

Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin e.V.

17. September 2015

Stadt Hagenow

Ausschuss für Wirtschaftsförderung,
Handwerk, Gewerbe u. Tourismus



**Tourismusverband
Mecklenburg-
Vorpommern e.V.**
(inkl. Nordostdeutsche
Marketing GmbH)

Verband Mecklenburgischer Ostseebäder e.V.

Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin e.V.

Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst e.V.

Tourismuszentrale Rügen GmbH (TV Rügen e.V.)

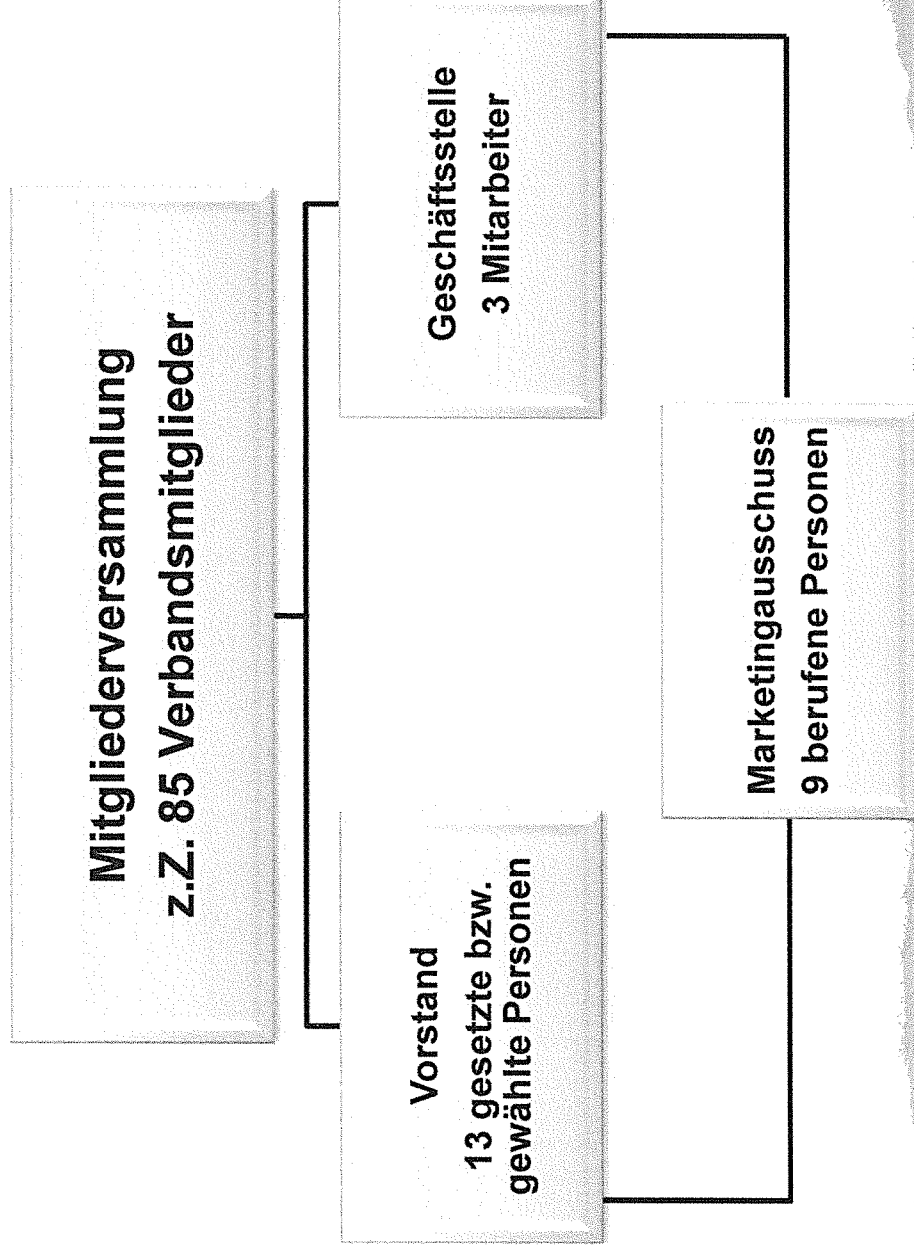
Usedom Tourismus GmbH (TV Insel Usedom e.V.)

