



Angelkutterfahrten in Gefahr

Anbieter touristischer Angelkutter bangen aufgrund der niedrigen Dorschfangquote und erhöhter Gebühren um ihre Existenz

Der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern widmet das Jahr 2017 im Marketing dem Thema „Tradition und Brauchtum“. Dazu zählen das Handwerk mit Bootsbau oder Fischerei, gelebte Bräuche wie die plattdeutsche Sprache, das Landleben mit alten Gebäudeensembles, kulinarische Spezialitäten von Sanddorn bis Räucherfisch sowie maritime Traditionen vom Strandkorb bis zum Fischerkaten. Nun kämpfen die Anbieter touristischer Angelkutterfahrten



Traditionelle Fischkutter an der Ostseeküste

um ihre Existenz. Die meist 17 Meter langen Kutter sind lebendiger Bestandteil maritimer Tradition und prägen das Bild vieler Hafenstädte. Jedoch hat sich die Zahl der touristischen Angelkutter in Mecklenburg-Vorpommern in den letzten acht Jahren bereits auf etwa 20 halbiert. Die Reduktion der Dorschfangquote um 56 Prozent sowie mancherorts die zusätzliche kurzfristige Erhöhung von

Hafengebühren stellt die Anbieter vor weitere Probleme. Frank Fibig, Kapitän der Santa Maria in Rostock-Warnemünde, beziffert die aktuellen Buchungsrückgänge bei den Fischkuttern auf 30 bis 50 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. „Gruppen stornieren ihre reservierten Ausflüge, da der Aufwand der Anreise aus dem Süden für nur fünf Fische pro Tag nicht mehr lohnt.“ Bereits Ende Februar saßen Kutterkapitä-

ne mit Vertretern der SPD und des TMV am runden Tisch. Die Kapitäne fordern eine klare Aussage für 2018 und erhoffen einen Verlustausgleich für 2017. „Ein Strandkiosk, der durch einen Sturm zerstört wird, bekommt Förderung für den Wiederaufbau. Wir warten noch immer auf Antwort, ob eine Unterstützung für betriebsbedingte Investitionen, wie Lie-

Fortsetzung auf Seite 2

Aus dem Inhalt

TMV aktuell

Angelkutterfahrten in Gefahr
> Seite 01

Wildpark-MV gewinnt ADAC
Tourismuspreis MV > Seite 02

Hier sprechen die Experten

Christoph Krause, Dock Inn,
und Jens Sroka, Beach Motels
SPO, über neue Hotelkonzepte
> Seite 03

Tourismusknachrichten

Frauenpower bei den Dehoga-
Landesjugendmeisterschaften
> Seite 04

Vermischtes:

Bücher *übers Land*: Ahrenshoop: Künstlerkolonie zwischen Meer und Bodden, Schlussendlich (99) > Seite 08

Zahl des Monats

25,2 Prozent aller Hotelübernachtungen in Deutschland wurden im Jahr 2016 über Online-Buchungsportale wie Booking.com, HRS und Expedia generiert (+1,1 Prozent zu 2015). Der Anteil der Übernachtungen, die über die hoteleigene Webseite gebucht wurden, stieg sogar um 2,7 Prozent (von 8,1 auf 10,8 Prozent).

Fortsetzung von Seite 1

geplatztgebühr oder Versicherungen, möglich ist“, so Fibig weiter.

Bernd Fischer, Geschäftsführer des Landestourismusverbandes, empfindet es als unverständlich, dass Rostock zusätzlich die Hafengebühren erhöht, laut Fibig um bis zu 1.300 Euro pro Schiff pro Jahr. Eine Alternative für die Fischkutter gibt es nicht oder ist mit sehr hohen Investi-

tionen für Marketing oder Schiffsumbauten verbunden. Und ist ein Kutter erstmal abgemeldet, ist er für immer aus dem maritimen Bild verschwunden, denn ein Neustart ist aufgrund der Kosten und der Perspektive kaum möglich. Damit fehlen dann auch den Hotels, Gaststätten und dem Fachhandel der Umsatz der Angeltouristen.

Wildpark-MV gewinnt den ADAC-Tourismuspreis Mecklenburg-Vorpommern 2017

Die Retro-Radveranstaltung Velo Classico und das Angebot von Sorglos-Urlaub folgen auf Platz zwei und drei

Der diesjährige ADAC-Tourismuspreis für Projekte mit innovativen und qualitativ hochwertigen, touristischen Produkten wurde im Rahmen der Saisonöffnung der Tourismusbranche am 28. März 2017 an den Wildpark-MV verliehen. Dieser punktete mit seiner Verbindung von Erholung, Unterhaltung und moderner Wissensvermittlung. Ausgehend von einem kleinen Tierpark, wie es ihn in der DDR zu Dutzenden gab, haben die Macher den Wildpark in den vergangenen 20 Jahren fortlaufend mo-

derernisiert und das Angebot erweitert. Hierbei wurden sukzessive alle Anforderungen an eine attraktive Freizeiteinrichtung erfüllt, dabei insbesondere die aktuellen Fragen rund um zeitgemäße Tierhaltung, moderne Informationsvermittlung sowie aktive Freizeitgestaltung aufgegriffen und eindrucksvoll beantwortet. Der Wildpark-MV belebt den Tagestourismus, trägt zur Verlängerung der Aufenthaltsdauer bei und liefert letztlich gute Gründe für die Urlaubsentscheidung. Mit historischen Fahrrädern und Gewändern überzeugte die Retro-Radver-

anstaltung Velo Classico. Das international wahrgenommene Event richtet sich mit drei Strecken rund um Ludwigslust an Vintage-Liebhaber, Fahrrad-Enthusiasten und Familien. Ein Fest mit Livemusik, kulinarischen Köstlichkeiten aus der Region sowie ein Teile- und Kleidermarkt runden das Angebot ab. Es stellt nicht nur einen zusätzlichen Besuchs-

anlass dar, sondern fördert auch das Image des Landes als Fahrraddestination. Der Anbieter Sorglos-Urlaub organisiert U r l a u b e



