

Geschäftsbericht (2015 – 2016)

Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst e.V.

Foto: © voigt & kranz UG

Mecklenburg
Vorpommern 

fischland-darss-zingst.de

MV tut gut.



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	4
Leitwort	5
Vorstand	6
Marketingausschuss	7
Leitbild	8
Marketing für die Region	9
Bearbeitung der Märkte	12
Anzeigen/bezahlte Redaktion	14
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	16
Onlinekommunikation	20
Cross-Marketing	22
LEADER-Projekt	23
Qualitätssicherung	24
Qualifizierungen	25
Marktforschung	26
Schlusswort	28
Geschäftsstelle	30
Impressum	31





Vorwort

Die Reiseregion Fischland-Darß-Zingst steht gemeinsam mit seinen Nachbarn und Mitbewerbern Rügen, Mecklenburgische Ostseebäder und Usedom für das Urlaubserlebnis Ostsee in Mecklenburg-Vorpommern. Dabei erreicht die Region mit amtlichen 2,57 Mio Übernachtungen einen Anteil von ca. 13,3% der Ostseeurlauber in MV. Mit den „nicht gewerblichen“ Vermietungen d.h. statistisch nicht erfassten Übernachtungen in Betrieben unter 10 Betten werden es nach den Zählungen der Kurkarten sogar ca. 4,96 Mio. Übernachtungen deren Umsätze den Hauptwirtschaftszweig Tourismus in der Region mit Einnahmen speist. Im Vergleich zum Jahr 2014 konnte 2015 ein Zuwachs von 5,6% Übernachtungen verzeichnet werden. In den ersten drei Monaten des Jahres 2016 weist die amtliche Statistik für die Region Fischland-Darß-Zingst 310.740 Übernachtungen (2015: 234.814 Übernachtungen) aus. Das ist die höchste Zuwachsrates landesweit und auch die einzige Zahl mittels der wir uns mit den anderen Regionen vergleichen können.

An diesem Erfolg hat der Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst e.V. mit seiner kontinuierlichen Marketing-, Kommunikations- und Pressearbeit seinen Anteil. Die Aufgabe des Tourismusverbandes Fischland-Darß-Zingst e.V. ist es die Tourismusregion von der Halbinsel bis ins Binnenland bei Urlaubern bekannt zu machen. Unser Wirken soll hauptsächlich in den Quellmärkten der Urlauber spürbar sein. Da uns immer wieder deutlich wird, dass trotz unserer Pressearbeit in der Region, dem Newsletter für Mitglieder und Partnerbetriebe, die Leistungen, die der Verband mit seinen Mitarbeitern und seinen aktiven Mitgliedern erbringt, nicht bei allen touristischen Akteuren der Region bekannt sind, haben wir die Inhalte unserer Arbeit in diesem Geschäftsbericht zusammengefasst. Wir hoffen, dass wir Ihnen hiermit genug Informationen für eine rege Diskussion bieten. Der Vorstand ist gerne bereit mit Ihnen direkt ins Gespräch zu kommen. Dieses Angebot gilt gleichermaßen für kommunale Gremien, Vereinsvorstände, Unternehmen und Einzelpersonen.

Sprechen Sie meine Mitarbeiterinnen oder mich in der Geschäftsstelle an.

Thomas Sievert,
Vorstandsvorsitzender

Juni 2016



Leitwort



„Mecklenburg-Vorpommern gehört zu Deutschlands beliebtesten Urlaubszielen. Diese Position zu stärken und auszubauen ist das Ziel der landesweit und regional tätigen Tourismusverbände. Sie bündeln Informationen zu Unterkünften und Aktivitäten, werben auf Messen und Ausstellungen, fördern die touristische Infrastruktur und sind damit Bindeglied zwischen Urlaubern und Anbietern der Region.

Nur gemeinsam mit den regionalen Tourismusverbänden kann ein starkes Marketing für das gesamte Urlaubsland funktionieren. Mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V. stellen wir den Dachverband, der touristische Angebote im Land koordiniert und die Zusammenarbeit auf regionaler Ebene fördert. Der Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst e.V. ist seit Jahren ein verlässlicher Partner und gilt für uns als die Vertretung ebendieser Urlaubsdestination.

Unser gemeinsames Kooperationsmarketing beinhaltet eine Vielzahl von Marketing- und Kommunikationsmethoden, wie zum Beispiel Messeauftritte, Promotion-Veranstaltungen, Gestaltung auflagenstarker Printmedien sowie Onlinewerbung. Auch über den Regionenpressedienst sind wir, der TMV, eng mit dem Regionalverband vernetzt, welcher regelmäßig Aktuelles und Neuigkeiten aus der Region Fischland-Darß-Zingst übermittelt. Diese News aus der Region werden dann über Multiplikatoren und Medienpools an Urlaubsgäste verbreitet. Gemeinschaftlich organisierte Pressereisen bringen zudem eine Vielzahl bedeutsamer Journalisten und Medienvertreter in die Region.

Der Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst e.V. ist ein starker Partner in der Entwicklung innovativer Produkte wie z.B. der Realisierung der Datendrehzscheibe für MV. Er hilft dem Landesverband bei der Entwicklung der ländlichen Räume (z.B. Gartenroute MV) und unterstützt die Vernetzung der Region.

Bernd Fischer,
Geschäftsführer des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern e.V.





Der Vorstand des Tourismusverbandes Fischland-Darß-Zingst e.V.

