



# Touristische Verbände fordern mehr Lehre an Hochschulen

Immer mehr tourismusbezogene Studiengänge werden an den Hochschulen in Deutschland gestrichen

Der deutschen Tourismuswirtschaft droht das akademische Fundament wegzubrechen. Mit Sorge verfolgen die touristischen Verbände in Deutschland, dass sich die Universitäten aus der Ausbildung des wissenschaftlichen Nachwuchses und der Forschung des Zukunftsmarktes Tourismus zurückziehen. Aktuell ist ein Studium mit Schwerpunkt Tourismus nur an den vier staatlichen Universitäten in Eichstätt, Freiburg, Greifswald und München möglich. Vor zehn Jahren bildeten noch neun Universitäten touristischen Nachwuchs aus.

„Mit der Ausdünnung der Tourismusausbildung und -forschung an Universitäten werden künftig hochqualifizierte Fachkräfte fehlen, die Innovationen in der Branche vorantreiben“, sagt Reinhard Meyer, Präsident des Deutschen Tourismusverbandes (DTV). In einem gemeinsamen Brief an die Bundesbildungsministerin Anja Karliczek und die Präsidentin des Wissenschaftsrates, Prof. Dr. Martina Brockmeier, fordern der DTV, der Bundesverband der Allianz Selbständiger Reiseunternehmen, der Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW), der Deutsche Hotel- und Gaststättenver-

band, der Deutsche Reiseverband (DRV), die Deutsche Zentrale für Tourismus, der RDA Internationale Bustouristik Verband und die Deutsche Gesellschaft für Tourismuswissenschaft (DGT) eine Umkehr dieses Trends. Deutschland könne es sich nicht leisten, Tourismusforschung einzustellen und wissenschaftlichen Nachwuchs ins Ausland abwandern zu lassen. Gerade hier müsse Exzellenz im internationalen Maßstab gefordert und gefördert werden, appellieren die Verbände.

„Auch die Fachhochschulen leiden unter dem Rückzug der Universitäten aus der touristischen Lehre. Ihnen fehlen Kandidaten für die eigenen Tourismus-Professuren. Denn diese werden mit Touristikern, die in der Regel an Universitäten promoviert haben, besetzt“, erläutert DGT-Präsident Prof. Dr. Jürgen Schmude und ergänzt: „Die Tourismuswissenschaft an den Universitäten liefert wertvolle Ergebnisse im Bereich der Grundlagenforschung. Zukunftsorientierte Lösungsansätze zum demographischen Wandel, Digitalisierung und Klimawandel spielen in der Tourismusforschung eine wichtige Rolle.“

**Fortsetzung auf Seite 2**

## Aus dem Inhalt

### Tourismusknachrichten

Touristische Verbände fordern mehr Lehre an Hochschulen

> Seite 01

### Hier sprechen die Experten

Michael Steuer, Geschäftsführer der Usedom Tourismus GmbH, und Jens Oulwiger, Geschäftsführer des Tourismusverbandes Fischland-Darß-Zingst, über die zukünftige Entwicklung der Regionen > Seite 03

### TMV aktuell

Neuaufgabe des Flyers „Urlaub für Oma, Opa und Enkel“ geplant

> Seite 05

### Vermischtes:

Bücher *übers Land*: Wildschöne Welten in Norddeutschland, Schlussendlich (116) > Seite 08

### Zahl des Monats

**125.500** Besucher der sieben großen Musikfestivals MV – Festspiele MV, Usedomer Musikfestival, Eldenaer Jazz Evenings, Schönberger Musiksommer, Greifswalder Bachwoche, Neubrandenburger Jazzfrühling und See more Jazz Rostock – sorgten 2018 für einen Besucherrekord.

## Fortsetzung von Seite 1

Der Generalsekretär des Wissenschaftsrats, Thomas May, teilte in einer schriftlichen Antwort an den BTW mit, dass man der Bitte der Verbände nicht nachkommen werde. Es lasse sich zum einen schwer einschätzen, ob Tourismus in Deutschland ein eigenständiges Fach darstellt. Eher handele es sich um einen Gegenstandsbereich. Zudem gebe es derzeit insgesamt 138 tourismusbezogene Studiengänge an deutschen Fachhochschulen – wenn auch zum Teil an privaten. Weiterhin fänden sich in der Datenbank geförderter Forschungsprojekte der Deutschen Forschungsgemeinschaft (Gepri) aktuell 16 mit Tourismusbezug. May weist in dem Antwortschreiben auch darauf hin, dass der Wissenschaftsrat in seiner beratenden Funktion zum Bildungsangebot an deutschen Hochschulen nur im Auftrag von Bund und Ländern tätig werde.



Universitätshauptgebäude in Greifswald

An der Universität Greifswald ist der Tourismus-Studiengang in der Geographie angesiedelt. Laut Daniel Schiller, Professor für Wirtschafts- und Sozialgeographie an der Universität Greifswald, werden tourismusgeographische Inhalte durch den Lehrstuhl für Wirtschafts- und Sozialgeographie und den Lehrstuhl für Human-geographie sowie eine Juniorprofessur für Wirtschaftsgeographie und Tourismus vermittelt. Die Lehrstühle wurden 2016 und 2017 wiederbesetzt. Der Masterstudiengang „Tourismus und Regionalentwicklung“ an der Universität Greifswald werde weitergeführt und momentan aufgrund veränderter Arbeitsschwerpunkte der neuen Lehrstuhlinhaber, neuer Anfor-