V. l.: René Wasmund, Velo Classico, Klaus Tuscher, Wildpark MV, Uta Koss, Sorglos Urlaub, Ralf Trimborn, ADAC Hansa e. V.

für Menschen, die auf Pflege angewiesen sind. Durch möglichst barrierefreie Hotels, Hilfsmittel wie Pflegebetten sowie stundenweise Betreuungs- und Pflegeleistungen können so auch gesundheitlich eingeschränkte Menschen eine Auszeit in MV genießen und pflegende Angehörige entlastet werden. Auf dem vierten Platz knapp dahinter landeten die Kühlungsborner Gourmet-Tage, das Warnemünder Turmleuchten und das Projekt Ostseesonne im Tank aus Wolgast – allesamt vielbeachtete und beispielgebende Projekte aus Mecklenburg-Vorpommern.

+++ NEWSTICKER +++

+++ Das **Romantik Roewers Privat-hotel** im Ostseebad Sellin wurde als erstes Hotel in Mecklenburg-Vorpommern mit der Kategorie Fünf-Sterne Superior der Deutschen Hotelklassifizierung zertifiziert. www.roewers.de +++ Thomas Heilmann, Kurdirektor der Kaiserbäder Usedom, übernimmt bis Ende 2017 zusammen mit René Bergmann, Leiter Amt Usedom Süd, die Geschäftsführung der **Usedom Tourismus GmbH**. Diese hat gerade eine neue Wellness- und Gesundheits-Broschüre sowie eine neue Angel-Broschüre herausgebracht. www.usedom.de +++ Das **Ostseebad Binz** lädt von Mai bis September zum ersten KulturSommer www.ostseebad-binz.de. +++ Das **Grand Hotel Heiligendamm** hat einen neuen Beirat aus Anwälten, Unternehmern und Steuerberatern gebildet, der sowohl die Geschäftsleitung als auch die Eigentümerfamilie bei der Entwicklung des Hauses unterstützen soll. www.grandhotel-heiligendamm.de +++ Dr. Ina Voigt ist die neue Pressesprecherin und Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der **Festspiele Mecklenburg-Vorpommern**. www.festspiele-mv.de +++ Tobias Blömer, Geschäftsführer der Rostocker Wurst- und Schinkenspezialitäten GmbH, ist neuer Vorsitzender des **Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern e. V.** www.mv-ernaehrung.de +++ Rüdiger Born wurde einstimmig für weitere vier Jahre durch die Mitgliederversammlung als Präsident des **Golfverbandes MV** bestätigt. Weitere Präsidiumsmitglieder sind Axel Keller, Rostocker Rechtsanwalt, Jörg Remer, Golfplatzbetreiber aus Vorpommern, sowie der mehrfache Landesmeister Dr. Matthias Wißotzki. www.golfverband-mv.de +++ Der **Dehoga** hat eine Kampagne zum Arbeitszeitgesetz gestartet und fordert die Umstellung von einer täglichen auf eine wöchentliche Höchstarbeitszeit. www.wochenarbeitszeit.de +++ Die **mecklenburgischen Ostseebäder** starten am 6. Mai 2017 mit dem großen Sandburgenbauwettbewerb in Boltenhagen, Rerik, Kühlungsborn, Markgrafenheide, Graal-Müritz und auf der Insel Poel in die diesjährige Strandsaison. www.ostseeferien.de/saisonauftakt. +++

Neue Konzepte verändern den Hotelmarkt

Christoph Krause, Geschäftsführer der Dock Inn GmbH, und Jens Sroka, Geschäftsführer der Beach Motel SPO GmbH & Co. KG, über neue Gastgeberkonzepte in Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern



Foto: Dock Inn GmbH

Dachterrasse des neu eröffneten Dock Inn

TMV: Das Dock Inn Warnemünde steht kurz vor seiner offiziellen Eröffnung. Was ist das Besondere des laut Ihrer Aussage deutschlandweit einmaligen Konzeptes?

Christoph Krause: Das Dock Inn ist ein echtes Upcycling-Hostel. Dazu haben wir im Hamburger Hafen gebrauchte Container gekauft, die alle auf den Weltmeeren unterwegs waren und sonst verschrottet worden wären. Diese Container sind in vier frischen Farben gestrichen und zu 64 Zimmern mit 188 Betten zusammengesetzt worden.

Mit dem Hostel wollen wir die Geschichte unseres industriell geprägten Standortes vis-à-vis der Werft weitererzählen und authentisch sein. Wir bieten eine lockere Atmosphäre für junge und junggebliebene aktive Besucher. Aber auch unter den Mitarbeitern existieren nur sehr flache Hierarchien.

TMV: Wie war das Feedback der ersten Besucher?