*Der Vorstand des Tourismusverbandes tagt im Normalfall monatlich.
Er bestimmt die Strategie und kontrolliert die Geschäfte des Verbandes.
Derzeit besteht der Vorstand aus Mitgliedern der Bereiche
Kommune (6), Landkreis (1), Hotellerie (1), Ferienhausvermietung (2), Freizeitanbieter (1)*

Namentlich sind die Mitglieder des Vorstandes:

Herr Thomas Sievert

1. Vorsitzender
Kur- u. Tourismus GmbH Zingst,
Stellvertretender Geschäftsführer
im Vorstand seit 2005

Herr Roland Völcker

2. Vorsitzender
Kurdirektor Ostseebad Ahrenshoop
im Vorstand seit 2011

Frau Heike Karnatz

Stadt Ribnitz-Damgarten,
Amtsleiterin Amt für Tourismus, Schule und Kultur
im Vorstand seit 2013

Frau Martina Schwinkendorf

Landkreis Vorpommern-Rügen
im Vorstand seit 2014

Herr Fedor Jokisch

Strandperlen Ferien an der Ostsee GmbH,
Geschäftsführer
im Vorstand seit 2001

Norbert Schöler

Stadt Marlow
Bürgermeister
im Vorstand seit 2014

Herr Ernst-Dieter Alex

Vorsitzender Fremdenverkehrsverein Wustrow e.V.
Gründungsmitglied und Vorstandsmitglied seit 1991
mit Unterbrechung

Herr Henrik Schmidtbauer

Darßtour
im Vorstand seit 1998 mit Unterbrechung

Frau Nicolle Schewelies

Stadt Barth
im Vorstand seit 2014

Frau Isolde Heinz

Generaldirektorin
Strandhotel Dünenmeer & Strandhotel Fischland
im Vorstand seit 2014

Dr. Benita Chelvier

Tourismus- und Kur GmbH Graal-Müritz
im Vorstand seit Juni 2015

Herr Roland Fischer

Mitglied des Präsidiums des Tourismusverbandes
Mecklenburg-Vorpommern
Geschäftsführer, Hotel Ahrenshooper Hof GmbH & Co. KG.
Koopt. Vorstandsmitglied seit 2003



Der Marketingausschuss

Der Marketingausschuss tagt möglichst mehrmals im Jahr, zur Nachbetrachtung der abgelaufenen Kommunikations- und Messesaison und zur Vorbereitung der neuen Saison bzw. der Erstellung des Marketingplanes.

Die Mitglieder des Marketingausschusses sind:

Anne Crämer, Kur- und Tourismus GmbH Zingst,
Vorsitzende des Marketingausschusses

Ernst-Dieter Alex, Fremdenverkehrsverein Wustrow e.V.

Martin Henke, Zimmerbörse Prerow

Anne Horstmann, adebar GbmH

Dr. Bernd Kuntze, Tourismus- und Kur GmbH Graal-Müritz

Heike Karnatz, Stadt Ribnitz-Damgarten

Roland Völcker, Kurverwaltung Ahrenshoop

Jens Voigt, Voigt & Kranz UG

Karl-Heinz Voß, Voß & Kruse GbR

Kati Reiche, Ahrenshooper Ferien

Fedor Jokisch, Strandperlen Ferien an der Ostsee GmbH

Jan Gereit, Vogelpark Marlow

Stephan Fellmann, Kurverwaltung Dierhagen

n.n.

n.n.

Statement zur Arbeit des Marketingausschusses

„Im Marketingausschuss bringt jedes Mitglied die Erfahrungen aus seiner eigenen Arbeit ein. Ziel ist es, die gesamte Region in den einzelnen Projekten abzubilden, um mit mehr Kraft Aufmerksamkeit zu ziehen und Gäste zu generieren. Die Diskussionen im Marketingausschuss waren konstruktiv und führten zu einem nachstehend aufgeführten Plan und vor allem einer Realisierung der geplanten Maßnahmen, die offensichtlich zu einem Erfolg geführt haben, was die Entwicklung der Gästereisen betrifft. Den Mitarbeiterinnen der Geschäftsstelle ist für ihre kreative Umsetzung, ihre unermüdliche Arbeit und ihr Engagement zu danken. Sehr bedauerlich ist der Austritt von Tourismusverbandsmitgliedern. Schwächt das doch den Verband und behindert eine gedeihliche Arbeit für die gesamte Region. Dies führte bisher schon zu einem etwas verzerrten Bild von Fischland-Darß-Zingst, das sich dem Gast bietet.“

Die Reduzierung der Mitglieder des Tourismusverband FDZ muss sehr kritisch und auch sehr selbstkritisch im Marketingausschuss ausgewertet und gewertet werden, zeigt dies doch, dass das Innenmarketing ungenügend war und ist. Hier muss der Marketingausschuss gemeinsam mit dem Vorstand aktiv werden, jede Unterstützung bei den Verbandsmitgliedern suchen und mit ehemaligen Mitgliedern das Gespräch suchen.“

Anne Crämer,
Vorsitzende des Marketingausschusses, Marketingleiterin
Kur- und Tourismus GmbH Zingst





Leitbild

Für die Arbeit der Geschäftsstelle haben wir uns ein Leitbild gegeben:

Wir wollen ...

eine attraktive und unverwechselbare Urlaubsregion durch ein gezieltes Marketing stärken.

Wir schaffen ...

eine einheitliche, starke Marke, die sich durch ein aktives, gut verzweigtes Netzwerk von Mitgliedern in der Region auszeichnet.

Wir beraten ...

und helfen bei der Umsetzung von Marketingstrukturen. Dabei wollen wir durch Kreativität und Engagement richtungweisende Impulse geben.

Wir stehen ...

für einen gewissenhaften Umgang mit den natürlichen Ressourcen unserer Region und wollen den Tourismus erfolgreich, doch verantwortungsvoll im Einklang mit unserer einzigartigen Natur gestalten.

Wir leben ...

Gastfreundschaft, Servicequalität und norddeutsche Herzlichkeit. Die traditionelle Kultur und Lebensart der Region begleitet uns in allen Bereichen.