Tourismusverband Vorpommern e.V.

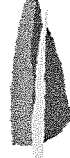
Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V.

Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin e.V.

Gegründet 1991



Wer bereitet die Grundlagen und Rahmenbedingungen für die Arbeit des Verbandes vor ?



Vorstand

- **Vorstandsvorsitzender**
Landrat Rolf Christiansen
- **Stellvertreter des Vorsitzenden**
Martina Müller
Geschäftsführerin Stadtmarketing Schwerin
- **Stellvertreter des Vorsitzenden**
Norbert Reier
Bürgermeister Plau am See
- **Schatzmeister**
Martin Honerla
- **Gisela Schwarz**
Bürgermeisterin Stadt Hagenow
- **Bernd Nottebaum**
Stellv. Bürgermeister Stadt Schwerin
- **Jana Maiwirth** Direktorin Hotel Arte
- **Petra Schmidt**
Direktorin Best Wester Seehotel Frankenhorst
- **Jenny Elshout**
Direktorin WINSTONgolf GmbH
- **Reinhard Mach**
Bürgermeister Stadt Ludwigslust
- **Volker Wünsche**
Stell. GF Apincenter Hamburg-Wittenburg
- **Water Mews** Amt Crivitz
- **Dennis Homrighausen**
Direktor Seehotel Sternberg

TOURISMUSVERBAND
MECKLENBURG-SCHWERIN e.V.



Mitglied im:

Tourismusverband
Mecklenburg-Vorpommern

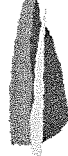


Mecklenburg
Vorpommern
MV hat gut.

Marketingausschuss

- **Vorsitzender**
Michael Wufka
Leiter TI Plau am See
- **Martina Müller**
Geschäftsführerin Stadtmarketing Schwerin
- **Ilka Rohr**
Geschäftsführerin TV Mecklenburg-Schwerin
- **Dorina Reschke**
Leiterin TI Grevesmühlen
- **Anja Rabe**
Direktorin Vielanker Brauhaus
- **Stefanie Merchel**
Marketing Winston Golf
- **Martin Bouvier**
Leiter TI Sternberg
- **Harald Jäschke**
Bürgermeister Stadt Boizenburg
- **Henrik Wegner**
Wirtschaftsförderung Stadt Ludwigslust

Welche Leistungen werden durch den TV Mecklenburg-Schwerin e.V. erbracht und finanziert



Messen / Präsentationen

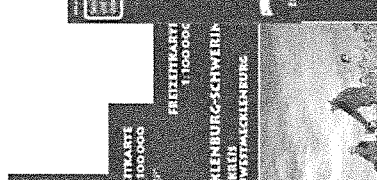
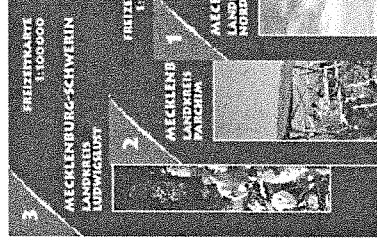
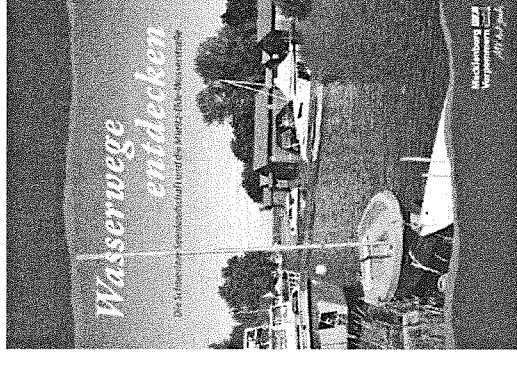
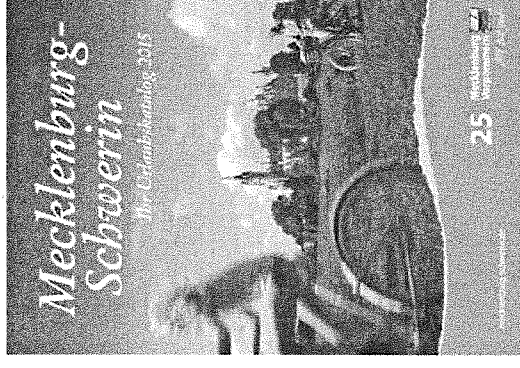
- Präsentation auf Reismessen, z. B. CMT Stuttgart, BOOT Düsseldorf, f.r.e.e. München, ITB Berlin, Reisen HH, Tour-Natur Düsseldorf
- Mitnahme von Publikationen bei Präsentationen von Partnern, u.a. MV-Tag, Tag der dt. Einheit, Hanseschau Wismar, Vakantiebeurs Utrecht, RDA Köln, Ferien Wien, Fespo Zürich, Weltspieltag Berlin, Grüne Woche Berlin, Deutscher Wandertag
- Sonstige Veranstaltungen, z.B. Hafengeburtstag Hamburg, ADFC Radmesse Hamburg