derungen des Arbeitsmarktes und Anregungen der Studierenden überarbeitet. Der Tourismusschwerpunkt bleibe erhalten. Im Rahmen der Überarbeitung werde die Verzahnung touristischer Themen mit Fragen der Regionalentwicklung weiter gestärkt. „Wir sehen den komparativen Vorteil dieses Studiengangs zukünftig darin, dass Absolventen in der Lage sind, moderne Theorien und Methoden der Wirtschaftsgeographie auf praxisrelevante Fragestellungen der Tourismuswirtschaft anzuwenden. Dadurch werden stärker die regionalökonomischen Aspekte des Tourismus in den Blick genommen“, sagte Schiller. Im Masterstudiengang würden jährlich 25 Studienplätze angeboten, die seit seiner Einführung regelmäßig sehr gut ausgelastet wären. „Zum Wintersemester 2018/19 gab es erstmals eine Unterauslastung. Lediglich sechs Studierende haben den angebotenen Studienplatz in diesem Jahr angenommen. Wir sind noch auf der Suche nach Gründen dafür, warum trotz nach wie vor hoher Bewerberzahlen in diesem Jahr nur so wenige Studierende den angebotenen Studienplatz tatsächlich angenommen haben“, so Schiller weiter. Innerhalb der Geographie werde die Zukunft der Tourismusgeographie davon abhängen, ob es ihr gelingt, eine Anschlussfä-

higkeit an aktuelle konzeptionelle Debatten insbesondere in der Wirtschaftsgeographie herzustellen. An der Hochschule Stralsund findet der Tourismus im Bachelor-Studium „Leisure and Tourism Management“ und im Master „Tourism Development Studies“ statt. Die Fachhochschule des Mittelstandes bietet das Bachelor-Studium „Hotel- und Tourismusmanagement“ an. An der Universität Rostock wird Tourismusmanagement im Rahmen des Studiums der Betriebswirtschaftslehre gelehrt. Und in der Hochschule Neubrandenburg sind der Tourismus und seine Auswirkungen Bestandteil des Bachelors „Naturschutz und Landnutzungsplanung“.

higkeit an aktuelle konzeptionelle Debatten insbesondere in der Wirtschaftsgeographie herzustellen. An der Hochschule Stralsund findet der Tourismus im Bachelor-Studium „Leisure and Tourism Management“ und im Master „Tourism Development Studies“ statt. Die Fachhochschule des Mittelstandes bietet das Bachelor-Studium „Hotel- und Tourismusmanagement“ an. An der Universität Rostock wird Tourismusmanagement im Rahmen des Studiums der Betriebswirtschaftslehre gelehrt. Und in der Hochschule Neubrandenburg sind der Tourismus und seine Auswirkungen Bestandteil des Bachelors „Naturschutz und Landnutzungsplanung“.

## +++ NEWSTICKER +++

+++ Die Hanse- und Universitätsstadt Rostock hat den Zuschlag zur Ausrichtung der **Bundesgartenschau 2025** von Jochen Sandner, Geschäftsführer der Deutschen Bundesgartenschau GmbH erhalten. [www.rostock.de](http://www.rostock.de) +++ Mit dem neuen **Klimawald in der Gemeinde Sehlen** auf der Insel Rügen ist der 19. Klimawald in MV entstanden. [www.waldaktie.de](http://www.waldaktie.de) +++ Zum 1. Oktober 2018 hat die Kölner Hotelgruppe Dorint GmbH das ehemalige Best Western Plus Baltic Hills Usedom übernommen. Das Vier-Sterne-Superior-Haus in Korswandt firmiert jetzt unter dem Namen **Dorint Resort Baltic Hills Usedom**. [hotel-usedom.dorint.com](http://hotel-usedom.dorint.com) +++ Im **Ortsteil Barhöft** der Gemeinde Klausdorf wurde die Erweiterung des Hafens um 3.500 Quadratmeter offiziell freigegeben. [www.regierung-mv.de](http://www.regierung-mv.de) +++ Im **August 2018** wurden in Mecklenburg-Vorpommern rund 1,14 Millionen **Gästeankünfte** (+11,0 Prozent zum Vorjahresmonat) und 5,42 Millionen **Übernachtungen** (+9,7 Prozent) nach Angaben des Statistischen Amtes registriert. [www.regierung-mv.de](http://www.regierung-mv.de) +++ Im **Ostseebad Boltenhagen** ist die Entwicklung und Errichtung eines a-ja Resorts mit rund 225 Zimmern und einem öffentlichen SPA- und Wellnessbereich geplant. [www.boltenhagen.de](http://www.boltenhagen.de) +++ Das Hotel Bernstein Prerow und das Kurhaus Sellin wechseln den Eigentümer und firmieren ab 1. Januar 2019 unter der **Vela Hotels AG**, einer 100-prozentigen Tochter der Primus Immobilien AG. +++ Der **Landesverband MV des Deutschen Jugendherbergwerks** gibt den Standort Barth aufgrund sinkender Gästezahlen und dringend notwendiger, nicht finanzierbarer Sanierungsarbeiten auf. [www.jugendherbergen-mv.de](http://www.jugendherbergen-mv.de) +++ Die Kühlungsborner Stadtvertreter haben die **Gründung einer Tourismusgesellschaft** beschlossen, die als hundertprozentige Tochterfirma ab 1. Januar 2019 das Veranstaltungswesen und Marketing der Stadt übernehmen soll. Damit sollen die touristischen Leistungen, die derzeit noch durch die Touristik-Service-Kühlungsborn GmbH erbracht werden, rekommunalisiert werden. [www.kuehlungsborn.de](http://www.kuehlungsborn.de) +++

# Usedom und Fischland-Darß-Zingst – neue Geschäftsführer übernehmen die Ruder

Michael Steuer, Geschäftsführer der Usedom Tourismus GmbH, und Jens Oulwiger, Geschäftsführer des Tourismusverbandes Fischland-Darß-Zingst, über die zukünftige Entwicklung der Regionen



Foto: privat

Michael Steuer, neuer Geschäftsführer der Usedom Tourismus GmbH

**TMV:** Zum 1. Oktober haben Sie von der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) in Frankfurt/Main an die Ostsee gewechselt. Was hat Sie zu diesem Schritt bewogen?