Marketing

Kommunikationspakete 2015/2016

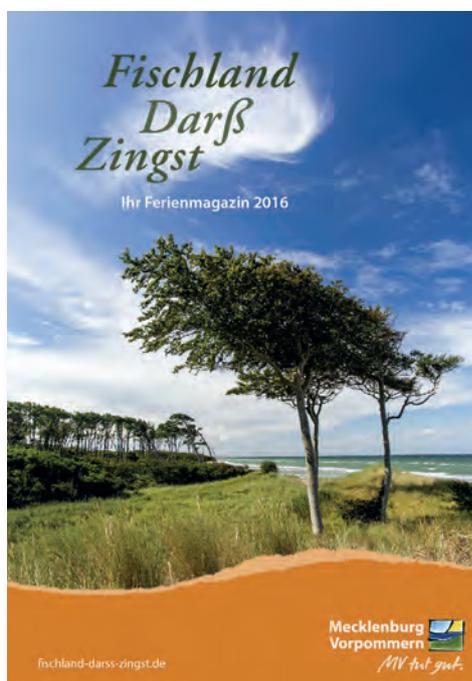
Alle durchgeführten Kommunikationsmaßnahmen werden crossmedial umgesetzt. Inhalte finden sich immer im Print, Internet, Social-Media Kanälen, Pressemitteilungen, Anzeigen wieder. Als Beispielfeld dient aber natürlich das Cover des Printprodukts.

Ferienmagazin 2016 – Fischland-Darß-Zingst

Das Ferienmagazin ist das Hauptwerbemittel der Region Fischland-Darß-Zingst. In der Broschüre befindet sich ein Gastgeberverzeichnis für die gesamte Region sowie viele allgemeine Informationen zum Reisegebiet. Mit einer Auflage von 100.000 Stück ist das Ferienmagazin das auflagenstärkste Gastgeberverzeichnis in ganz Mecklenburg-Vorpommern. Alle teilnehmenden Kur- und Erholungsorte produzieren keine eigenen Kataloge mit Gastgeberverzeichnissen, sondern verteilen und versenden fast ausschließlich das gemeinsame Ferienmagazin. Das Ferienmagazin liegt in jeder Touristinformation der Region aus. Zudem sind in der Region an unterschiedlichen Standorten auffällige orangefarbene Prospektboxen aufgestellt, die mit dem Ferienmagazin durch die Partner bestückt werden.

Alle Einträge von Vermietern und Hotels finden sich im Online-Gastgeberverzeichnis auf der Webseite fischland-darss-zingst.de wieder. Der Eintrag im Online-Gastgeberverzeichnis ist bei einer Buchung eines Eintrages im Printkatalog inkludiert.

Für den zusätzlichen Vertrieb auf Messen wurde ein Flyer in Postkartenform erstellt, auf dem sich ein QR-Code und die der Link zum online-blätterbaren Ferienmagazin befindet. Das Ferienmagazin kann auch über die Karte auf dem Postweg beim Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst e.V. bestellt werden. Die Karte wurde in einer Auflage von 5.000 Stück produziert.



Ihr Ferienmagazin 2016 – Fischland-Darß-Zingst

Für Sie online blätterbar zu finden unter:
<http://www.fischland-darss-zingst.de/vertrieb/>
 ferenzkatalog online-blättern/

oder Sie scannen mit Ihrem Smartphone
 oder Tablet einfach den QR-Code, der Sie
 direkt zum Ferienmagazin führt.

Ich möchte den Ferienkatalog per Post bestellen:

Name _____
 Straße _____
 PLZ _____
 Ort _____
 Telefon _____
 E-Mail _____

Tourismusverband
 Fischland-Darß-Zingst e.V.
 Barther Straße 16
18314 Löbnitz

Bitte
 ausreichend
 frankieren





Der Kurkartenflyer wird allen Kur- und Erholungsorten kostenlos zu Verfügung gestellt.

Kurkartenflyer 2015, Kurkartenflyer 2016 / Kurkarte

Der Kurkartenflyer wird jährlich in einer Auflage von 140.000 Stück produziert. Darin sind die Leistungen verzeichnet, die der Kurkarteninhaber in der Region in Anspruch nehmen kann. Der Tourismusverband übernimmt bei der Erstellung und Produktion eine zentrale Rolle. Die Finanzierung des Kurkartenflyers erfolgt über die Einnahmen aus den Anzeigenverkäufen im Flyer und auf den Rückseiten der Kurkarten, die durch die Kurverwaltungen produziert und ausgegeben werden.

Auf der Halbinsel gibt es eine einheitliche Kurkarte, die von den Orten Graal-Müritz, Dierhagen, Wustrow, Ahrenshoop, Wieck, Zingst, Barth und Bad Sülze genutzt wird. Das Layout liegt in der Verantwortung des Tourismusverbandes. Die Produktion wird von den einzelnen Orten je nach Bedarf koordiniert.

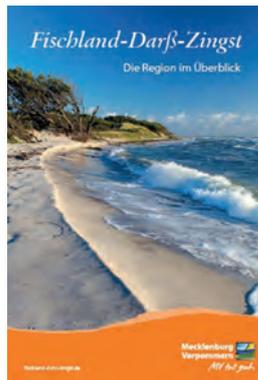
Sonderveröffentlichung „25 Jahre Nationalpark Vorpommersche Boddenlandschaft“

Anlässlich des 25-jährigen Jubiläums des Nationalparks Vorpommersche Boddenlandschaft hat der Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst zum Geburtstag am 12.09.2015 eine Broschüre über den Nationalpark veröffentlicht. Darin sind u.a. ein kleiner Rückblick auf die letzten 25 Jahre, die Nationalparkpartner sowie Tourentipps und Naturbeobachtungstipps enthalten. Die Broschüre wurde in einer Auflage von 20.000 Stück produziert und ist mit Unterstützung der Nationalparkpartner, des Nationalparkamtes und der Stiftung Umwelt und Naturschutz Mecklenburg-Vorpommern entstanden.