Krause: Die Gäste, in unserem Haus Mitbewohner genannt, fühlen sich super wohl. Das Feedback ist sehr positiv. Hier und da gibt es natürlich auch Anregungen zu kleineren Verbesserungen. Das ist ja normal und auch gut. Außerdem haben in den ersten Tagen auch viele Warnemünder den Weg zu uns gefunden. Es hat uns gefreut mit den Anwohnern ins Gespräch zu kommen und das Haus vorzustellen. Viele haben Prospekte mitgenommen und angekündigt, ihre Enkel bei uns unterzubringen.

TMV: Bleibt es bei einem Container-Hostel, oder ist es vorstellbar, das Konzept mittelfristig auf andere maritime Standorte zu erweitern?

Krause: Aktuell stecken wir ja mit dem ersten Hostel noch in den Kinderschuhen. Zu Ostern haben wir gerade eine Softopening-Phase durchgeführt, im Mai eröffnen wir unsere Kletterhalle und im Juni folgt die offizielle Eröffnungsfeier. Stellen Sie uns die Frage nach weiteren Standorten gern in ein paar Monaten wieder.

TMV: Welche Auslastung planen Sie für Haupt- sowie Nebensaison?

Krause: Mit dem aktuellen Buchungstart sind wir mehr als zufrieden. Das hat natürlich mit unserem besonderen Konzept als auch mit der verkehrsmäßig sehr guten Lage zwischen Bahn-, Fernbus-, Autobahn- und Strandanbindung zu tun. Unsere Indoorangebote mit der Kletter- beziehungsweise Boulderhalle, dem Kino, der Sauna und der eigenen Gastronomie locken die Gäste auch in der Nebensaison zu uns.



Foto: Beach Motel

Jens Sroka, Geschäftsführer Beach Motel SPO GmbH & Co. KG

TMV: Herr Sroka, Sie haben innerhalb von drei Jahren die Beach Motels in Sankt Peter Ording und Heiligenhafen sowie die Bretterbude in Heiligenhafen – drei

unkonventionelle Lifestyle-Hotels – eröffnet? Begreifen Sie sich als Innovator?

Jens Sroka: Ja, schon. Ich habe Lust auf neue Ideen und einen neuen Wind in der Hotelbranche. In erster Linie bin ich Hotelier und versuche einfach, Nischen zu erkennen und entsprechende Produkte auf den Markt zu bringen.

TMV: Veränderung produziert auch Widerstände – wie sind Sie mit diesen umgegangen?

Sroka: In Heiligenhafen hatten wir glücklicherweise keine Widerstände. Die Gemeinde hatte und hat total Lust auf Veränderung und Weiterentwicklung, daher ziehen hier wirklich alle an einem Strang, was super ist.

TMV: Können Sie sich eine Expansion entlang der deutschen Ostseeküste vorstellen?

Sroka: Ja. Alles, was innerhalb von circa 2,5 Stunden Fahrtzeit von Hamburg aus erreichbar ist, finde ich als Standort spannend.

TMV: Wie hoch ist die bisherige Auslastung? Sind Sie damit zufrieden?

Sroka: In Sankt Peter-Ording liegen wir mit der Auslastung bei über 90 Prozent, in Heiligenhafen mit beiden Häusern schon bei über 70 Prozent. Ja, ich bin sehr zufrieden.



Foto: Beach Motel/Andrea Flak Fotografie

Sonnenaufgang am Beach Motel Sankt Peter-Ording

Züge auf der Südbahn-Strecke fahren wieder

Drei Fragen an Marcel Drews, Landesvorsitzender Pro Bahn MV e. V.

TMV: Was ist Hintergrund der Aktionen des gemeinnützigen Fahrgastverbandes Pro Bahn MV?

Marcel Drews: Das Land Mecklenburg-Vorpommern hat aus Kostengründen den Zugbetrieb der Südbahn zwischen Parchim und Malchow im Jahr 2014 abbestellt und mit Busverbindungen ersetzt. Viele Touristen und Einheimische sind unzufrieden mit dem Busangebot. So ist es beispielsweise für eine Fahrradgruppe ab fünf bis sechs Personen unmöglich, gemeinsam mit dem Bus zu fahren, da der Platz für die Fahrradmitnahme nicht ausreicht.

TMV: Was planen Sie für das Jahr 2017?

Marcel Drews: Wir organisieren einen Probetrieb zwischen Parchim und Malchow sowie Plau am See und Güstrow. Mit Spendengeldern von Privatpersonen, der Inselstadt Malchow und Eigenmitteln unseres Vereins können nun am 8. und 23. Juli sowie am 5. August dieses Jahres jeweils zwei Zugpaare zu touristischen Ausflugszielen und Veranstaltungen wie dem Volksfest in Malchow oder dem Hof-



Marcel Drews, Landesvorsitzender Pro Bahn MV e. V.

fest im Agroneum fahren. Sollten wir weitere Spendengelder erhalten, würde die Bahn auch am 15. Juli zur Plauer Badewannenrallye und am 19. August zum Plauer Burghoffest verkehren können.

TMV: Was ist Ziel dieses Probetriebes?

Drews: In den nächsten Jahren wollen wir in Kooperation mit den Landkreisen an zehn Wochenenden in der Hochsaison jeweils Samstags und Sonntags einen regulären Bahnbetrieb anbieten. Wir hoffen, dass dieser zu 50 Prozent von den Landkreisen, zu 25 Prozent über Fahrgeldeinnahmen und zu 25 Prozent vom Förderverein finanziert werden kann und diskutieren diesen Vorschlag aktuell mit den Vertretern der Landkreise.