**Insgesamt rund 30 Präsentationen,
7 werden von eigenem Personal betreut**



Printprodukte (Beispiele)

- Gastgeberverzeichnis
jährlich neu mit Sonderkonditionen für
Verbandsmitglieder
- Faltblatt, Plakate, Postkarten: KUNST
OFFEN jährlich Pfingsten, Herausgeber
Kooperationsgemeinschaft
- Sales Guide Mecklenburg-Schwerin
Herausgeber SMG
- Themenbroschüre und Faltblätter
Wasserwege, Herausgeber
Kooperationsgemeinschaft
- Handbuch Elberadweg, Herausgeber
Kooperationsgemeinschaft
- Broschüre Wandern in Arbeit
- Printprodukte der MRH

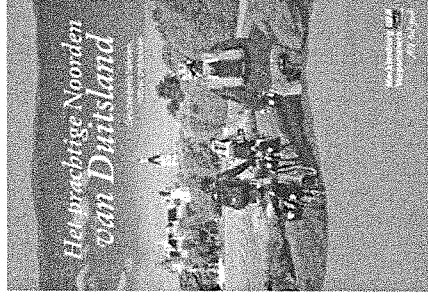
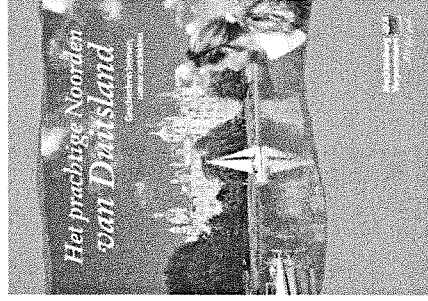


Beteiligung Landespublikationen (Beispiele)

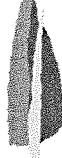
- Bootsurlaub, Wasserwandern in MV, Brandenburg-Berlin
- Schlösser, Parks & Herrenhäuser
- Radurlaub
- Kultur-und Erlebniskarte MV
- mit Internetpräsenz
- Erlebnisreich Natur mit Wandertouren
- Herbst- Winter Aktionsangebote
- Urlaub mit Kind und Kegel
- Reiturlaub



Unterstützung der Produktentwicklung des TMV für den ausländischen Markt



Durch personellen Aufwand bei Recherchen, Datenlieferung, Zuarbeiten wird
gesichert, dass die Region in Publikationen des Landes optimal präsentiert
wird.