**Michael Steuer:** Mich hat diese Aufgabe sofort gereizt. Die Insel Usedom ist eine der schönsten Urlaubsregionen Deutschlands und ein tolles touristisches Produkt. Als gebürtiger Sachse ist mir die Insel seit jeher vertraut. Auch stellt die Geschäftsführung der UTG eine Weiterentwicklung meiner Tätigkeit bei der DZT dar, wo ich das Vorstandsreferat leitete. Auf diese Erfahrungen möchte ich aufbauen und freue mich auf die neue Herausforderung.

**TMV:** Welche Aufgaben und Ziele definieren Sie für die Usedom Tourismus GmbH?

**Steuer:** Ich bin frisch gestartet und verschaffe mir gerade einen Überblick. Klar ist, dass ich an das solide Marketing der UTG anknüpfen möchte, aber sukzessive auch eigene Ideen und Impulse einbringen werde. Diese sehe ich vor allem in den Bereichen Digitalisierung, Qualität und Internationalisierung. Bei der Kundenansprache möchte ich dem veränderten Informations- und Buchungsverhalten Rechnung tragen und digitale Kanäle und Medien stärker nutzen. Dies beinhaltet zunächst auch die Überprüfung und Schärfung des Markenkerns „Sonneninsel Usedom“ sowie der Themenschwerpunkte und Zielgruppen. Qualitätsanstrengungen scheinen mir angesichts eines intensiven Wettbewerbsumfeldes wichtiger denn je. Chancen für Wachstum sehe ich zudem auf internationalen Quellmärkten.

**TMV:** Wie steht die UTG im Konzert der Akteure auf der Insel da? Wie schätzen Sie die Verbindung zum Land und zum Landestourismusverband ein?

**Steuer:** Mit der neuen rein kommunalen Gesellschafterstruktur und meiner Person als neuem Geschäftsführer kann man für die UTG fast von einem Neustart sprechen. Unabhängig von der Struktur sehe ich die UTG als zentrale Marketingplattform für alle Akteure entlang der touristischen Wertschöpfungskette der Insel Usedom und habe den Anspruch, attraktive Beteiligungsangebote für Partner zu entwickeln. Auf die enge Zusammenarbeit mit dem Land Mecklenburg-Vorpommern und dem TMV lege ich großen Wert. Mit der Ausrichtung auf Digitalisierung, Qualität und Internationalisierung werden wir am gleichen Strang ziehen.

**TMV:** Wie bringen Sie Ihre Erfahrungen aus der internationalen Tourismusvermarktung für die Steigerung des Anteils internationaler Gäste auf Usedom ein?

**Steuer:** Sowohl bei der Leipzig Tourismus und Marketing GmbH als auch bei der DZT konnte ich über die Jahre eine breite Expertise im Auslandsmarketing erwerben. Darauf möchte ich aufbauen und meine Erfahrungen, Kenntnisse und ein umfangreiches Netzwerk zur Erschließung internationaler Quellmärkte einsetzen.

**TMV:** Welche Herausforderungen und Potenziale stecken in der Nachbarschaft zum derzeit sehr dynamischen Polen?

**Steuer:** Swinemünde und die polnische Ostseeküste haben sich zweifelsohne zu beliebten Reisezielen mit einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis entwickelt. Die DZT wirbt in Kooperation mit der polnischen nationalen Tourismusorganisation (POT) für den grenzüberschreitenden Tourismus. Ich erwäge, eine solche Zusammenarbeit auch auf regionaler Ebene auf- und auszubauen.



Foto: privat

Jens Oulwiger, neuer Geschäftsführer des Tourismusverbandes Fischland-Darß-Zingst

**TMV:** Nach fast vier Jahren ohne amtierenden Geschäftsführer des Tourismusverbandes Fischland-Darß-Zingst haben Sie zum 1. Oktober 2018 dieses Amt übernommen. Was sind Ihre ersten Schritte?

**Jens Oulwiger:** Der Verband hat nicht nur kontinuierlich gute Arbeit geleistet, sondern sich ein neues Unternehmens- und Strategiekonzept erarbeitet, welches wir nun zügig und beharrlich umsetzen wollen. Wichtig ist es mir zuerst, unsere Mitglieder persönlich kennenzulernen und die Erwartungen an uns zu verstehen. Mit den Kommunen spreche ich über die Rolle des Tourismus für die kommunale und regionale Entwicklung und womit Hotels, Gastwirte, Kultur- und Freizeitanbieter zu kämpfen haben. Vor allem bei den Touristikern hoffe ich auf Unterstützung für einen Markenprozess und eine zugespitzte Positionierung der Destination. Zugleich schaue ich mir Struktur und Prozesse in der Geschäftsstelle an.

**TMV:** Welche Aufgaben und Ziele haben Sie mittel- und langfristige?

**Oulwiger:** Der Markenprozess sollte bald beginnen und dauerhaft angelegt sein. Am wichtigsten ist mir ein lebendiger Prozess, der die verbindende Begeisterung für unsere Natur und Kultur produktiv und kreativ nutzt. Über die jährlich abgestimmten Maßnahmenplanungen hinaus brauchen wir ein Marketingkonzept, welches ein integriertes, digitales

**Fortsetzung auf Seite 4**



## Fortsetzung Interview von Seite 3

Konzept sein muss. Es wird unter anderem um qualitativen beziehungsweise kuratierten Content gehen, den wir entlang der Customer-Journey ausspielen. Priorität bei den Managementthemen hat für mich die Frage der Mobilität.