Campingplätze laden zum Tag der offenen Tür

Vier Campingplätze in MV laden am 24. Juni 2017 ein

Bereits zum dritten Mal veranstaltet der Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland in Zusammenarbeit mit seinen Landesverbänden und verschiedenen Campingplätzen den bundesweiten „Tag des offenen Campingplatzes“. Campingplätze in ganz Deutschland freuen sich auf zahlreiche Besucher, die das Naturerlebnis und die Faszination des Campings entdecken, einen Blick hinter die Kulissen des modernen Campings werfen und sich über die neuesten Camping-Trends informieren möchten. In Mecklenburg-Vorpommern beteiligen sich der Camping- und Ferienpark Havelberge, der Ostseecamping Ferienpark Zierow sowie die Regenbogencamps Boltzenhagen und Regenbogen Göhren.



Das Naturerlebnis Camping in Mecklenburg-Vorpommern genießen

Die Campingplätze bieten beispielsweise Führungen, Ausstellungen von Wohnwagen oder Wohnmobilen sowie Besuchungsmöglichkeiten von Mobilheimen oder Safari-Zelten an und locken mit einem attraktiven Veranstaltungsprogramm für Groß und Klein.

Für mehr Fachkräfte

Arbeitsagentur startet Kampagne

In Rostock läuft derzeit eine zwölfwöchige Kampagne der Arbeitsagentur, mit der Flüchtlingen eine Arbeitsaufnahme in einem regionalen Hotel oder Restaurant ermöglicht werden soll. Zunächst nehmen 15 Flüchtlinge daran teil, ihnen stehen 13 renommierte Gastronomie-Arbeitgeber gegenüber, wie zum Beispiel das Hotel Neptun. Die Kampagne soll mit dazu beitragen, dem Fachkräftemangel in der Branche entgegenzuwirken.

Frauenpower bei den Landesjugendmeisterschaften der gastgewerblichen Auszubildenden

Auszubildende kämpften um die Teilnahme an den Deutschen Meisterschaften

Unter der Schirmherrschaft von Sylvia Bretschneider, Präsidentin des Landtages MV, kämpften am 20. und 21. März 2017 in Stralsund bei der 25. Landesjugendmeisterschaft 27 Auszubildende in den gastgewerblichen Grundberufen Koch, Restaurant- und Hotelfach um die begehrten Fahrkarten zu den Deutschen Jugendmeisterschaften im Herbst. Hier die Ergebnisse:



V. l.: Shanice Armbruster, Jennifer Gräff, Maxi Olivia Mauderer

Koch/Köchin

1. Platz: Maxi Olivia Mauderer, Kurhaus Warnemünde
2. Platz: Lorenz Maash, Hotel Bornmühle
3. Platz: Lukas Dirks, Upstalsboom Hotelresidenz & SPA

Restaurantfachmann/-frau

1. Platz: Jennifer Gräff, Warnemünder Hof
2. Platz: Felix Hammermeister, Hotel Hübner
3. Platz: Claudia Sprenkelmann, Strandhotel Seerose

Hotelfachmann/-frau

1. Platz: Shanice Armbruster, Robinson Club Fleesensee
2. Platz: Carla Schürmann, Grand Resort Heiligendamm
3. Platz: Sarah Schäfer, Radisson Blu Hotel Rostock

Ostseetourismus Forum 2017 und neues Projekt zum Thema Nachhaltigkeit im Tourismus geplant

Experten treffen sich vom 2. bis 3. November 2017 in Turku, Finnland

Bereits zum zehnten Mal in Folge versammelt das Ostseetourismus Forum (Baltic Sea Tourism Forum) touristische Leistungsträger, um über länderübergreifende Themen im Ostseeraum zu beraten. Gastgeber der Jubiläumskonferenz in der finnischen Hafenstadt Turku vom 2. bis 3. November 2017 sind Visit Turku und die Stadt Turku sowie die Veranstalter der Konferenz, der Tourismusverband und das Wirtschaftsministerium MV in seiner Rolle als Politikbereichsleiter Tourismus der EU-Ostseestrategie. Wiederholt ist eine engere Zusammenarbeit mit der UNWTO (World Tourism Organisation) und dem Ostseerat sowie mit weiteren Partnern geplant.

Unter dem Titel „Die Zukunft des Ostseetourismus“ bietet das Forum, wie gewohnt, einen Mix aus politischen Themen und praktischen Ansätzen zum Austausch zwischen strategischer und operationeller Ebene. Keynotes über Trends im Tourismus und die Zukunft von Destinations Marketing Organisationen werden durch Fallstudien und Seminare ergänzt, die Raum für den Austausch von Ideen und Wissen über den Ostseeraum bieten. Besonderes Augenmerk liegt auf zukunftsrelevanten Themen wie Digitalisierung, Tourismusfinanzierung, Bildung und transnationale Zusammenarbeit. Darüber hinaus bildet das Thema Nachhaltigkeit

im Hinblick auf das Internationale Jahr des Nachhaltigen Tourismus für Entwicklung (International Year of Sustainable Tourism for Development) und die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals (SDGs)) der Agenda 2030 einen integralen Bestandteil des gesamten Forums.

