paddelrevier vor der Ferienhaustur.

Für die Bepflegung der lieben Kleinen am Abend sorgt Marketing-Manager Robert Tremmel nach seinem üblichen Tagewerk. Unermüdlich. Im Sommer sieben Tage die Woche. Und jedes Mal mit ganzem Körperinsatz, wenn erst bei der Kinderdisco die Hütte brennt und anschließend beim Stockbrot das Feuer. „Aber was gibt es Schöneres als glückliche Kinder?“

Nicht nur Häuser

- **Anfahrt:** Mit dem Auto von Dresden rund 350 km.
- **Preisbeispiel:** In den Ferienparks Mirow und Havelberge kostet ein Ferienhaus für vier Personen in der Woche vom 2. bis 9. Juli jeweils ab 910 Euro. In Mirow gibt es außerdem ein Aparthotel, in Havelberge auch Mobilheime und Mietwagen.
- **Die Recherche** wurde unterstützt vom TV Mecklenburgische Seenplatte.



► Der Artikel zum Thema Familienreisen erschien in 8 großen Tageszeitungen

3.5. Messen

Die Mecklenburgische Seenplatte ist durch die Partner **Müritz plus, Kleinseenplatte und Weiße Flotte** auf den Messen vertreten. Der Verband stellt das Reisemagazin und die Urlaubskarte zur Verfügung.

Hamburger Hafengeburtstag	16.09. - 18.09.2022
Reisen & Caravan Erfurt	28.10. - 31.10.2022
Reiselust Bremen	04.11. - 06.11.2022
Touristik & Caravan Leipzig	16.11. - 20.11.2022
Berlin Travel Festival	25.11. - 27.11.2022
Tourisma & Caravan Magdeburg	06.01. - 08.01.2023
Reise & Caravaning Chemnitz	13.01. - 15.01.2023
Fahrrad/Reisen/Outdoor/ Fotografie Rostock	13.01. - 15.01.2023
Reisemesse Zwickau	20.01. - 22.01.2023
Reisemesse Dresden	27.01. - 29.01.2023
ABF Hannover	01.02. - 05.02.2023
Reisen Hamburg	09.02. - 13.02.2023
Haus, Garten, Freizeit Leipzig	11.02. - 19.02.2023
Reise & Camping Essen	22.02. - 26.02.2023
Hamburger Hafengeburtstag	05.05. - 07.05.2023

Auf der *Grünen Woche* gab es eine Prospektauslage bei der Wirtschaftsförderung. Bei der *CMT Stuttgart 2023* wurde die Seenplatte durch den TMV vertreten. Der gemeinsame Stand mit dem Ruppiner Seenland bei der *boot Düsseldorf* konnte aufgrund immenser Preissteigerungen nicht realisiert werden. Stattdessen war eine Delegation vor Ort.

3.6. Seminare

Im März 2022 hatten die Mitglieder die Möglichkeit an kostenfreien Seminaren teilzunehmen. Aufgrund der Corona-Pandemie fanden diese ausschließlich digital statt. Die Themen waren:

- Social Media Management (für Einsteiger und Fortgeschrittene)
- Anregen & Reagieren auf Online-Bewertungen
- Beschwerdemanagement für Touristiker und Gastgeber
- Nachhaltigkeitsworkshops zu den Themen Trends & Energie sowie Lieferanten



2023 hat der Landestourismusverband (TMV) im Rahmen seiner Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstrategie ein umfangreiches Seminarprogramm für die Touristiker in den Regionen zu folgenden Themen aufgelegt.

- Der optimale Gastgeber
- Digitaler Nachhaltigkeitsstammtisch MV
- Online-Schulungen zur gemeinsamen MV-Datenbank
- Seminar für Ferienwohnungsvermieter
- Erarbeitung einer Qualitäts- & Nachhaltigkeitsstrategie zusammen mit der dwif-Consulting GmbH
- Mit anschließenden Workshops und Ideenwerkstätten,
- Seminare zum Thema "Nachhaltigkeit" für Ferienwohnungsvermietende
- Seminare zum Thema "Bewertungen und Beschwerdemanagement" für Ferienwohnungsvermietende