**TMV:** Der Verband soll sich von einer Marketingorganisation in einen Managementverband für die Region wandeln. Was kann das im Detail heißen?

**Oulwiger:** Das Marketing wird nicht unwichtiger. Aber wie in der Politik das Verständnis reift, dass Tourismusentwicklung eine Querschnitts- beziehungsweise Pflichtaufgabe ist, ist die Tourismuswirtschaft mit Fragen konfrontiert, die sich nicht nur mittels Marketing beantworten lassen. Wir müssen selbst dazulernen und unseren Mitgliedern helfen, die digitale Transformation zu verstehen und zu bewältigen. Und wir werden sehen, wie wir ein positives Tourismusbewusstsein fördern und wie sich der Fachkräftemangel lindern lässt.

**TMV:** Wie wollen Sie es schaffen, alle Orte und Regionen auf der Halbinsel im Tourismusverband zu vereinen?

**Oulwiger:** Es heißt, dem stünden persönliche Befindlichkeiten entgegen. Das klingt mir zu abwertend, denn wie

leicht können aus einem Streit Verletzungen entstehen. Und jeder Bürgermeister dient, häufig im Ehrenamt, dem Wohl seiner Gemeinde. Da die Konflikte schon eine Historie haben, hoffe ich für die Akteure, dass die Zeit heilend wirken konnte. Diesen Prozess fördern wir durch gelebte und offene Zusammenarbeit. So setzen wir Urlaubsmagazin und MV-Kampagne mit allen Orten um, immer verbunden mit einem erhöhten finanziellen Beitrag der Nicht-Mitglieder. Aber die Geduld der zahlenden Mitglieder ist endlich, wenn sich große touristische Gemeinden weiter der gemeinsamen touristischen Vermarktung entziehen. Zudem fließen Fördermittel dorthin, wo Kooperation gelebt wird. Ohne ein Zusammenraufen machen wir eindeutig zu wenig aus unseren Möglichkeiten. Übrigens: Die Bedeutung der Halbinsel für das Küstenvorland und umgekehrt ist meinen bisherigen Gesprächspartnern erfreulich klar.

**TMV:** Wie geht es mit dem Mobilitätskonzept und dem Ziel qualitativen Wachstums weiter?

**Oulwiger:** Beim Landkreis läuft für das Mobilitätskonzept eine Ausschreibung. Der Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst beantragt eine geförderte Stelle, um fachlich beratende und bündelnde Instanz sein zu können. Eng mit der Mobilität verbunden ist die gemeindeübergreifende elektronische Gästekarte. Wir sind in den Orten unterwegs, um einen hoffentlich großen gemeinsamen Nenner zu finden. Qualitatives Wachstum müssen wir uns in Einzelziele übersetzen. Sicherlich beinhaltet es Besucherlenkung, Qualitäts- und Weiterbildungsinitiativen und schonenden Umgang mit Ressourcen. Ich begreife Fischland-Darß-Zingst und das Küstenvorland nicht nur als klassisches Urlaubsziel, sondern als einzigartigen, lebenswerten und bewahrenswerten Lebensraum für Mensch und Natur.

## Trauer um Carmen Pralow

Die Tourismusbranche MV trauert um Carmen Pralow, die nach kurzer, schwerer Krankheit am 10. Oktober 2018 verstarb. Pralow war sehr eng mit dem Tourismus in der Müritzregion verbunden, Gründungsmitglied und zeitweise Geschäftsführerin

des Tourismusverbandes Mecklenburgische Seenplatte, langjähriges Vorstandsmitglied in den Tourismusverbänden MV und Mecklenburgische Seenplatte sowie Gründungsmitglied und Vorsitzende des Malchower Fleesenseetouristik-Vereins.

## Anzeige

**GASTRO**  
29. Fach- und Erlebnisausstellung  
für Hotellerie, Gastronomie und  
Gemeinschaftsverpflegung

**18.-21. Nov. 2018**  
10 bis 18 Uhr

**HanseMesse**  
**inRostock**

[inrostock.de](http://inrostock.de)

Veranstalter:

inRostock GmbH Messen, Kongresse & Events

in Partnerschaft mit:

**DEHOGA**  
MECKLENBURG-VORPOMMERN

**Kreishandwerkerschaft**  
Rostock-Bad Doberan

**Ostseezeitschrift**  
RADIO

**OZ** OSTSEE-ZEITUNG  
Weil wir hier zu Hause sind

## Bund fördert Radwege

Gemeinden können Anträge stellen

Das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur stellt 25 Millionen Euro für die Förderung von Radschnellwegen bereit und beteiligt sich damit bis zu 75 Prozent an den Kosten für Planung und Bau. Radschnellwege sind mindestens zehn Kilometer lang, drei bis vier Meter breit und von anderen Verkehrsmitteln getrennt, haben etwa 2.000 Fahrradfahrten täglich, sichere und komfortable Kreuzungspunkte, eine hohe Belastungsqualität sowie geringe Steigung. Interessierte Gemeinden können beim jeweiligen Land Anträge stellen. Dieses beantragt dann die Bundesförderung. [www.bmvi.de/Radschnellwege](http://www.bmvi.de/Radschnellwege)

## Neuaufgabe des Flyers „Urlaub mit Oma, Opa und Enkel“ Weiterbildung auf FDZ

Beteiligung von Beherbergungsbetrieben noch kurzfristig möglich

Anfang 2019 erscheint der Flyer „Urlaub mit Oma, Opa und Enkel“ mit Fokus auf die Vor- und Nachsaison und einer Auflage von 100.000 Exemplaren. Diese werden



Titel des Flyers 2017

regionalen Familienmagazinen in Berlin, Hamburg, Niedersachsen und Sachsen beigelegt sowie auf Promotionsveranstaltungen vertrieben. Familienaffine Beherberger können sich mit Standard-Bildeintrag inklusive Online-Präsentation kurzfristig beteiligen.