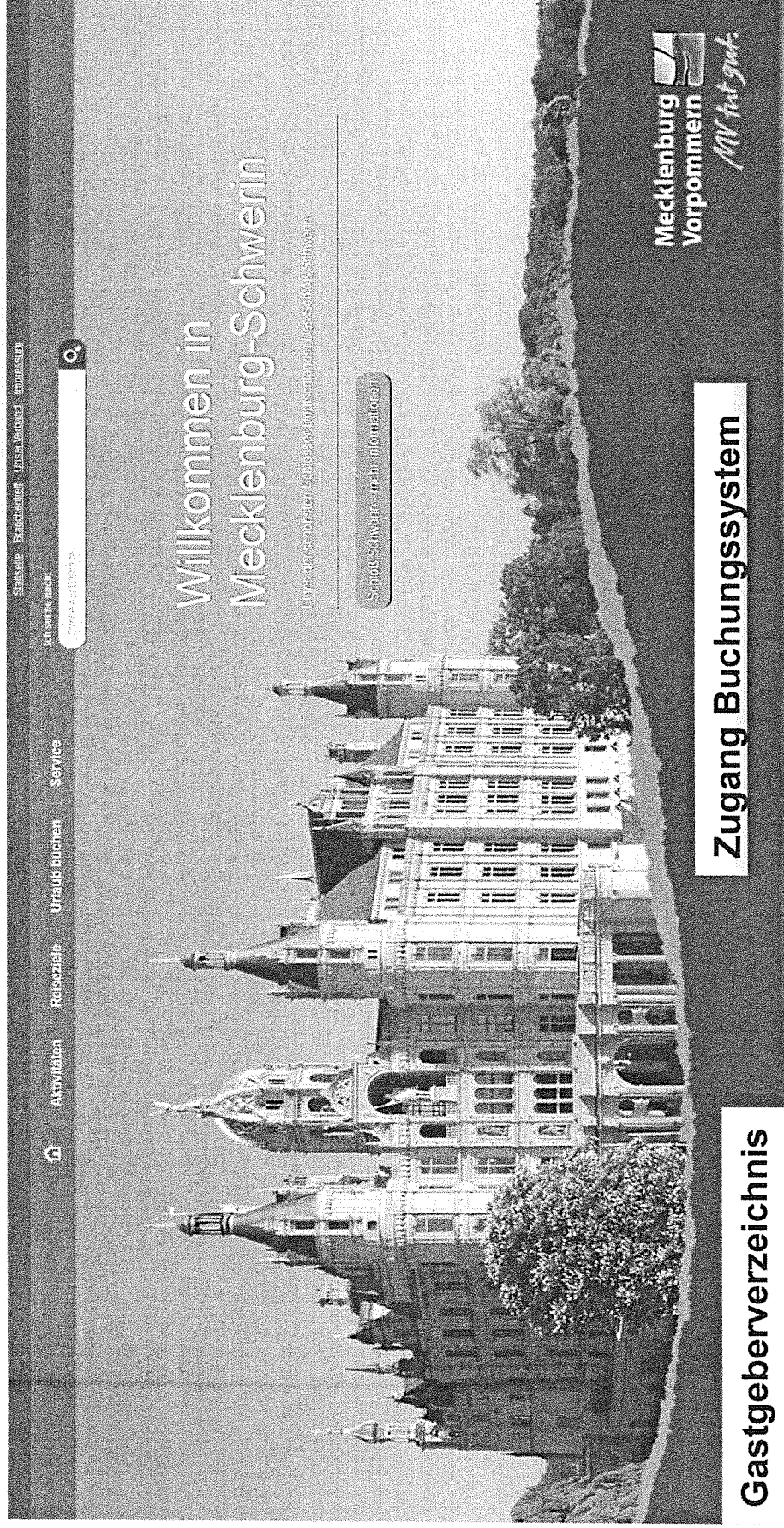


Online Marketing

www.mecklenburg-schwerin.de

[Zugang Ortsportale](#)

[Zugang Branchentreff](#)



[Gastgeberverzeichnis online zum Blättern](#)

[Zugang Buchungssystem](#)

[Zugang Veranstaltungen](#)

Gemeinsame Aktivitäten in den

Bereichen:

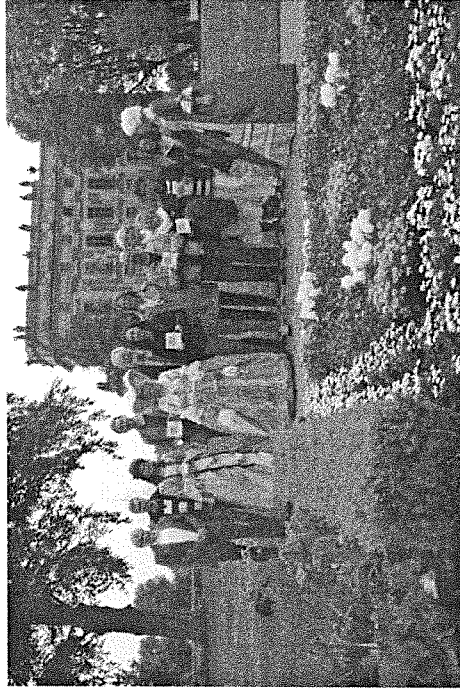
PRINT

WEB

Radrouting

Marktforschung

Pressearbeit



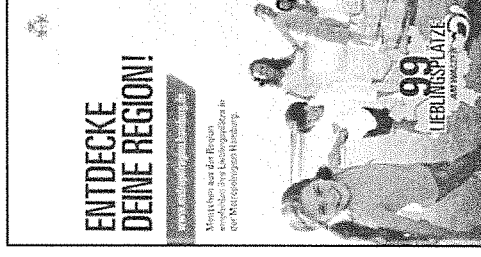
2012



2013



2014



2015



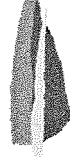
Start der Kampagne

am 11.05.2015 im Schlosspark Ludwigslust



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

- MICE Meet MV / Tagungs- und Incentivepool
- Journalisten-/ Expedientenreisen
- Pressekonferenzen, Interviews
- Recherchen für Journalisten
- Informationsdienst Presse / Medien
- Newsletter / Mailings
- Anzeigenschaltungen
- Redaktionelle Beiträge / Reportagen
- PRESSE POOL MV



PR POOL des Landesverbandes

➤ Pressemitteilungen

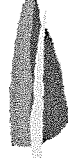
Etwa 100 Mal pro Jahr werden mehr als 1800 Reisejournalisten in Deutschland, Österreich und der Schweiz mit aktuellen Pressemeldungen über News und Highlights versorgt.

➤ Themenpressedienst

6-8 Mal pro Jahr erscheint der Themenpressedienst mit Marketingschwerpunkten und dient den Journalisten als Fundus.

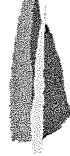
➤ Meck-Pomm-Short-News

Zweiwöchentliches Mailing von 5-8 Kurzmeldungen aus dem Land, die Tipps, buchbare Angebote, Termine u. ä. beinhalten



Projektarbeit / Betreuung von Projekten

- Beteiligung und Unterstützung Projekt LandART MV unter Federführung des Landesverbandes seit 2012 bis 2016
- Betreuung Projekt Wasserstraßenmanagement Westmecklenburg als Netzwerk (wasser-)touristischer Anbieter entlang der Mürz-Elde- und Störwasserstraße mit Koordinierungsstelle in unserer Geschäftsstelle
Kooperationsverbund mit dem Regionalen Planungsverband sowie Leader Aktionsgruppen seit 2012 bis 2014
- Projekt Qualität im Tourismus (QUIT)
in eigener Trägerschaft seit 2010 bis 2012



Qualitätsmanagement

- Teilnahme am Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus und Veröffentlichung der Ergebnisse über Newsletter bzw. Informationsveranstaltungen
- Beteiligung an regionalen Urlauberbefragungen und Auswertung wie z.B. Befragung an der Müritz-Elde-Wasserstraße
- Seminare für Vermieter mit gezielter Beratung zu Trends, Erwartungen der Gäste, Marketingmaßnahmen, Vertriebswege, Online Buchbarkeit etc.
- Klassifizierung von Ferienwohnungen, Ferienhäusern mit Lizenz des Deutschen Tourismusverbandes, Erfassung online, fachliche Beratung der Vermieter
- Erfahrungsaustausch mit Partnern / Mitwirkung an Netzwerken (Gesundheitswirtschaft IHK, Radwegekonzept Westmecklenburg)
- Ständige Weiterbildung der Mitarbeiter /Messeschulung, EDV, Sprachen
- Unterstützung Qualitätsmanagement (MQM) / Gelbe Welle, Camping, Familienurlaub, etc. (Jury Familienurlaub, Jury LandART)