3.7. Modellregion & Mobilität

Modellregion

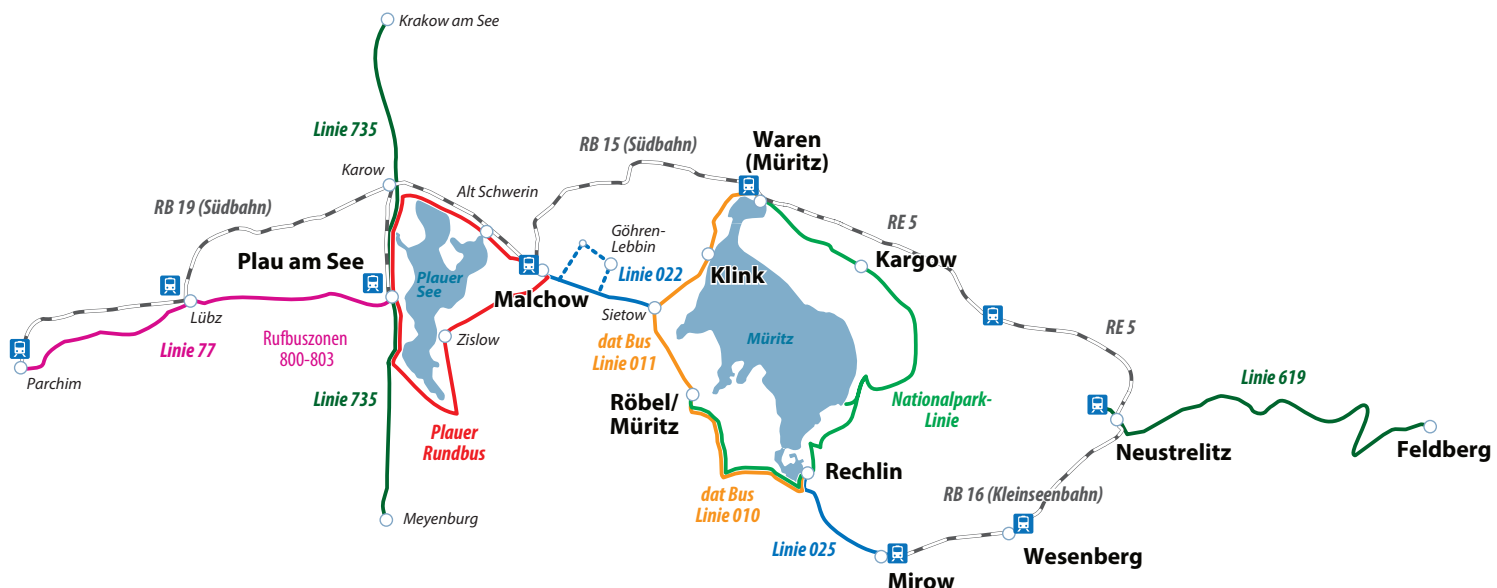
Das Projekt Modellregion „SEENPLATTE rundum“ – Einführung einer digitalen Gästekarte mit umlagefinanzierter Mobilität und Freizeitbausteinen ist um ein weiteres Jahr bis Ende 2023 verlängert worden.

In den vergangenen 24 Monaten wurden vor allem vorbereitende Schritte umgesetzt, wie Prädikatisierungen weiterer Partner zum Tourismusort, um Kurabgabe erheben zu können. Gleichzeitig gab es in Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftsministerium intensive Verhandlungen und Kalkulationen mit dem Landkreis und den Verkehrsbetrieben, um für MÜRITZ rundum und weitere kommunale Orte einen seenplatteweiten Tarif für die Fahrt auf Gästekarte für Bus und Bahn anbieten zu können. Zudem wurden landesweit sowie regional Projektfördermittel ausgeschrieben, damit die für das Projektziel notwendigen Voraussetzungen geschaffen werden. 2023 ist das letzte Projektjahr, welches ganz im Zeichen der Umsetzung steht. Zum Saisonstart wird in (mindestens) zehn Orten ein einheitliches Meldescheinsystem inklusive digitaler Gästekarte und digitalen Modulen eingeführt. Weitere Kommunen schaffen diese technischen Voraussetzungen an, damit sie bei Einführung der Kurabgabe 2024 auf gleichem Niveau einsteigen können.

In Zusammenarbeit mit dem Landesverband (TMV) wird ein einheitlicher digitaler Reiseführer eingeführt. Hier stehen landesweite, regionale sowie lokale Informationen, perspektivisch auch weitere Services wie Buchungsmöglichkeiten für Gäste, Reiseinteressierte und Einheimische zur Verfügung, die Lust auf unsere Region machen. Über Schnittstellen und im Sinne des „Open Data“ werden viele bereits vorhandene Daten zusammengeführt sowie an verschiedensten Stellen wieder ausgespielt. Das vermindert den manuellen Pflegeaufwand z.B. der Tourist-Informationen und sorgt für einen schnellen und einheitlichen Informationsfluss.

SEENPLATTE rundum

Auch das Thema Mobilität wird weiter gemeinschaftlich betrachtet. So soll aus dem seit 2018 bestehenden „Müritz rundum“ Angebot durch die zusätzlichen Verbindungen in östliche sowie westliche Richtung und die Einbindung der Bahnstrecken ein ganzheitliches „Seenplatte rundum“ mit guten Anreiseoptionen aus Großstädten wie Hamburg und Berlin entstehen. Hierbei birgt auch die Umstellung des Nahverkehrsplans im Landkreis MSE auf einen integralen Taktfahrplan und die Ausrichtung von Abfahrtszeiten an Knotenpunkten eine Chance, auf weitere Verbesserungen des ÖPNV für Bürger und Urlauber. Daher arbeitet man gemeinsam mit den Kommunen, dem Landkreis und den Verkehrsbetrieben gemeinschaftlich und solidarisch an einem optimalen Ergebnis.