Mit immer aktiveren Großeltern und häufig zwei berufstätigen Elternteilen steigt seit einigen Jahren die Zahl der Großeltern-Enkelkinder-Urlaube kontinuierlich an. Vorrangig wird Urlaub in Deutschland gebucht. Laut Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen lag 2017 der Anteil der Reisenden über 50 Jahren mit Kindern bis 14 Jahren bei 12,6 Prozent. Davon interessieren sich 42 Prozent Deutsche (ca. 0,6 Millionen) für einen Urlaub in MV in den nächsten drei Jahren. Damit hat Mecklenburg-Vorpommern in dieser Zielgruppe das größte Potenzial im Vergleich zu anderen nationalen und internationalen Reisezielen.

Kontakt: Corina Reuter, c.reuter@auf-nach-mv.de, Telefon +49 381 4030-669, www.tmv.de/flyer-oma-opa-enkel-urlaub

Drei Fragen an Anett Moritz, Geschäftsführerin der Moritz Academy

**TMV:** Seit 2014 gibt es die Weiterbildungsinitiative Fischland-Darß-Zingst zur Qualitätssicherung und -verbesserung. Wie entstehen die Seminarthemen?



Anett Moritz

**Anett Moritz:** Die Themen sind sehr am praktischen Bedarf der Teilnehmer und Unternehmen orientiert. Als vielreisende Trainer sammeln wir Erfahrungen aller Art, lassen das Erlebte in die Seminare einfließen und untermauern es mit theoretischem Input. Wir sind keine Besserwisser und Lehrer, sondern Unterstützer. Wir erarbeiten gemeinsam mit den Teilnehmern praktikable Lösungen für deren Alltag und arbeiten an Haltung und Einstellung eines Jeden im entsprechenden Kontext.

**TMV: Wer kann an den Schulungen teilnehmen?**

**Moritz:** Fach- und Führungskräfte aus Tourismus, Hotellerie und Gastronomie, denen es am Herzen liegt, ihr Unternehmen und die Tourismusregion weiter zu entwickeln und als herzlichen Gastgeber erleben zu lassen. Aber auch all die, die sich als Dienstleister und Gastgeber sehen, sind herzlich in unseren Seminaren willkommen, um in den gemeinsamen Austausch zu kommen und somit ein starkes Netzwerk in der Region zu bilden.

**TMV: Warum liegt der Moritz Academy die Weiterbildungsinitiative Fischland-Darß-Zingst am Herzen?**

**Moritz:** Mir und meinem Sohn liegt die Region sehr am Herzen, wir sind hier groß geworden, haben hier Familie. Wir kennen die Region aus dem „FF“ und somit auch die Besonderheiten dieses herrlichen Landstriches. Wir sprechen die Sprache der Branche und der Menschen, die hier im Tourismus tätig sind. Aus dieser Verbundenheit heraus entsteht das Verlangen danach, daran mitzugestalten, dass Ähnlichkeit Einzigartigkeit bleibt oder wird. Gerade in Zeiten gesättigter Märkte ist gute Qualität wichtig. Gästebedürfnisse ändern sich. Man sollte niemals den Anschluss am „Zeitgeist“ verlieren und sich je nach Möglichkeit danach ausrichten.

## Regionale Produkte in Gastronomie und Hotellerie

Informationsveranstaltung zu Chancen und Herausforderungen

Am 25. September 2018 trafen sich rund 30 Hoteliers, Gastronomen und weitere Partner zur Informationsveranstaltung „Regionale Produkte in der Gastronomie und Hotellerie“ im Steakhouse in Base-dow, initiiert vom Tourismusverband MV, von der Regionalvermarktungsinitiative Meck-Schweizer und dem Dehoga MV im Rahmen des Projektes Baltic Sea Food.



Teilnehmer der Informationsveranstaltung

Holger Gniffke von der Dienstleistungsgesellschaft für Lebensmitteltechnologie und Ernährung Penzlin präsentierte auf Grundlage einer Befragung von 38 Unternehmen der Ernährungswirtschaft, Gastronomie und Hotellerie Herausforderungen und Chancen bei der Verwendung von regionalen Produkten in der Gastronomie. Zu den Herausforderungen zählten unter anderem die komplizierte Beschaffung, unzureichende Informationen über regionale Produzenten, ungleichmäßige Qualität, unzuverlässige Lieferung, höhe-

rer Aufwand in der Verarbeitung oder teils höherer Mehrpreis. Dem stehen Chancen wie zum Beispiel kurze, umweltschonende Transportwege, frische Zutaten, authentische Angebote für Gäste und Einheimische, die genau wissen, woher die Produkte und die Zutaten kommen, Stärkung der Wertschöpfung und Identität der ganzen Region und Wettbewerbsvorteile für Gastronomen und Hoteliers gegenüber.