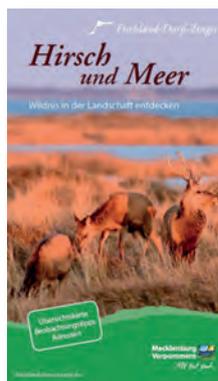
Campingflyer

Der Campingflyer ist Anfang 2015 in einer 20.000er Auflage erschienen. Präsentiert werden zahlreiche Campingplätze der Region. Der Flyer wird auf Messen vertrieben und auch im Internet gern beim Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst e.V. bestellt.



Imagefaltkarte „Die Region im Überblick“

Dieses Printprodukt ist vordergründig als Marketinginstrument für Messen gedacht. Viele potenzielle Gäste wollen sich erstmal einen Überblick über die Region verschaffen und wollen nichts Schweres tragen. Daraufhin ist die kleine Faltkarte entstanden. Sie enthält die Informationen aus der vergriffenen Imagebroschüre über Fischland-Darß-Zingst sowie eine kleine Übersichtskarte der Region. Die Publikation wurde in einer Auflage von 40.000 Stück produziert und ist im November 2015 erschienen.



Naturklänge 2015 und 2016

Seit fast 15 Jahren ist die Konzertreihe „Naturklänge“ aus dem Veranstaltungskalender der Region Fischland-Darß-Zingst nicht mehr wegzudenken. Die Konzerte finden in den Monaten Juni – September statt. Der künstlerische Leiter Lutz Gerlach erstellt zusammen mit den einzelnen Veranstaltern das Programm. Der Tourismusverband koordiniert die Erstellung, Produktion sowie Verteilung der Programmhefte, Plakate, Banner und Eintrittskarten. Außerdem werden alle Veranstaltungen auf den Webseiten fischland-darss-zingst.de und naturklaenge.net präsentiert. Neben einigen anderen fungiert der Tourismusverband auch als Vorverkaufsstelle für die Eintrittskarten. Durch eine enge Zusammenarbeit mit der regionalen Presse kommt eine rege Berichterstattung zustande. Der Vorverkauf der Eintrittskarten für die „Naturklänge 2016“ läuft erstmals über reservix.de.

Programmheft: Format DIN A6, Auflage 20.000 Stück
 Plakat: Format DIN A3, Auflage 100 Stück
 Eintrittskarte: Format 8 x 15 cm, Auflage 4.000 Stück



Flyer zum CityNightLine aus Zürich

Speziell für die Messe Fespo Zürich im Januar 2016 wurde ein Flyer in kleiner Auflage produziert, der auf die CityNightLine-Verbindung von Zürich nach u.a. Ribnitz-Damgarten aufmerksam machen soll.

Faltkarte „Hirsch & Meer“

Die Faltkarte „Hirsch & Meer“ erfreute sich sehr großer Beliebtheit bei den Gästen. Nun ist es gelungen eine Neuauflage der Karte zu produzieren. Es sind wieder wichtige Informationen zu den Themen Naturbeobachtung, Tierarten und Naturräume enthalten. Die Faltkarte „Hirsch & Meer“ ist im Juni 2016 erschienen und liegt in einer Auflage von 40.000 Stück vor. Ein Dank für die Unterstützung geht an die Deutsche Wildtierstiftung.



„Urlauber-Klöntür“

Von der „Urlauber-Klöntür“, dem Kultur- und Veranstaltungsmagazin für die Region Fischland-Darß-Zingst wurden 2015 vier Ausgaben herausgegeben. Die Ausgaben 1 und 2 in gedruckter Form, die Ausgaben 3 und 4 als Online-Magazin.

Ausgabe 1-2015 · Zeitraum: März – Mai
 Auflage: 7.500 Stück

Ausgabe 2-2015 · Zeitraum: Juni – August
 Auflage: 10.000 Stück





Bearbeitung der Märkte

Ein wichtiger Bestandteil bei der Bearbeitung der Quellmärkte sind Teilnahmen an Messen und Promotion-Veranstaltungen. In ausgesuchten Quellmärkten präsentiert der Tourismusverband das Reisegebiet und knüpft so Kontakte zu neuen Gästen. Zahlreiche Stammgäste informieren sich auf den Veranstaltungen über neue Produkte der Region. Die Messen und Promotion-Veranstaltungen der letzten 1,5 Jahre zählten insgesamt ca. 2,5 Mio. Besucher. Bei der Auswahl der Märkte legt der Marketingausschuss hohen Wert auf die Ausgewogenheit zwischen der Pflege von Stammmärkten und der Bearbeitung von Potenzialmärkten. Insbesondere im Hinblick auf die sehr hohen Kosten für einzelne Veranstaltungen ist diese Auswahl notwendig.

Messen & Promotion-Veranstaltungen

2015

Internationale Grüne Woche Berlin:

16.01. – 25.01.2015

CMT Stuttgart:

17.01. – 25.01.2015

Dresdner Reisemarkt:

30.01. – 01.02.2015

Reisen Hamburg:

04.02. – 08.02.2015

Beach & Boat Leipzig:

12.02. – 15.02.2015

Reisemarkt Bahnhof Leipzig:

27.02. – 01.03.2015

ITB Berlin:

04.03. – 08.03.2015

Hamburger Hafengeburtstag:

08.05. – 10.05.2015

Weltspieltag in Berlin:

30.05. – 31.05.2015

Photo + Adventure Duisburg:

13.06. – 14.06.2015

Deutscher Wandertag in Paderborn:

17.06. – 22.06.2015

19. Bremer Fahrradfestival:

18.07. – 19.07.2015

Hamburg Cyclastics:

21.08. – 23.08.2015

Tour Natur Düsseldorf:

04.09. – 06.09.2015

Nationalparktag Wieck:

12.09.2015

Tag der Deutschen Einheit in Frankfurt/Main:

02.10. – 04.10.2015

Nationalparktage Zingst:

02.10. – 04.10.2015

Reisebörse Sterncenter Potsdam:

09.10. – 10.10.2015

Brockumer Großmarkt:

31.10. – 03.11.2015

T&C Leipzig:

18.11. – 22.11.2015

2016 (1. Halbjahr)

Internationale Grüne Woche Berlin:

15.01. – 24.01.2016

CMT Stuttgart:

16.01. – 24.01.2016

Ferien Wien:

14.01. - 17.01.2016

Fespo Zürich:

28.01. - 31.01.2016

Dresdner Reisemarkt:

29.01. – 31.01.2016

Reisemesse Halle:

05.02. – 07.02.2016

f.r.e.e. München:

10.02. – 14.02.2016

Reisen Hamburg:

17.02. – 21.02.2016

ITB Berlin:

09.03. – 13.03.2016

Hamburger Hafengeburtstag:

05.05. - 08.05.2016

NDR-Landpartiefest in Rendsburg:

28. – 29.05.2016

Deutscher Wandertag in Sebnitz:

22.06. – 27.06.2016



Jahresabschlussveranstaltung der DZT in Zürich

Am 02.12.2015 hat die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) anlässlich der Jahresabschlussveranstaltung zu einem Mecklenburg-Vorpommern-Abend eingeladen. Aus Mecklenburg-Vorpommern haben zahlreiche Vertreter der Regionen und einzelner touristischer Anbieter sowie der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern teilgenommen. Auch die Region Fischland-Darß-Zingst war an diesem Abend vertreten.



Es gab die Gelegenheit bei einem stimmungsvollen Abend mit Reiseveranstaltern aus der Schweiz ins Gespräch zu kommen. Es wurden intensive Gespräche geführt und interessante Kontakte geknüpft. Viele Veranstalter haben die Region Fischland-Darß-Zingst schon im Programm bzw. waren sehr interessiert daran, weitere Kontakte mit Anbietern in der Region zu suchen. Bei der Tombola konnten auch zwei hochwertige Preise aus der Region Fischland-Darß-Zingst verlost werden. Der besondere Dank geht hier an das Strandhotel Fischland Dierhagen und an das The Grand Ahrenshoop.





Anzeigen/ bezahlte Redaktion (Auswahl)

Anzeigenschaltungen und bezahlte Artikel werden vom Verband mit verschiedenen Zielen eingesetzt. Zum Einen für die besondere Positionierung von einzelnen Themen, die zur Reiseentscheidung führen können, für die ergänzende Bearbeitung von Quellmärkten bei Medien mit lokalem/ regionalem Bezug und zum Anderen für das Crossmarketing von Aktionen.

Tambiente – Magazin „Aktiv“

2015 und 2016: Beteiligung mit jeweils einer halben Seite sowie einer Kataloganzeige. Tambiente veröffentlicht jährlich Magazine zu verschiedenen Themen wie „Aktiv“, „Kultur“, „Wellness“. Das Magazin zum Thema „Aktiv“ ist am beliebtesten bei den Gästen. Vertrieben werden die Hefte auf zahlreichen Messen und zusätzlich an Abonnenten verschickt.



„Wanderbares Deutschland“

2/1 Reportage im März 2015, Spezial „Wandern in Mecklenburg-Vorpommern“ Das Magazin „Wanderbares Deutschland“ ist die Hauptpublikation des Deutschen Wanderverbandes. Die Region Fischland-Darß-Zingst stellt sich in einer mehrseitigen Mecklenburg-Vorpommern-Strecke als Wander- und Naturregion vor. Auch 2016 beteiligt sich Fischland-Darß-Zingst wieder mit einem ganzseitigen Beitrag über die Region im Magazin „Wanderbares Deutschland“.



Urlauberblitz

Im Urlauberblitz für den Sommer 2015 wurde ein Beitrag über die „Naturklänge“ in Kombination mit einer Anzeige veröffentlicht. Der Urlauberblitz geht an die Haushalte der Region und wird auch an die Gäste herausgegeben. Die Wiederholung der Zusammenarbeit erfolgt mit dem Urlauberblitz für den Sommer 2016.

Wandermagazin

In der Herbstausgabe 2015 (September/Oktober) des Wandermagazins präsentierte sich Mecklenburg-Vorpommern mit dem sogenannten Regionenpanorama. Fischland-Darß-Zingst war mit einer schönen Bildstrecke und einem ganzseitigen redaktionellen Beitrag ein Teil davon.



Hotelangebote für den Winter in der Berliner Morgenpost und dem TOP-Magazin Hamburg
 Im Oktober 2015 schaltete der Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst redaktionelle Anzeigen in der Berliner Morgenpost (ET: 11.10.2015) und im TOP-Magazin Hamburg (ET: 03.10.2015) zum Thema „Auszeit am Meer“. Mitgliedsunternehmen aus der Hotellerie hatten die Gelegenheit kostenfrei ihre Angebote zu melden und eine Auswahl wurde dann veröffentlicht.

Hallo Tourist! – Ausgabe Mecklenburg-Vorpommern, Berlin und die Oder
 Zum ersten Mal wurde für die Region eine Ausgabe von „Hallo Tourist!“ mit zahlreichen Ausflugstipps erstellt (ET: Mai 2016). Fischland-Darß-Zingst konnte sich kostenfrei mit einem ganzseitigen Beitrag präsentieren. Von „Hallo Tourist!“ werden für verschiedene Regionen in Deutschland Ausgaben in jeweils einer Auflage von 100.000 Stück produziert.