Zum Thema Nachhaltigkeit im Tourismus erarbeitet der Tourismusverband MV in Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftsministerium MV sowie Partnern aus Litauen, Estland und Finnland derzeit einen Projektantrag mit dem Titel „From the SDGs towards a Sustainable Tourism in the Baltic Sea Region“. Die Antragstellung erfolgt im Rahmen einer Anschubfinanzierung für kleinere Projekte über die „Project Support Facility“ des Ostseerates. Übergeordnetes Ziel des Projektes ist zu ermitteln, wie der Sektor bereits auf die Nachhaltigkeitsziele einzahlt und welche Maßnahmen in Zukunft notwendig sind, um die Anforderungen an die UN-Entwicklungsziele bis 2030 im Ostseeraum zu erfüllen. Mit dem Projekt werden direkte Forderungen der Erklärung des 9. Ostseetourismus Forums 2016 umgesetzt, den nachhaltigen Tourismus im Ostseeraum zu fördern und die Region als Modellregion im Bereich Nachhaltigkeit weiterzuentwickeln. Weitere Informationen zum Ostseetourismus Forum: www.balticseatourism.net

Kooperation mit outdooractive.com

Aktivangebote gezielt platzieren

In Zusammenarbeit mit den touristischen Regionalverbänden präsentiert der Tourismusverband MV Aktivangebote aus den Bereichen Wandern, Rad und Wassersport auf der Webseite www.outdooractive.com. Mit über zwei Millionen Besuchen pro Monat ist diese Plattform Europas größtes Outdoorportal und mit rund 1.400 Ausgabekanälen, unter ande-



Foto: TMV/outdoor-visions.com

Aktiv in Mecklenburg-Vorpommern

rem www.meinestadt.de, www.falk-outdoor.com oder die ADAC Fahrrad-App, die größte Content-Drehscheibe Europas für Outdoor-Inhalte.

Unter der Hauptseite Mecklenburg-Vorpommerns werden die Regions- und Themenseiten mit Text, Bild und je zehn Touren präsentiert. Für die Frühjahrs- und Herbstsaison bewirbt der TMV die Seiten mit einer Content-Kampagne und im Outdooractive-Newsletter mit 70.000 Abonnenten. An einer Präsentation interessierte Regionen oder Städte kontaktieren Ulrike Bodeschek unter +49 381 40 30-670 oder u.bodieschek@auf-nach-mv.de.

Mit der Digitalisierung Schritt halten – direkt online buchbar werden

Internet und Tourismus: Ergebnisse der ITB Berlin 2017 und Ideen zur Digitalisierung zusammengetragen

83,8 Prozent der Deutschen sind online, davon 57 Prozent auch unterwegs. 50 Prozent aller Reisen werden online gebucht. Und im Internet muss man sich als Leistungsträger mit den großen Anbietern der Branche messen. Dass man dabei gewinnen kann, bestätigt Nils Neumann von easybooking.at. Die zusammengefassten Auswertungen des webbasierten Rundum-Systems für kleine und mittelgroße Betriebe geben Auskünfte über die Buchungslage der Vermieter, Dominanz von Buchungskanälen und weiteres. Seine Zahlen belegen: Es gibt unterschiedliche Ergebnisse abhängig von Destination, Betriebsgröße aber auch

der technischen Ausstattung der Gastgeber auf der Webseite und im Backoffice. Während vor allem in urbanen Räumen die großen Online-Plattformen wie booking.com teilweise bis zu 80 Prozent der Buchungen generieren, dominieren in ländlicheren Gegenden wie Mecklenburg-Vorpommern derzeit immer noch die Direkt-Buchungskanäle wie die Rezeption oder die klassische Anfrage.

Dank durchdigitalisierter Prozesse in der Pension und bei Dienstleistern wie myhotelshop kann in bestimmten Regionen der Direktbuchungsanteil bis zu 60 Prozent betragen. In diesen Regionen gehen nach Expertenmeinung Ausbil-

dung der Vermieter, passende Software und Webseiten der Leistungsträger sowie Marketing Hand in Hand. Einheimische Internetagenturen unterstützen bei der Digitalisierung im Tourismus. Die regionalen Tourismusverbände bieten mit dem Basis-Eintrag bereits einen Direktlink zur Webseite des Anbieters. www.tmv.de/touristische-ansprechpartner-in-mecklenburg-vorpommern.

Weitere leicht verständliche Fakten zum Online-Reisemarkt Deutschlands gibt es auf der jährlichen Infografik der Netzvitamine GmbH unter www.netzvitamine.de/blog/daten-fakten-2017-online-reisemarkt-deutschland.html.

Aktuelles in Bildern

Saisonauftritt im Ostseestadion, Pressefrühstück in der Elbphilharmonie und Norddeutschland-Abend in Zürich



Foto: TMV

Der Saisonstart der Tourismusbranche Mecklenburg-Vorpommerns war Thema der Landespressekonferenz MV am 28. März 2017. Die Branche will mit breitem Angebot seine Attraktivität als Reiseland erhöhen und damit verstärkt auch bei ausländischen Gästen punkten.

V. l.: Ralf Trimborn, Vorstand für Reise und Touristik des ADAC Hansa MV, Guido Zöllick, Präsident des DEHOGA MV, Rüdiger Born, Präsident des Golfverbandes MV, Wolfgang Waldmüller, Vorsitzender des Tourismusverbandes MV, Moderator Frank Pfaff, dpa



Foto: ADAC Hansa MV

In Rostock haben sich am 28. März 2017 rund 300 Vertreter der Tourismuswirtschaft, Politik und Verwaltung zum Saisonauftakt der Tourismusbranche getroffen, zu dem traditionell der Dehoga MV, der Tourismusverband MV und der Golfverband MV eingeladen hatten. Erstmals fand auch die Verleihung des ADAC-Tourismuspreises in diesem Rahmen statt.