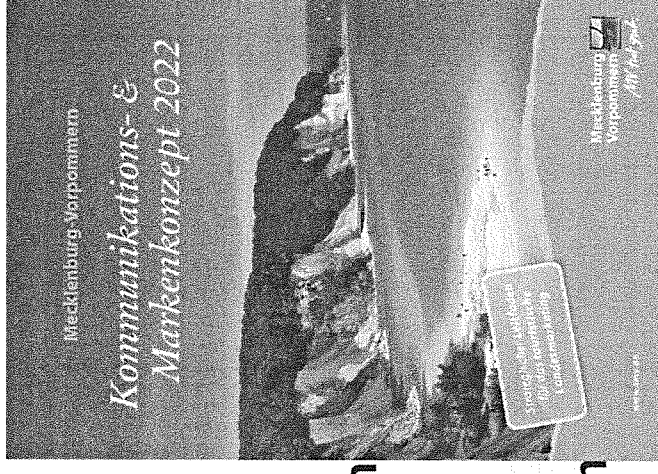


Weitere Leistungen

- Interessenvertretung der Mitglieder gegenüber der Landesregierung, dem Tourismusverband MV und weiterer Institutionen
- Kontaktpflege zu Leistungsträgern und Verwaltungsstrukturen
- Mitgliederbetreuung / Lobbyarbeit
- Aktive Mitarbeit
 - in den AG des Regionalen Planungsverbandes Westmecklenburg und IHK
 - in Leader Aktionsgruppen der Region
 - in den FAG der Metropolregion Hamburg
 - in Fachverbänden, Beiräten, Kuratorien, Ausschüssen (z.B. Kurs Elbe, Elberadweg)
 - im Verein Regionalmarketing Mecklenburg-Schwerin
- Stellungnahmen/Votierung zu touristischen Projekten (Lewitz-Projekt, Märchenstraße, Leader-Projekte)
- Kooperation mit Nachbarstrukturen, -verbänden (u.a. Hamburg Marketing GmbH, Mecklenburgische Seenplatte, Mecklenburgische Ostseebäder)
- Mitwirkung bei Projekten und Entwicklungsplänen zur Infrastruktur (Radwegenetz, Autobahnbeschilderung)

Aktive Umsetzung Marken- und Kommunikationskonzept MV

- Das Konzept liefert mit einem Zeithorizont bis 2022 die strategischen und kommunikativen Grundlagen für die touristische Zukunft unseres Landes mit seinen Regionen
- Das Urlaubsland MV wird in Zukunft mit einem klareren, moderneren und einheitlicheren Gesicht erscheinen und damit den Nerv der Gäste von morgen noch besser treffen
- Die einschneidende Veränderung in der kommunikativen Ausrichtung wird die Konzentration auf vier Urlaubswelten sein, die an die Stelle der bisherigen Themen-, Farben- und Katalogvielfalt treten.
- Die Urlaubswelten „Aktivität&Gesundheit“, „Familie&Kinder“, „Genuss&Kultur“ und „Lifestyle&Trends“ sind das Ergebnis eingehender Analysen zu Markt und Wettbewerb, zu Stärken und Schwächen des Urlaubslandes, zu Zielgruppen und Milieus sowie zu maßgeblichen Trends.

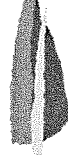


Sonstige Arbeitsprozesse

- Gästeberatung und -vermittlung
- Buchung und Reservierungsvorgänge
- Bearbeitung von Kundenanfragen
- Urlauber- und sonstige Post
- Datenbankpflege
- Verkauf von Werbemitteln und Publikationen
- Vermittlung von Kontakten
- Beratung/Unterstützung von Leistungsträgern
- Sponsorenarbeit
- Buchführung
- Archivierung
- Inventurund all die Dinge, die täglich anfallen



Erfolgreiche touristische Entwicklung durch professionelles Engagement und Marketingmix



Mecklenburg-Schwerin 2014

Steigerung in der Gewerblichen Beherbergung einschl. Camping

besser als Landesdurchschnitt

Gästeankünfte Mecklenburg-Schwerin inkl. NWM:

rund 1,13 Mio./ Steigerung + 6,4% (MV + 2,4%)

Übernachtungen Mecklenburg-Schwerin inkl. NWM:

rund 3,63 Mio./Steigerung + 2,9% (MV +2,0%)

Quelle : Statistisches Amt MV

Wie wird finanziert ?