Außerdem stellte die Initiative Meck-Schweizer ihre Online-Handelsplattform und das Netzwerk aus Erzeugern, Verarbeitern, Gastronomen und Einzelhändlern in der Mecklenburgischen Schweiz vor. Eine Vielfalt an guten Beispielen zur Gestaltung von Speisekarten, Tischaufstellern und Plakaten mit regionalen Produkten und zahlreiche Tipps, zum Beispiel die monatliche Fokussierung auf einen regionalen Produzenten und dessen Bewerbung, gab das Büro für kulinarische Maßnahmen aus Berlin.

Im Ergebnis der Veranstaltung waren sich die Teilnehmer einig, dass regionale Produkte eine immer bedeutendere Rolle bei Einheimischen und Gästen spielen und deren Vermarktung gestärkt werden muss.

Kontakt: Sandra Hippauf, Projektmanagerin Baltic Sea Food, +49 381 4030-634, s.hippauf@auf-nach-mv.de



# Aktuelles in Bildern

## In Berlin, Litauen und Mecklenburg-Vorpommern



Foto: TMV



Foto: TMV



Foto: Zoo Rostock/Jochim Kloock

Vom 1. bis 3. Oktober 2018 präsentierte der Tourismusverband MV gemeinsam mit Rostock, Wismar, Stralsund und Greifswald, dem Rostocker Zoo sowie den Regionen Rügen, Usedom, Fischland-Darß-Zingst, Vorpommern, Mecklenburgische Seenplatte, Mecklenburg-Schwerin und Mecklenburgische Ostseeküste das Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern bei der diesjährigen Feier zum Tag der Deutschen Einheit unter dem Motto „Nur mit Euch“ in Berlin. Trotz widriger Wetterbedingungen und hoher Sicherheitsmaßnahmen seitens der Veranstalter ließen die Besucher sich kulinarisch, musikalisch und informativ verwöhnen.

Am 21. September 2018 eröffnete das Polarium – eine moderne Erlebnis- und Bildungswelt über Süd- und Nordpol – im Rostocker Zoo. Die Gesamtinvestitionen für den Neubau belaufen sich auf 14,21 Millionen Euro. Das Wirtschaftsministerium wird den Neubau voraussichtlich mit rund 12 Millionen Euro unterstützen.



Foto: TMV



Foto: Fahrzeit Natur

Am 18. Oktober 2018 fand die 9. Fachtagung zum Reittourismus in MV zum Thema „Förder- und Entwicklungsmöglichkeiten für reittouristische Betriebe“ mit mehr als 60 Teilnehmern im Mecklenburgischen Kutschenmuseum in Kobrow statt. Neben der Vorstellung verschiedener Förderinstrumente aus dem Wirtschafts- und Landwirtschaftsministerium wurde eine Abfrage der Bildungsbedarfe zur Erstellung von Weiterbildungs- und Qualifizierungsangeboten gestartet.

Beim „Erlebnistag Pferd & Hund“ in Celle am 14. Oktober 2018 präsentierte der Fachverband Landurlaub gemeinsam mit dem TMV das Reiturlaubsland Mecklenburg-Vorpommern am Gemeinschaftsstand der Bundesarbeitsgemeinschaft „Deutschland zu Pferd“. Bei bestem Wetter informierten sich die zahlreichen Besucher mit großem Interesse über Kinderreitferien, Wanderritte, Reiten lernen für Erwachsene, Reitabzeichenprüfungen oder die verschiedensten Wochenendausritte.



Foto: DEHOGAMV

Der Dehoga MV hat die Köchin Maxi Olivia Mauderer aus dem Kurhaus Warnemünde als beste Auszubildende 2017 geehrt und mit dem Azubi-Award im Gastgewerbe Mecklenburg-Vorpommern ausgezeichnet. Mauderer erlangte bereits im letzten Jahr als Köchin bei den Deutschen Jugendmeisterschaften einen hervorragenden 7. Platz.



Foto: TMV/LANDURLAUB MV

170 Teilnehmer aus 31 Ländern besuchten den 6. Europäischen Landtourismuskongress vom 3. bis 5. Oktober 2018 in Druskininkai, Litauen, organisiert von Eurogite, dem Europäischen Verband für Landtourismus. Die Teilnehmer erhielten Einblicke in den Stand und die Anforderungen internationaler Touristen an den Landtourismus weltweit. MV war durch den Fachverband Landurlaub vor Ort.



Foto: TMV

Zum Thema „Barrierefreie Urlaubstage in und um Wismar und Schwerin“ testeten Journalisten während einer Pressereise des Tourismusverbandes MV vom 26. bis 29. September 2018 Angebote mit geprüfter Qualität für Menschen mit Mobilitäts- und Sinneseinschränkungen, aber auch für ältere Personen sowie Familien mit Kindern.



Foto: TMV

Vom 20. bis 23. September 2018 begaben sich Journalisten und Blogger auf „Spurensuche auf Fischland-Darß-Zingst“ und erkundeten die Region auf den Kultur- und Naturpfaden wie zum Beispiel dem Kunstpfad Ahrenshoop oder dem Haustürenpfad in Prerow. Der TMV und der TV Fischland-Darß-Zingst hatten gemeinsam zu dieser Gruppenreise eingeladen.