Foto: TMV

Am 3. April 2017 lud der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern gemeinsam mit der Störtebeker Braumanufaktur und weiteren Anbietern regionaler Köstlichkeiten aus MV zum Pressefrühstück in die Elbphilharmonie Hamburg. Etwa 30 Medienvertreter folgten den Informationen zur Tourismuswirtschaft MV und zu den Traditionen und Bräuchen des Landes, dem Jahresthema 2017.



Foto: tourmark

Am 6. April 2017 präsentierte sich das Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern gemeinsam mit Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Sylt und Hamburg beim Norddeutschland-Abend in Zürich. 70 Gäste von Schweizer Reisebüros, Veranstaltern und Medien lernten zwischen den Gängen des Abendessens MV mit Aktivitäten in der Natur, Wellness und Familienferien kennen.



Foto: Ozeaneum/Alamy Kiebel

Vom 31. März bis 1. April 2017 fand der siebente Fam-Trip für Gruppenreiseveranstalter in Mecklenburg-Vorpommern statt. Mehr als 80 Gäste aus 51 Unternehmen aus Deutschland, Österreich, Polen und den Niederlanden waren der Einladung der insgesamt 20 Partner aus MV gefolgt. Neben einem zweistündigen Workshop bei den „1:1 Riesen der Meere“ gab es eine Führung durch das Ozeaneum und Stralsund, eine Abendveranstaltung auf einem Schiff der Weißen Flotte mit Fahrt nach Barthöft und zurück und eine Verkostung der Störtebeker-Biere an Bord. Am 1. April konnten die Gäste auf den einzelnen Touren auf Rügen, nach Rostock und durch die Mecklenburgische Seenplatte viele neue Ideen für Gruppenreisen nach Mecklenburg-Vorpommern sammeln.



Foto: RB Mittelthurgau/Katharina Kraus

Vom 23. bis 25. März 2017 informierten sich die Besucher der 22. Hausmesse der Twerenbold Unternehmensgruppe, einer der größten Busreiseanbieter der Schweiz, im schweizerischen Baden-Rüthof über das Urlaubsland MV. Knapp 4.000 vor allem Stammkunden waren der Einladung zur Hausmesse zum Thema Ostseeregion gefolgt. Besonders begehrt waren die Flusskreuzfahrten von Stralsund nach Berlin und zurück sowie die Kranichreisen nach Mecklenburg-Vorpommern. Die Messgäste folgten mit großem Interesse den sieben Vorträgen inklusive Filmvorführung zu Mecklenburg-Vorpommern, verkosteten Sanddornlikör und sammelten Bernstein und Hühnergötter aus echtem Warnemünder Strandsand.

Heilende Wälder, starke Bilder, zufriedene Gäste

Neues und Traditionelles aus den Regionen, Städten und Verbänden

Internationaler Kongress zum Gesundheitspotenzial Wald

Bäderverband. Am 13. und 14. September 2017 findet in Heringsdorf der erste internationale Kongress zur indikationsbezogenen Entwicklung von Kur- und Heilwäldern statt. Dieser wird organisiert



Foto: Bäderverband MV

Erster Kur- und Heilwald Europas – Heringsdorfer Wald

vom Bäderverband Mecklenburg-Vorpommern als Träger des Projektes „Gesundheitspotenzial Kur- und Heilwald“ zusammen mit seinen Partnern wie dem Landesforst MV, dem Lehrstuhl für Naturheilkunde der Universität Rostock und der Gemeinde Ostseebad Heringsdorf. Der Heringsdorfer Wald, als erster in Europa zum Kur- und Heilwald zertifiziert, wird über zwei Tage im Fokus des Erfahrungs- und Wissensaustausches stehen. Auf der Basis von entwickelten Qualitätskriterien sowie Wald- und medizinischen Gutachten werden die Kur- und Heilwälder in MV indikationsbezogen ausgebaut. Die Reha-Einrichtungen nutzen die Kur- und Heilwälder gezielt zur Linderung von Erkrankungen und Wiederherstellung der Gesundheit. Zurzeit arbeitet die Reha-Klinik Usedom gemeinsam mit dem Lehrstuhl für Naturheilkunde der Uni Rostock an einer Pilotstudie zu COPD (chronisch obstructive pulmonary disease – chronische Erkrankung der Lunge). Die Studienergebnisse werden auf dem Kongress präsentiert, ebenfalls die erste App der Kur- und Heilwälder in Mecklenburg-Vorpommern und die Module zur Weiterbildung zum Waldtherapeuten vorgestellt. Das Projekt wird unterstützt durch das Land MV und gefördert durch die Europäische Union über den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung.

