



Stadt Hagenow

# Beschlussprotokoll

Gremium:	Sitzung am:	Sitzungs-Nr.
Wirtschaftsförderung, Handwerk, Gewerbe und Tourismus	06.06.2012	19

Sitzungsort:	Sitzungsdauer von – bis
Stadtverwaltung Hagenow Lange Straße 28 - 32 19230 Hagenow – Raum 109	18.15 – 20.30 Uhr

öffentliche Sitzung

nicht öffentliche Sitzung

Lagemann

Ausschussvorsitzende

Becken

Protokollführer

## Teilnehmerverzeichnis

Gremium: Ausschuss für Wirtschaftsförderung,  
Handwerk, Gewerbe und Tourismus

Sitzungstag: 06.06.2012

Sitzungs- – Nr.: 19

Vorsitzende: Frau Helga Lagemann

1. Stellv.: Herr Gert-D. Schlink

2. Stellv. Frau Gabriele Bahr

Teilnehmer	anwesend	von Top – Top	es fehlten	
			entschuldigt	unentschuldigt
<b>Herr Baalhorn</b>			x	
Herr Jessel				
<b>Herr Strauß</b>			x	
Herr Antonioli				
<b>Herr Schlink</b>			x	
Herr Jensen	x	1 - 7		
<b>Frau Bahr</b>	x	1 - 7		
Frau Kryzak				
<b>Herr Palletschek</b>	x	1 - 7		
Herr Wrankmore				
<b>Frau Lagemann</b>			x	
Herr Wodke			x	
<b>Frau Hase</b>			x	
Herr Wulff	x	1 - 7		
<b>Frau Hensen</b>	x	1 - 7		
Frau Welzel				

### Teilnehmer der Verwaltung:

Herr Becken

### Gäste:

Frau Jutta Ohlhöft

## T A G E S O R D N U N G

---

1. Eröffnung der Sitzung, Feststellung der Ordnungsmäßigkeit der Einladung und der Beschlussfähigkeit
2. Genehmigung der Tagesordnung bzw. Anträge zur Änderung
3. Billigung der Sitzungsniederschrift vom 18.04.2012
4. Einwohnerfragestunde
5. Vorstellung des Tourismusverbandes Mecklenburg-Schwerin e.V.  
Aufgaben und Zielstellungen sowie die konstruktive Zusammenarbeit mit den Kommunen bei einzelnen Vorhaben  
Geschäftsführerin: Frau Jutta Ohlhöft
6. Information über aktuelle Ergebnisse im Bereich der Wirtschaftsförderung
7. Anfragen der Ausschussmitglieder

### Zu TOP 1

---

Frau Bahr, zweite stellvertretende Ausschussvorsitzende, eröffnet die Sitzung, begrüßt die Ausschussmitglieder, stellt die Rechtmäßigkeit der Einladung, die Anwesenheit und die Beschlussfähigkeit fest.  
Besonders begrüßt sie Frau Jutta Ohlhöft, Geschäftsführerin des Tourismusverbandes Mecklenburg-Schwerin e.V. und bedankt sich bei ihr für die Bereitschaft, an der Sitzung aktiv teilzunehmen.

### Zu TOP 2

---

Die Tagesordnung wird **einstimmig** angenommen.

### Zu TOP 3

---

Die Niederschrift vom 18.04.2012 wird mit 2 Ja-Stimmen und 3 Enthaltung gebilligt.

### Zu TOP 4

---

Es werden keine Anfragen gestellt.

### Zu TOP 5

---

Frau Ohlhöft stellt sich kurz vor und informiert über ihren beruflichen Werdegang. Seit dem 30.05.1991 ist sie Geschäftsführerin des Tourismusverbandes.

Der Tourismusverband besteht aus 87 Verbandsmitgliedern, einem Vorstand mit 11 gewählten Personen und einem Marketingausschuss mit 6 berufenen Personen. In der Geschäftsstelle arbeiten 5 Mitarbeiter. Als Dachorganisation gibt es den Tourismusverband Mecklenburg Vorpommern e.V.

Dazu gehören folgende regionale Verbände: Verband Mecklenburgischer Ostseebäder e.V.  
 Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin e.V.  
 Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst e.V.  
 Tourismuszentrale Rügen (TV Rügen e.V.)  
 Usedom Tourismus GmbH (TV Insel Usedom e.V.)  
 Tourismusverband Mecklenburgische Schweiz e.V.  
 Regionaler Fremdenverkehrsverband Vorpommern e.V.  
 Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte

Im deutschen Jahresvergleich - Urlaubsreiseziele - (2011) hat Mecklenburg-Vorpommern mit einem Marktanteil von 6,1 % Bayern (6,4 %) fast eingeholt.