# In Durchführung, in Planung und im Vertrieb

## Neues und Traditionelles aus den Regionen, Städten und Verbänden

### Rügener Woche der Nachhaltigkeit

**Insel Rügen.** Bereits zum vierten Mal laden einheimische Institutionen wie die Tourismuszentrale und der Tourismusverband Rügen, die Landesforstanstalt, das „Naturerbe Zentrum Rügen“, der Verein Rügenprodukte und viele weitere Partner vom 20. bis 27. Oktober 2018 zur Rügenger Woche der Nachhaltigkeit ein. Im Fokus stehen dabei das Thema der nachhaltigen Forstwirtschaft, der Markt der nachhaltigen Alternativen mit regionalen Spezialitäten wie Fisch und Wild bis hin zu hausgemachten Brotaufstrichen und Imkereiprodukten. Mit der Veranstaltungsreihe sollen Gäste und Einheimische über einen nachhaltigen Lebensstil informiert und zum Nachdenken angeregt werden. [www.ruegen.de/nachhaltigkeit](http://www.ruegen.de/nachhaltigkeit)



Wald auf Rügen

Foto: Tourismuszentrale Rügen/Christen Thiele

### Hofladenkarte in Planung

**Landurlaub.** Der Fachverband Landurlaub MV plant eine Neuauflage der Hofladenkarte. In neuem Design, mit einer Auflage von 80.000 Stück, soll sie über regionale Produzenten mit Hofläden und Hofcafés in MV, über besondere Touren, wie zum Beispiel die alte Salzstraße im Recknitztal oder das Erlebnisreich Bienenstraße, informieren. Auch landwirtschaftliche Betriebe, die ihre Türen für Gäste öffnen, sowie Milchtankstellen werden präsentiert. Interessierte Anbieter und Dienstleister haben noch kurzfristig die Möglichkeit, ihr Angebot darin



Foto: TMV/LANDURLAUB MV

Hofladenkarte MV mit Booklet

zu präsentieren. Weitere Informationen sowie Auftragsunterlagen und Mediadaten zur Hofladenkarte mit Booklet sind zu finden unter [www.landurlaub.mv.de/aktuelles/neuauflage-hofladenkarte](http://www.landurlaub.mv.de/aktuelles/neuauflage-hofladenkarte).

### Vorstand beim Tourismusverband Usedom neu aufgestellt

**Insel Usedom.** Auf der Mitgliederversammlung des Tourismusverbandes der Insel Usedom am 20. Oktober 2018 wurde Nadine Riethdorf, Kurdirektorin des Ostseebades Koserow, zur Vorstandsvorsitzenden gewählt. Neben Nadine Riethdorf gehören dem neuen Vorstand als Stellvertreter Michael Raffelt (Best Western Hotel Hanse Kogge), Schatzmeister Michael Gericke (HTM Peenemünde) sowie die Beisitzer Stefan Weigler (Bürgermeister Wolgast), Henriette Weitz (UTG), Ralf Saß (Gemeinde Karlshagen), Ralf Kloppenburg (Maritim Hotel), Petra Bensemann (Hotel Das Ahlbeck), Tom Droth (Seetel Hotels) und Martina Sauck vom Landkreis Vorpommern-Greifswald an. [www.tviu.de](http://www.tviu.de)



Nadine Riethdorf, Vorstandsvorsitzende TV Insel Usedom

Foto: privat

### „Mecksikon“: Bundesweit erste Kultur-App gestartet

**Mecklenburgische Ostseeküste.** Die Stiftung Mecklenburg hat mit „Mecksikon – der Kultur-App des Nordens“, einem neuen digitalen Reiseführer, ein einzigartiges Digitalprojekt gestartet. Die geo-



Foto: www.mecksikon.de

Benutzeroberfläche der Web-App „Mecksikon“

datenbasierte App führt Einheimische und Gäste zu Kulturschätzen in Mecklenburg-Vorpommern und bietet damit vor allem jüngeren Interessierten einen zeitgemäßen Zugang zum Erleben kultureller Reichtümer des Landes. Gelistet sind etwa Baudenkmale wie Schlösser und Klöster – zunächst in der Modellregion Nordwestmecklenburg. Mit Text-, Bild-, Audio- und Videobeiträgen, die nicht selten auch Zeitzeugenberichte verarbeiten, bietet das Kulturarchiv authentische Geschichtserlebnisse und Inspirationen für neue Urlaubsentdeckungen. Über eine Eingabemaske im Internet kann jeder, der über Hintergrundwissen und Materialien zu kulturell wertvollen Orten verfügt, Beiträge für „Mecksikon“ erstellen, die nach Prüfung von Web-Moderatoren zeitnah in das App-Angebot überführt und veröffentlicht werden. Die Umsetzung der „Mecksikon“-App wurde durch Mittel des Europäischen Sozialfonds sowie des Landkreises Nordwestmecklenburg gefördert. [www.mecksikon.de](http://www.mecksikon.de)

### Neue Urlaubsmagazine für MV Fischland-Darß-Zingst und Vorpommern

Pünktlich zur Urlaubsplanung 2019 sind das neue Ferienmagazin Fischland-Darß-Zingst und das Urlaubsmagazin Vorpommern erschienen. Darin



Titel der neuen Urlaubsmagazine

informieren die regionalen Tourismusverbände über Orte und Regionen, zahlreiche Veranstaltungstipps, Freizeitaktivitäten und Übernachtungsmöglichkeiten. Die Magazine sind an den Touristinformationen erhältlich und werden über Messen und Promotionveranstaltungen vertrieben.

[www.fischland-darss-zingst.de](http://www.fischland-darss-zingst.de)  
[www.vorpommern.de](http://www.vorpommern.de)

Foto: TVFDZ



## Jetzt bewerben: Der Deutsche Fahrradpreis

Vorzeigeprojekte der Radverkehrsförderung gesucht

Das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur sucht gemeinsam mit der „Arbeitsgemeinschaft fußgänger- und fahrradfreundlicher Städte, Gemeinden und Kreise in NRW“ Projekte zur Radverkehrsförderung, die durch ein neuartiges Konzept überzeugen, mit besonders großem Engagement durchgeführt wurden oder in ihrem Bereich neue Maßstäbe setzen. Ob Radschnellweg, Fahrradparkhaus, Handy-App mit nützlichen Tipps für unterwegs, eine durchdachte Kampagne oder Verleihsysteme für Las-

tenräder – gesucht werden kreative und innovative Ideen und Maßnahmen aus den Bereichen Infrastruktur, Service oder Kommunikation. Teilnehmen können Einzelpersonen, Gruppen, Vereine, Unternehmen und öffentliche sowie private Institutionen, die sich für bessere Radverkehrsbedingungen in Deutschland einsetzen. Die Bewerbungsphase endet am 31. Januar 2019.