Schwerin lädt zu Instameets ein

Schwerin. Die Stadtmarketing GmbH Schwerin und die Agentur Mandarin Medien planen im Juni ein Instameet zum Thema „Schlösser und Gärten“ und im September zum „Urban Lifestyle“. Damit knüpfen sie an das erste erfolgreiche Instameet vom 17. bis 18. September 2016 an, bei dem 19 Instagrammer insgesamt 165 Bilder unter #exploreschwerin auf Instagram gepostet haben und damit eine Reichweite von über einer Million Nutzern, mehr als 5,6 Millionen Impressionen und 130.000 Interaktionen in Form von Likes und Kommentaren erzielen konnten. Um eine vergleichbare Reichweite durch Anzeigen in sozialen Netzwerken zu erzielen, muss laut Schät-



Foto: Stadtmarketing GmbH Schwerin

Teilnehmer des ersten Instameet in Schwerin

zungen von Mandarin Medien ein Media-budget von 35.000 Euro eingesetzt werden. Durch die Einbindung touristischer Leistungsträger konnten die Effekte nicht nur multipliziert, sondern die Aktion mit Übernahme der Übernachtungs- und Verpflegungskosten der Teilnehmer sehr kostengünstig gehalten werden.

Zufriedene Gäste in Vorpommern

Vorpommern. Auf dem Tourismustag der Region Vorpommern wurden die Ergebnisse der Gästebefragung des Qualitätsmonitors Deutschland-Tourismus ausgewertet. So konnte die Region mit 94 Prozent zufriedener oder sehr zufriedener Urlaubsgäste ein leicht höheres Ergebnis als Mecklenburg-Vorpommern insgesamt (92 Prozent) erzielen. Mehr als zwei Drittel entscheiden sich für die Region Vorpommern als Reiseziel aufgrund der guten Luft und des gesunden

Klimas, über 40 Prozent wegen der Ruhe. Wichtige Themen für die Zukunft sind die Digitalisierung sowie der Ausbau der radtouristischen Angebote. Die Gästebefragung zeigt außerdem, dass die bisherigen Angebote zur Epoche der Romantik nicht nur wahrgenommen, sondern überdurchschnittlich gut in Vielfalt und



Foto: TV/Reiderböck

Tourismustag Vorpommern in Greifswald

Qualität bewertet werden. Neben der Romantik sieht der Tourismusverband Vorpommern zukünftig seine Kernkompetenzen bei den Themen Radwandern, Kanutouren, Segeln, Entschleunigung, Familienurlaub und Fisch als kulinarisches sowie traditionelles Thema.

Projekt „Baltic Pass“ nimmt Fahrt auf

Die Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde mit dem Hanse Sail-Büro betreut gemeinsam mit den Lead Partnern Municipal Sport and Recreation Centre in Gdansk, Roskilde Business College, Klaipeda University und Simrishamn Scout aus Schweden das Interreg South Baltic Projekt „Baltic Pass“. Das Projekt zur Entwicklung neuer touristischer Produkte im südlichen Ostseeraum läuft vom 1. November 2016 bis 31. Oktober 2019. Unter dem Motto „Baltic Maritime Heritage Tours“ sollen künftig Mehrtagestörns mit Traditionsschiffen stattfinden, die die Küstenstädte auf historischen Handelsrouten miteinander verbinden. Das Projekt wird mit EU-Mitteln in Höhe von gut einer Million Euro gefördert.



Foto: Baltic Pass/Georg Schür

Partner des EU-Projektes „Baltic Pass“

Fewo-Markt: 24 Prozent mehr Umsatz als 2015

Deutscher Ferienhausverband präsentiert Umfrageergebnisse

Laut Ergebnissen der Umfrage des Deutschen Ferienhausverbandes unter den führenden Ferienhausanbietern verzeichnete das Segment 2016 ein Umsatzwachstum von 24 sowie ein durchschnittliches Buchungswachstum von 16 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Einen Grund dafür sehen die Befragten im wachsenden Bedürfnis vieler Menschen nach mehr Privatsphäre sowie ein gestiegenes Sicherheitsdenken. In der Wahrnehmung seien Ferienwohnungen geschütztere Einheiten

als Hotelkomplexe. Über alle Anbieter hinweg war Deutschland 2016 das beliebteste Reiseziel gefolgt von Österreich, Italien, Frankreich und Dänemark. Die Ostseeküste Schleswig-Holsteins liegt dabei vor dem Nordsee-Festland sowie der Ostseeküste MV. Die durchschnittliche Reisedauer lag bei 8,3 Tagen, der erlöste Durchschnittspreis bei 1.013 Euro pro Vermietung. Der Anteil des Ferienhaussegments am Gesamtreisemarkt beträgt in Deutschland aktuell 15 Prozent.

Schlussendlich (99)

Zu den alten, ungelösten Fragen gehört die nach dem Verhältnis von Inhalt und Verpackung. Auf jedem Opernball, in jedem Supermarkt, vor jedem Hoteleingang, auf fast jeder Website und auch im Märchen „Kleider machen Leute“ wird sie gestellt, und ist doch menschheitsgeschichtlich noch nie zur vollständigen Zufriedenheit beantwortet worden. Nachweislich beschäftigen sich Werbetreibende und manches Mal gar die Produkthersteller mehr mit dem Umrahmen von Dingen als mit den Dingen selbst. Da werden doppelte Böden oder Luftkammern eingebaut, um mehr Inhalt anzudeuten, als wirklich drin ist. Da werden Verheißungen über die wohltuende Wirkung und entfaltende Kraft gegeben, um besseren Inhalt anzudeuten, als wirklich enthalten ist. Da glänzt und blinkt noch das profanste Ding wie eine Monstranz zu Fronleichnam, um besseren Inhalt anzudeuten, als wirklich geboten wird. Täuschungen, Irreführungen und Mogelpackungen gehören zur Werbung, Preisung und Versuchung, mindestens ... seit es Schokolade gibt. Insofern klingt es einigermaßen verwunderlich, wenn der Vorstandssprecher des Fachverbandes Faltschachtel-Industrie e. V. (der nicht für diese Kolumne erfunden wurde, Ehrenwort!) alle paar Jahre wieder in im eigenen Auftrag erstellten und ansehnlich verpackten Studien davon spricht, dass die Verpackung „als Werbe- und Kommunikationsmittel unterschätzt“ sei. Papp!-Erla!-Papp! – im wahren Leben vielleicht, aber doch im Waren-Leben nicht!