Rund 1 Mio. Ankünfte/Steigerung + 2,8 % (MV + 2,2 %)

3,3 Mio. Übernachtungen/Steigerung + 0,8 % (MV- 0,2 %)

Der typische Gast im Binnenland

- ist durchschnittlich 50 Jahr alt (durchschnittlich die ältesten Gäste in MV)
- hat ein durchschnittliches HH-Netto-Einkommen: rd. 2.300 €
- war bereits zwei Mal oder öfter (54 %) in der Region, jeder Zweite ist ein „Wiederholungstäter“
- vergibt Schulnoten für:
- die Zufriedenheit insgesamt 1,8
- für Angebotsqualität 2,2
- Schlechtwetterangebote 2,7
- Gastronomie 2,0
- Unterkunft 1,9
- Preis-Leistung 2,2
- Unterhaltungsangebot 2,6
- 93 % sind mit ihrem Urlaub zufrieden oder sehr zufrieden
- 68 % kommen sicher bis sehr sicher wieder in die Region
- 91 % wollen die Region sicher bis sehr sicher für einen Urlaub weiter empfehlen

93 % der Gäste in M/V bewerten die Gastfreundschaft der Einwohner mit Note 1 oder 2.

### **Messen/Präsentationen**

- Präsentation auf Reisemessen, z. B. CMT Stuttgart, BOOT Düsseldorf, f.r.e.e. München, ITB Berlin, Reisen HH, Austrain Boatshow Tulln (Österreich), Tour-Natur Düsseldorf
- Mitnahme von Publikationen bei Präsentationen von Partnern, u.a. MV-Tag, Tag der dt. Einheit, Hanseschau Wismar, Vakantiebeurs Utrecht, RDA Köln, GTM Mainz, Ferien Wien, Fespo Zürich, Weltspieltag Berlin, Grüne Woche Berlin, Deutscher Wandertag
- Dauer-Präsentationen TMV REGIO-Punkt Berlin und Hamburg

- sonstige Veranstaltungen, z.B. Hafengeburtstag Hamburg, ADFC Radmesse Hamburg

### **Herstellung und Vertrieb 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
- Neuauflage der Freizeitkarten in Planung
- Broschüre Wandern in Arbeit

### **Beteiligung an Landesbroschüren (Beispiele)**

- Das blaue Paradies, Wasserwandern in MV, Brandenburg-Berlin
- Wassersportparadies Ostsee
- Schlösser, Parks & Herrenhäuser
- Mit dem Rad durch den Norden
- 365 Entdeckungen in MV mit Internetpräsenz
- Erlebnisreich Natur mit Wandertouren
- Herbst-Winter Aktionsangebote
- Urlaub mit Kind und Kegel

Durch die Mitarbeiter der Geschäftsstelle erfolgt ebenfalls eine Unterstützung bei der Produktentwicklung des TMV für den ausländischen Markt.

Das professionelle Online-Marketing wird immer wichtiger. Dazu gehört der

- Zugang Ortsportale
- Zugang Veranstaltungen
- Zugang Branchentreff
- Zugang Freizeitnavigator
- Gastgeberverzeichnis online zum Blättern
- Zugang Buchungssystem
- Aktuelle Angebote der Region/Metropolregion HH u.w.

Eine weitere wichtige Aufgabe ist die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Die Geschäftsstelle des Tourismusverbandes Mecklenburg-Schwerin beteiligt sich auch am Qualitätsmanagement.

- Teilnahme am Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus (Gästabefragung unter Schirmherrschaft der Europäischen Reiseversicherung und der Deutschen Zentrale für 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 und Ferienzimmern mit Lizenz des Deutschen Tourismusverbandes, Erfassung online, fachliche Beratung der Vermieter
- Erfahrungsaustausch mit Partnern/Mitwirkung an Netzwerken (Gesundheitswirtschaft IHK)

- Aktive Projektarbeit (z.B. Radwegekonzept Westmecklenburg)
- Ständige Weiterbildung der Mitarbeiter/Messeschulung, EDV, Sprachen
- Unterstützung Qualitätsmanagement (MQM)/Gelbe Welle, Camping, Familienurlaub, etc. (Jury Familienurlaub, Jury LandART)