	2015
Mitgliedsbeiträge	ca. 176.000
Erlöse aus Eigenverwaltung Marketing (Gastgeberverzeichnis, Provisionen aus Buchung/Reservierung, Sonstige Erlöse Marketing)	ca. 80.000
Kostenneutrale Realisierung landesweit bedeutsamer Maßnahmen Tourismusverband M-V (TMV)	ca. 17.850
Projektförderung gesondert und zweckgebunden	

Es ist nicht genau bezifferbar wie viel Euro der Mitgliedsbeiträge über Umwege an die Landkreise und Städte zurückfließen, aber ganz sicher ein Vielfaches!

**Der Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin e.V.
realisiert jährlich
Marketingmaßnahmen im Wert von rund 86 T€
(Ohne Aktion Kunst offen)**

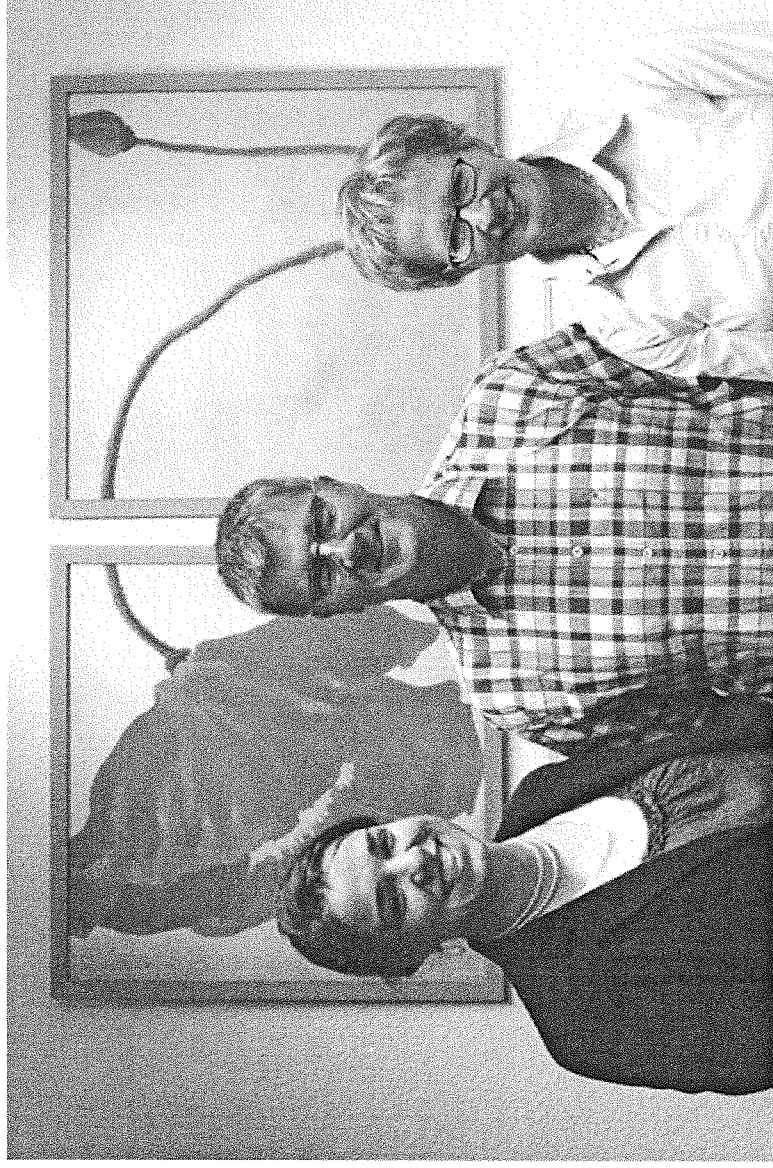
**Hinzu kommen vielfältige Marketingaktivitäten, die nicht
detailliert bezifferbar sind sowie Maßnahmen, die über
geldwerte Leistungen realisiert werden.**

Hierin sind nicht enthalten:

**der Personalaufwand, Dienstreisen-, Hotelkosten, Porto,
Bürobewirtschaftung, Leasing Technik, Kommunikation,
Büromaterial, Gehälter und sonstiger finanzieller Aufwand**

Wer setzt die Aufgaben um ?

**Das Team der
Geschäftsstelle
mit 3 Mitarbeitern**



Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