Vom längst traditionellen Blend- und Größenwahn der Verpackungswelt bleibt auch der Tourismus mit seinen Verkaufsstrategien nicht verschont. Doch die Bewertung wird schwieriger: So lange beispielsweise ein Container, so wie es sein Name sagt, dem Beinhalt von Waren und Werten dient, so lange ist das Verhältnis zwischen Verpackung und Inhalt eindeutig: Das standardisierte Äußere schützt das mehr oder

weniger individuelle Innere. Was aber, wenn die Verpackung plötzlich zu einem den Inhalt nicht nur beschreibenden, sondern bezeichnenden Prinzip wird? Wenn die Verpackung nicht mehr weg kann, weil ohne sie der Inhalt entwertet ist? Wenn quasi das Sein der Verpackung das Bewusstsein des Inneren bestimmt? So wie beim neuen Container-Hostel in Rostock (s. Seite 3). Der Container als Stilelement funktioniert hier sehr gut und hebt die alte (Müll-)Trennung von Verpackung und Inhalt auf. Markenidentität entsteht wirklich aus der Verbindung von Außen-Drum und Innen-Drin. Damit ist man vermutlich weiter als andere Teile der Branche, die sich dem Äußeren immer noch einigermaßen unabhängig vom Inneren zu stellen scheinen. So gelesen in einer aktuellen Branchenzeitung, die sich gleich an mehreren zentralen Stellen nicht dem inhaltlichen Aufbau touristischer und gastronomischer Produkte widmet, sondern der Praktikabilität, Transparenz, Ökologie und Nachhaltigkeit von Verpackungen. So steht dort zum Beispiel die Überschrift „Bier darf weiter in den Steinkrug“. Danach ist Bierausschank in undurchsichtigen Gefäßen weiterhin möglich, zumindest dann, wenn der Wirt dem Gast auf Wunsch ein „geeichtes, durchsichtiges Umfüllmaß“ zur Verfügung stellt. Dies spricht nicht für ein Unvertrauen in den Inhalt bzw. in den das Gefäß Befüllenden – die Verpackung muss als Beweismittel für die Reinheit des Inhalts dienen. An anderer Stelle heißt es: „Gästebecher bei Burger King“ – Gäste bekommen einen Rabatt von 10 Cent auf selbst mitgebrachte Gefäße, wenn diese sich in einem guten Zustand befinden, frei von Mängeln und sauber sind. Hier wiederum scheint das Vertrauen in das Eingefüllte größer als in die Hülle. Es geht also hin und her zwischen Verpackung und Inhalt, die Frage nach deren Verhältnis bleibt so ungeklärt wie die nach Henne und Ei – bzw. die zwischen Schale und Ei.

Bücher übers Land



Die Künstlerkolonie Ahrenshoop – im Spätherbst 1889 von dem Oldenburger Maler Paul Müller-Kaempff entdeckt – wurde für ihn und seine nachfolgenden Kollegen ab 1892 ständiger Wohnort. Der Historiker Wolf Karge schlägt in diesem Buch den weiten Bogen von der erdgeschichtlichen Entstehung zur ersten Ansiedlung von Fischern und Bauern und der folgenreichen Inbesitznahme durch die Künstler. Mit zahlreichen Details erzählt er dem Leser die Geschichte dieses Teils Mecklenburg-Vorpommerns und der sich darauf abspielenden Kunstgeschichte.

Ahrenshoop: Künstlerkolonie zwischen Meer und Bodden

Wolf Karge

Erschienen: 23. März 2017 im Verlag Atelier im Bauernhaus, 14,00 Euro, 168 Seiten, Taschenbuch, ISBN 978-3960451129

Für höhere Qualität und Sauberkeit

Kommunen erhöhen Kurtaxe

Einige Seebäder an der mecklenburg-vorpommerschen Ostseeküste planen Veränderungen bei der Kurtaxe und hoffen auf Mehreinnahmen. Die Pläne reichen von einer Abgabe für Hundebesitzer wie in Zinnowitz über eine ganzjährig hohe Kurtaxe ohne Winterrabatt wie in Binz bis zur Einführung einer Kurtaxe für Tagesgäste wie in Lubmin. Nach der Anerkennung Stralsunds als Erholungsort im Jahr 2016 wird auch dort über Kurtaxe und Fremdenverkehrsabgabe diskutiert. Die Gäste erwarten mit erhöhter Kurtaxe auch eine höhere Qualität unter anderem bei der Sauberkeit der Orte.

Impressum

Herausgeber: Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V. · Konrad-Zuse-Straße 2 · 18057 Rostock
Tobias Weitendorf (verantwortl.) · Petra Schierz · Tel. +49 381 4030 615 · tourismuszeitung@auf-nach-mv.de
Titelfoto: TMV/pocha.de