Tourismuskonzept

Parallel wird bis Ende November zusammen mit vielen Akteuren aus unserer Destination an einem regionalen Tourismuskonzept gearbeitet. Zentrale Fragestellungen sind, wie wir als Region zukünftig zusammenarbeiten wollen und welche Strukturen es dafür bedarf. Auch werden weitere Inhalte für eine attraktive Gästekarte entwickelt und Maßnahmen definiert, die zu einer nachhaltigen und wertschöpfenden Entwicklung unserer Region über die Sommermonate hinausführen.

4. Herausforderungen 2023

4.1. Tourismusgesetz

Tourismus ist überdurchschnittlich wichtig für MV. In keinem anderen Bundesland hat der Tourismus wirtschaftlich, sozial und gesellschaftlich die gleiche Relevanz. 17.239 Betten kommen auf 1000 Einwohner. (Im Vergleich: 9935 in Schleswig-Holstein, 4563 Bayern) Die aufgebaute Infrastruktur in MV braucht Modernisierung und Anschub. Die jetzige Finanzierung reicht hierfür nicht aus. Über gäste- und auch unternehmensbezogene Beiträge zur Tourismusfinanzierung soll ein zeitgemäßes, gerechtes und dauerhaft tragfähiges System der Tourismusfinanzierung auf allen Ebenen erreicht und gleichzeitig die Attraktivität des Tourismuslandes MV und seiner einzelnen Tourismusdestinationen gesteigert werden. In diesen Prozess sind sowohl Verbände, Kommunen und Unternehmen eingebunden.

4.2. Tourismusakzeptanz

Bürgerdialoge zum Tourismus in Demmin und Waren (Müritz)

Im Rahmen der landesweiten Dialogkampagne fanden im Januar 2023 zwei Dialogabende mit Einwohnerinnen und Einwohnern statt. In den vom Nordkurier Medienhaus durchgeführten Bürgerdialogen hatten Interessierte die Möglichkeit, offen mit VertreterInnen der Tourismusbranche zur Zukunft des Tourismus in Mecklenburg-



Vorpommern und der eigenen Region bzw. dem eigenen Wohnort zu diskutieren und von ihren Erfahrungen mit dem Tourismus zu berichten. Die Dialogkampagne des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern e. V. fördert die Einbindung von Einheimischen in die örtliche Tourismusentwicklung, mit dem Ziel die Akzeptanz für den Tourismus zu erhöhen.

Ideenwerkstatt zum Tourismus in Bollewick

Im April 2023 wird mit der Veranstaltung einer „Ideenwerkstatt“ zum Themenfeld Infrastruktur an den Prozess angeknüpft. In Form eines co-kreativen Workshopformates werden bis zu 30 EinwohnerInnen einen Nachmittag lang gemeinsam Ideen und Projektskizzen entwickeln, wie Tourismus zur Attraktivierung der eigenen Lebensinfrastruktur beitragen kann. Die Erkenntnisse fließen in ein Leitbild zur Zukunft des Tourismus ein und sollen die nachhaltige und einwohnerorientierte Entwicklung des Tourismus unterstützen. Landesweit finden zwischen März und Mai insgesamt acht thematische Ideenwerkstätten statt, deren Erkenntnisse jeweils für alle Orte und Regionen aufgearbeitet und zur Verfügung gestellt werden.

4.3. Gästezufriedenheit

Nach sechs Jahren Pause führt der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V. zusammen mit den sieben Regionalverbänden wieder eine landesweite Gästebefragung durch, welche mit dem Beratungs- und Expertennetzwerk Benchmark Services umgesetzt wird. Die Befragung richtet sich sowohl an Übernachtungs- als auch Tagesgäste von Juli 2022 bis Juni 2023 in MV und erfolgt schriftlich mithilfe eines Online- und eines Printfragebogens, jeweils in sieben regionsspezifischen Varianten.

Ziel der Befragung:

Relevante & passgenaue Erkenntnisse über unsere Gäste und deren Reiseverhalten und Zufriedenheiten für MV insgesamt und in den sieben Reiseregionen.

Befragungsinhalte:

- Demographie
- Informations- & Buchungsverhalten
- Gründe für die Reisezielwahl
- Reiseverhalten vor Ort (Aufenthaltsdauer, Aktivitäten, Unterkunft, Verpflegung)
- Mobilität (Anreiseverkehrsmittel, Verkehrsmittel vor Ort)
- Nachhaltigkeit im Urlaub (Relevanz & Zufriedenheit)
- Zufriedenheit, Wiederbesuchs- & Weiterempfehlungsabsicht
- Ausgabeverhalten

Stichprobe:

Mindestens 3.500 Befragungen für MV insgesamt (500 je Reiseregion)

Ergebnisse:

Die landesweiten & regionalen Ergebnisse werden ab dem 2. Halbjahr 2023 im Rahmen regionaler Auswertungsveranstaltungen kommuniziert. Die Stichprobenziehung erfolgt durch Verteilung des Printfragebogens und Bewerbung des Onlinefragebogens mit Unterstützung von Regionen, Orten und Leistungsträgern in Mecklenburg-Vorpommern.



Hier macht der Bär, was er will!

täglich geöffnet
baerenwald-mueritz.de

Naturnahes Zuhause für gerettete Braunbären

Besuchen Sie uns im BÄRENWALD!



BÄRENWALD
Müritz