Baden-Württemberg-Magazin
 In der März-Ausgabe des Baden-Württemberg-Magazins wurde ein halbseitiger redaktioneller Beitrag zum Thema „Frühling an der Ostsee“ veröffentlicht. Das Magazin wird in einer Auflage von 30.000 Stück und in ganz Baden-Württemberg (u.a. Stuttgart, Konstanz, Freiburg, Ulm, Reutlingen, u.v.m.) verteilt.

Piste Rostock
 Im Veranstaltungsmagazin „Piste Rostock“ wurde in der Juni-Ausgabe 2016 ein halbseitiger Beitrag über die „Naturklänge 2016“ veröffentlicht.





Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (2015 – 2016)

Pressearbeit Print (Auswahl)

Der Verband versendet regelmäßig eigene Pressemitteilungen. Die Eigenberichterstattung hat sich seit 2012 auf einen mindestens wöchentlichen Turnus gesteigert. 2015 wurden 39 Pressemitteilungen verbreitet. Im ersten Halbjahr 2016 waren es bereits 18 Pressemitteilungen.

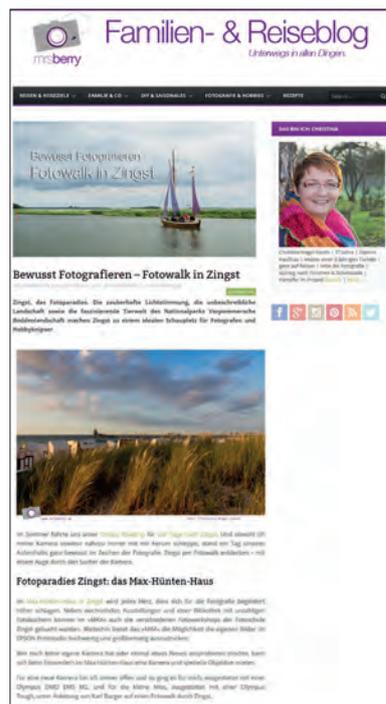
Fremdberichterstattung

Aus den Pressemitteilungen und Pressereisen ergeben sich Artikel in verschiedenen Publikationen. Im Jahr 2015 waren es über 80 Veröffentlichungen, die direkt der Pressearbeit des Verbandes zugeordnet werden können. Die folgenden Beispiele stellen eine Auswahl dar:



Blick.ch – das meistbesuchte Online-Portal der Schweiz für Nachrichten aus den Bereichen News, Sport, People, Unterhaltung, Lifestyle und Auto

Unterwegs an der Nordseeküste – Der Darß
Autor Vinzenz Greiner 05/2015



MrsBerry – Familien -& Reiseblog
Autorin Christina Nagel-Gasch 11/2015



Hamburger Abendblatt
Oliver Abraham 04/2016

Pressearbeit Fernsehen

2015 und 2016

WDR – Sendung „Wunderschön“

Autorin Linda Windmann recherchierte 10 Tage lang im Juni Storys für eine 90-minütige Sendung über den Darß, begleitet vom TV FDZ.

Drehtermine: Juni & August 2015

Sendetermin: 22.05.2016 um 20.15 Uhr

NDR – Mein Nachmittag

Sendung ausgestrahlt am 19.12.2015

Thema: Fischland-Darß-Zingst im Winter

in Kooperation mit dem TV FDZ erarbeitet

MDR – Damals war's

Sommerausgabe „Sommer war's“ mit Hartmut Schulze-Gerlach

Dreh für die 90-minütige Sendung im Mai/Juni 2016

Ausstrahlung: 19.06.2016 um 20.15 Uhr

Presse- und Marketingkooperationen mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern (TMV) (Auswahl)

• Redaktionelle Anzeige im Urlaubsmagazin MV

Titel 2016: „Mecklenburg-Vorpommern – Hier ist die Natur – Das Magazin für ihren Urlaub 2016“

Kostenloses Magazin

64 Seiten über Urlaub in Mecklenburg-Vorpommern / Naturerlebnisse im Urlaubsland

Ab März ist das Magazin als digitales und interaktives „Marco Polo Travel Magazin“ abrufbar und wird als Beilage in der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung sowie zum ersten Mal auch in Süddeutschland vertrieben.

Damit besitzt das Magazin eine Gesamtauflage von ca. 1,5 Millionen und erreicht mehr als vier Millionen Leser in entscheidenden Herkunftsregionen.

Fischland-Darß-Zingst ist zum dritten Mal in Folge dabei. Die Beteiligung erfolgte mit der Unterstützung von den Mitgliedsorten Graal-Müritz, Ribnitz-Damgarten, Ahrenshoop, Zingst und Barth.

• Redaktionelle Zuarbeit zum „Regionenpressediens“ (monatlicher Versand)

• Redaktionelle Texte für Messebeileger (z.B. „Urlaubslotse“ – Messeausgabe)

• Zuarbeit für MV1 – TV (monatl. Sendung auf MV-Tourist.tv)

• Beteiligung mit dem TMV an Marketingmaßnahmen der DZT Schweiz und DZT Österreich

• Familienkalender 2016 des TMV

Fischland-Darß-Zingst belegt im Familienkalender 2016 vom TMV das Kalenderblatt im Oktober. Die Beteiligung erfolgte mit Unterstützung der familienfreundlich zertifizierten Orte Dierhagen und Zingst.





Pressereisen, Journalisten-Betreuung, DZT-Studienreisen

2015

11. Februar 2015

Kurztrip Fischland-Darß-Zingst – mit Eurotours

Nicole Kleber, Produktmanagerin von Eurotours, recherchierte je 1 und 2 Tage (mit Hoteleinkäuferin) über Urlaubsangebote auf FDZ, Region allgemein Treff mit Hoteliers und Touristikern um Produkte zu entwickeln, welche den österreichischen Touristen angeboten werden können.