Weitere Informationen sind auf der Webseite [www.der-deutsche-fahrradpreis.de](http://www.der-deutsche-fahrradpreis.de) zu finden.

### Schlussendlich (116)

*Dies hier ist auch ein Medium. Verantwortungsträger von Bayern München allerdings gehören bislang wohl nicht zum Leserkreis der Tourismuszeitung. Deswegen können wir nicht gemeint gewesen sein, als sich drei Vereinsspitzen jüngst zu ihrer Sicht auf die Medienwelt zusammengesetzt und artikuliert haben. Fairness, Anstand, Würde: Große Begriffe sollen zu einem großen Verein und zur Reflexion über einen großen Verein passen, wohl vor allem dann, wenn er Größe zeigt, Fairness pflegt und Anstand lebt. So war wohl der Tenor, zumindest in freundlicher Lesart. Wir sind und waren ein zutiefst faires und freundliches Medium, und wir werden auch nicht unfair und unfreundlich gegenüber denjenigen sein, die uns nicht lesen. Wie zum Beispiel die genannten Fußballfunktionäre. Eigentlich war Bayern München auch nie unser Thema, denn es handelt sich dabei nur im erweiterten Verständnis um einen Tourismusverein, der regelmäßig eine Menge Menschen in Reisebewegung setzt und immer wieder selbst auf Tour geht, ob in die Metropolen Europas oder im von uns so genannten interkontinentalen Promotion-Tourismus beispielsweise in die Weiten Asiens. Wir haben uns auch nicht von den drei Herren und ihrer auf ihre Art verblüffenden Pressekonferenz zu diesem Thema motivieren lassen. Vielmehr haben wir den pro-*

*pagierten und geforderten Wertekanon des Vereins sozusagen auf dem Fuße bei einem seiner angestellten Sportler wiedergefunden. Dies darf man als Beweis der Integrität des Ansatzes der Vereinsvorderen sehen – wenn man möchte. Der, wie die meisten wissen, deutsche Nationalspieler Jérôme Boateng ist Verteidiger der Wertewelt Bayern Münchens nicht nur auf dem Platz, sondern auch im touristischen Feld. Er hat sich, wie wir nun erfahren haben, der für gute Arbeitsbedingungen für Mitarbeiter einstehenden „Fair-Job-Hotels“-Initiative angeschlossen und damit seinen im Stadion eingeschlagenen Weg – in dieser Saison ist er bislang ohne gelbe Karte ausgekommen – in unsere Branche übertragen. „Fair-Play ist für mich extrem wichtig auf dem Platz. Wenn du auch Fair-Play in deinem Job haben möchtest, halte dich an Fair-Job-Hotels“, empfiehlt der Weltmeister von 2014. Respekt: Mit Fairness, Würde und Anstand hat er sich und seinem Verein erstmals einen Platz in unserem kleinen Medium gesichert. Der Vollständigkeit halber sei erwähnt, dass auf der Webseite der Fair-Job-Hotels bislang 15 bayerische Hotels geführt werden; aus Mecklenburg-Vorpommern sind zwei dabei. Auf dem großen Feld der außersportlichen Fairness begegnen wir Herrn Boateng damit vielleicht auch bald in unserem Land.*

### 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](mailto:tourismuszeitung@auf-nach-mv.de)  
Titelfoto: TMV/Grundner

## Bücher übers Land



Den Biber, den Wendehals, die Blaugrüne Mosaikjungfer – sie vor die Linse zu bekommen, erfordert intime Kenntnisse der Lebensräume und des Verhaltens der Tiere sowie große Ausdauer, Sitzfleisch und viel Leidenschaft. Wolfram Otto, vielfach preisgekrönter Fotograf und ehrenamtlicher Naturschützer, veröffentlicht seinen ersten Bildband mit atemberaubenden Momentaufnahmen der norddeutschen Flora und Fauna.

### Wildschöne Welten in Norddeutschland

Wolfram Otto

Erschienen: September 2018 im Hinstorff-Verlag, 38,00 Euro, 224 Seiten, gebunden, ISBN 978-3-356-02169-1

## Warnung vor Abzock-falle Datenschutz

Datenschutz Auskunft-Zentrale  
DAZ – ist Betrug

Eine angebliche „Datenschutz Auskunft-Zentrale“ kurz „DAZ“ verschickt derzeit Faxe und Emails an Betriebe und fordert diese auf, zur Erfüllung der Anforderungen der seit 25. Mai 2018 geltenden europäischen Datenschutzgrundverordnung (EU-DSGVO) das angeheftete Formular auszufüllen und per Fax an 00800/7700777 oder per Post an die DAZ – Zentrale Postverteilstelle in der Lehnitzstraße 11 in 16515 Oranienburg zurückzusenden. Dies ist jedoch eine betrügerische Offerte auf Abschluss eines Abovertrages. Betroffene sollten diese Schreiben entsorgen und Mitarbeiter warnen.



Europäische Fonds EFRE, ESF und ELER  
in Mecklenburg-Vorpommern 2014-2020