### **Weitere Leistungen und sonstige Arbeitsprozesse der Geschäftsstelle**

- Interessenvertretung der Mitglieder gegenüber der Landesregierung, dem Tourismusverband MV und weiterer Institutionen
- Kontaktpflege zu Leistungsträgern (Unternehmen, Vermieter, Hotels, Vereine, Museen etc.) und Verwaltungsstrukturen (Landkreise, Städte, Ämter, Ministerien etc.)
- Mitgliederbetreuung/Lobbyarbeit
- Aktive Mitarbeit
  - in den AG des Regionalen Planungsverbandes Westmecklenburg und IHK
  - 4 Leader Aktionsgruppen der Region
  - in den FAG der Metropolregion Hamburg
  - in Fachverbänden und Ausschüssen
  - 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)
- 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
- Inventur
- und all die Dinge, die täglich unplanmäßig anfallen

### **Betreuung von befristeten Projekten**

1. Projekt Wasserstraßenmanagement Westmecklenburg
2. Projekt Qualität im Tourismus (QUIT) Juni 2011 bis Mai 2012 sowie Folgeprojekt Juni 2012 bis Mai 2013

Die wachsende Kooperation mit der Metropolregion Hamburg eröffnet neue Chancen.

Ziel ist es, in der Tourismusbranche mehr Profil zu gewinnen und zu einer Marke zu werden. Für MV wird in der Zukunft mit 4 Urlaubswelten geworben.

## **Marken- und Kommunikationskonzept MV 2022**

Der Tourismus hat sich in Mecklenburg-Vorpommern in den letzten 20 Jahren erfolgreich entwickelt. Als Wirtschafts- und Imagefaktor nimmt er eine herausgehobene Stellung ein. Damit das so bleibt, müssen sich der Tourismus und die Vermarktung der Urlaubsregion Mecklenburg-Vorpommern systematisch weiterentwickeln.

Das Konzept liefert mit einem Zeithorizont bis 2022 die strategischen und kommunikativen Grundlagen für die touristische Zukunft unseres Landes mit seinen Regionen.

Im Kern soll es helfen, die Attraktivität und Qualität auszubauen und ein nachhaltiges Wachstum zu sichern.

Das Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern 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 „Natur und Aktivität“, „Familie und Kinder“, „Genuss und Kultur“ und „Lifestyle und Trends“ sind das Ergebnis eingehender Analysen zu Markt und Wettbewerb, zu Stärken und Schwächen des Urlaubslandes, zu Zielgruppen und Milieus sowie zu maßgeblichen Trends unter gleichzeitiger Berücksichtigung der vorhandenen Produktstruktur Mecklenburg-Vorpommerns.

Frau Ohlhöft fordert weiter dazu auf, alle aktuell geplanten Veranstaltungen im Territorium der Geschäftsstelle in Ludwigslust für die Eintragung in den gemeinsamen Veranstaltungskalender zu melden.

Ebenfalls bittet sie, geeignetes Bildmaterial und Presseartikel für die Marketing-Aktivitäten der Geschäftsstelle zur Verfügung zu stellen.

Zum Beispiel war die Werbung für unsere Region auf der Verpackung von einzelnen Produkten der Mecklenburger Kartoffelveredlung eine wirksame Aktion.

Herr Jensen fragt nach weiteren möglichen Maßnahmen und Aktivitäten im Rahmen der Tourismusförderung, um die alte Synagoge in Hagenow noch wirksamer zu vermarkten.

Durch Veranstaltungen als Gastgeber im Rahmen der Festspiele MV gibt es hier viele Möglichkeiten.

Verstärkte Informationen über Denkmäler, vor allem technische Denkmäler ist eine weitere Reserve in der Marketingarbeit.

Frau Bahr unterbreitet den Vorschlag, auch das Alpincenter in Wittenburg und die Wasser-Skianlage in Zachun für die Tourismuswerbung in unserer Region zu nutzen.

Frau Ohlhöft sieht diesbezüglich weiter Chancen in der Entwicklung von sozialen Produkten in unserer Region.

#### Zu TOP 6

=====

In seinen Informationen über aktuelle Ergebnisse im Bereich der Wirtschaftsförderung beschränkt sich Herr Becken auf die Errichtung eines neuen Werkes der Trolli GmbH und das Investvorhaben der HGL GmbH.

#### Zu TOP 7

=====

Ende des Protokolls