02. – 07. März 2015

Recherchereise Marlies Heinz, freie Redakteurin

Freie Autorin des Tagesspiegels und der Westfälischen Zeitung, recherchierte mit Mann (Fotograf) in Zingst zum Thema Fotografie und Saisonvorbereitung 2015 Bericht erschien am 8.4. und 17.4.2015

02. – 13. März 2015

WDR-Recherchereise

Autorin der Reisesendung „Wunderschön“ recherchierte 11 Tage auf Fischland-Darß-Zingst für eine 90-minütige Reportage im WDR Fernsehen
Drehtermine: Juni 2015 (1 Woche) und August 2015 (1 Woche)
Sendetermin: 22.05.2016 um 20.15 Uhr

24. – 27. Mai 2015

„Mecklenburg-Vorpommern zum Kennenlernen“

Pressereise anlässlich des Erstflug des Charters Linz nach Rostock-Laage mit Austrian Airlines
8 österreichische Journalisten sind vom 26.27.5. in Ahrenshoop und Zingst zu Gast um einen kurzen Eindruck über die Region zu erhalten

28. – 31. Mai 2015

“The Sweet Life – not far from Denmark“

Pressereise mit 7 Journalisten aus Dänemark und Schweden in Kooperation mit dem TMV
Stationen: Ahrenshoop, Prerow, Zingst

20. Juni 2015

DZT-Studienreise mit Reiseveranstaltern aus der Schweiz
Stationen: Ahrenshoop, Darßer Ort, Zingst

27. Juni – 1. Juli 2015

Pressereise Touring Magazin (CH)

Christian Bützberger aus Zürich, Autor der „Touring“ recherchiert zum Thema „Aktivurlaub“ auf Fischland-Darß-Zingst Der „Touring“ ist die größte und bedeutendste Zeitung für Mobilität und Freizeit der Schweiz. Als offizielles Organ des Touring Club Schweiz (TCS) erscheint der „Touring“ 12 Mal jährlich in deutscher, französischer und italienischer Sprache.

02. – 04. Juli 2015

Bloggerreise Bartek Kaftan & Julia Zabrodzka, Polen

Journalisten- & Bloggerpaar bereist die Region erstmals.
Recherche zum Magazin „Voyage“
Stationen: Ribnitz, Ahrenshoop, Strandhotel Fischland, Gut Darß, Hafen Dierhagen

11. - 12. Juli 2015

DZT-Studienreise mit Reiseveranstaltern aus Österreich

Stationen: Dierhagen, Ahrenshoop, Darßer Ort, Gut Darß, Zingst

24. – 27. September 2015

Pressereise „Geschützter Schatz: Nationalparks in Mecklenburg-Vorpommern“

8 Journalisten aus Deutschland
In Kooperation mit dem TMV
Stationen: Wieck, Zingst, Nationalpark, Weststrand

22. – 25. November 2015

Pressereise Andreas Guballa

Individual-Pressereise mit Reise- & Kulturjournalist (u.a. für Welt und BILD) Andreas Guballa
In Kooperation mit dem TMV
Stationen: Nordstrand Prerow, Darßer Ort, Strandhotel Fischland/Dierhagen



2016 (1. Halbjahr)

03./04. April 2016

Informationsreise Skandinavische Busreiseveranstalter
24 Reiseveranstalter aus Dänemark und Schweden informierten sich über die Angebote für Gruppenreisende bzgl. Übernachtungen, Freizeitaktivitäten und Wellness
In Kooperation mit dem TMV
Stationen: Ahrenshoop, Zingst, Marlow

21./22. April 2016

Pressereise Tradition & Handwerk
9 Journalisten aus Deutschland bereisen die Region zu den Themen Zeesboot, regionale Küche, Darßer Türen, Handwerk auf FDZ
In Kooperation mit dem TMV
Stationen: Ahrenshoop, Prerow, Barth

13. – 15. Mai 2016

Pressereise Ludwig Grasso, Mailand
Grasso ist Chefredakteur des Hochglanzmagazins „Auto & Lifestyle“ und recherchierte eine 12-Seiten Reportage über Fischland-Darß-Zingst zum Thema Wellness, Lifestyle, Aktivitäten
In Kooperation mit dem TMV
Stationen: Ahrenshoop, THE GRAND, Darßer Ort, Nationalpark, Weststrand

21./22. Mai 2016

Bloggerreise Christina Barré, Dänemark
Eine der Top 10 Blogger aus Dänemark. www.bittebitte.dk
Christina Barré ist Lifestyle- und Reisebloggerin
In Kooperation mit dem TMV
Stationen: Nordstrand Prerow, Weststrand, Darßer Ort, Strandhotel Fischland/Dierhagen

28./29. Mai 2016

Pressereise „Magische Wildnis – Natur geheimnisvoll gedeutet“
8 Redakteure aus Deutschland bereisen die Region zum Thema Naturerlebnis /Besonderheiten der Nationalparke.
In Kooperation mit dem TMV
Stationen: Nationalpark, Weststrand, Darßer Ort, Nordstrand Prerow

04./05. Juni 2016

Bloggereise Simon Zyrd & Fränzi Zürcher, Schweiz
Bloggerpaar aus der Schweiz betreibt den bekannten Reiseblog www.umdieweltreise.ch
Recherchieren auf FDZ zum Thema Naturerlebnis, Umwelt
In Kooperation mit dem TMV
Stationen: Nationalpark, Darßer Ort, Weststrand, Zingst

09. – 12. Juni 2016

Pressereise „Zwischen den Wassern – Radfahren auf Fischland-Darß-Zingst“
Reise findet ausschließlich auf FDZ statt. 8 Reise- und Aktivjournalisten bereisen per Rad die Region FDZ.
Start: Ribnitz-Damgarten – Ende: Barth
Weitere Stationen dabei: Graal-Müritz, Freilichtmuseum Klockenhagen, Wustrow, Dierhagen, Ahrenshoop, Weststrand, Zingst





Online-Kommunikation

Die Online-Kommunikation des Verbandes ergibt sich aus verschiedenen vernetzten Bausteinen. Dreh- und Angelpunkt ist der Internetauftritt www.fischland-darss-zingst.de, der unter den verschiedensten Domains erreichbar ist. Mit ca. 1.000.000 Besuchern im Jahr ist der Internetauftritt der wichtigste Informationskanal für Neukunden.

In der Online-Buchung und im Online-Gastgeberverzeichnis finden Gäste ihr zukünftiges Übernachtungsangebot.

Auf dem Online-Veranstaltungskalender finden sich alle wichtigen Veranstaltungen der Halbinsel.

Im Gutscheinportal shoopendo.com können Dienstleistungen schon vor dem Urlaub „eingekauft“ werden.

Auf den Social Media-Kanälen von Facebook, Google+, etc. wird direkt und schnell gepostet, kommentiert und bewertet was in der Region los ist.

Homepage:

- Intensive Homepage-Pflege
www.fischland-darss-zingst.de mit Inhaltspflege, Einbettung des Online Gastgeberverzeichnisses
- Verkauf von Internetanzeigen auf www.fischland-darss-zingst.de
- Online-Veranstaltungskalender & Nutzung und Integration des Online-Veranstaltungskalenders des TMV
- Umsetzung des Responsive Designs (anwendbar für tablets und smartphones)
- Design- und Layout wurden adaptiert vom TMV.
- Gemeinsamer Relaunch mit dem Ostseebad Ahrenshoop
- Anschluss und Vernetzung mit der Datendrehscheibe des Urlaubslandes M-V (www.auf-nach-mv.de)
- Verbesserte Darstellung von Urlaubsangeboten und Reisetemen
- Seit Januar 2015: intensive Suchmaschinenoptimierung der Homepage, intensives Monitoring
- Umfangreicher Relaunch des Online-Gastgeberverzeichnisses



- Neu seit April 2015: Flyer „Werbemöglichkeiten auf [fischland-darss-zingst.de](http://www.fischland-darss-zingst.de)“ informiert über die Marketingmöglichkeiten im Online Bereich



Online Buchungsplattform

Das Buchungssystem von Wild-East „im-web.de“ wurde von allen touristischen Regionen in MV und vom Landestourismusverband ausgewählt um eine möglichst flächendeckende Online Buchung für MV anzustreben. Mit dem Relaunch des Internetauftritts wird auch die neue gemeinsame Buchungsmaske auf der Seite von Fischland-Darß-Zingst integriert. Der Verband ist hier aber nicht Datenhalter für das System, sondern bündelt die buchbaren Beherbergungsangebote der Orte und Vermittler die im System gepflegt sind. Aktiv mit dem System arbeiten bisher die Orte Ahrenshoop, Barth, Graal-Müritz und Ribnitz-Damgarten sowie weitere private Vermittler.

Presse online

- Einstellen von Pressemitteilungen in Online-Portale
- Presseclipping = Dokumentation eingestellter Nachrichten im Internet (Stichwortsuche)
- Versand von Newslettern an Gäste (mindestens 2x pro Monat)

Mitgliederbereich online (Extranet)

- Extranet auf <http://extranet.tv-fdz.de/>
- Einstellen aktueller Nachrichten & Bekanntmachungen, Stellungnahmen, Pressemeldungen
- Downloadbereich
- Versand von Newslettern an Mitglieder des Tourismusverbandes (wöchentlich)
- Seit 2016: Touristiker Forum forum.fischland-darss-zingst.de

Social Media

- **Social Media-Kanäle des Tourismusverbandes:**
 - Facebook
 - Google+
 - Youtube
 - Pinterest
 - Instagram

Facebook Report 1. Halbjahr 2016

Aktuelle „LIKES“ für Fischland-Darß-Zingst (Stand 14.06.2016): **8.223 (+230%)**
 Vergleich Vorjahr 14.06.2015: **3.510 LIKES**

Auswertung Posts:

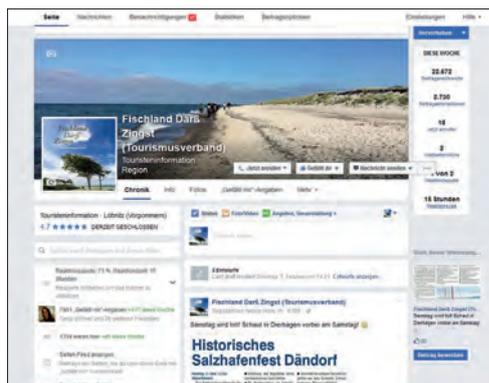
Durchschnittl. Anzahl erreichter Personen pro Post: **19.000**
 Monatlich erreichte Anzahl Personen via Facebook: **62.271**
 Durchschnittliche Anzahl „Likes“ pro Post: **437**
 Monatliche Anzahl „Likes“: **15.200**

Auswertung Zielgruppe:

Durchschnittsalter Facebook-Fans von FDZ: **35-44 Jahre**
 Geschlecht Facebook-Fans von FDZ (44%): **weiblich**
 Meist genutztes Endgerät: **Smartphone (79%)**
 Fan-Aktivitäten auf www.facebook.de/tv-fdz:
Likes (64%), Kommentare (25%), Inhalte teilen (6%)

Top 5 – Inhalte, mit den meisten Fan-Reaktionen:

1. Gastro-Tipps/Insider Tipps
2. Sonnenuntergänge/Strand/Natur
3. Gewinnspiele/Aktionen
4. Maritimes (Boot, Zeesboot, Fisch, Häfen)
5. TV Tipps (z.B. NDR, MDR Beiträge)





Cross-Marketing

Alle durchgeführten Kommunikationsmaßnahmen werden crossmedial umgesetzt. Inhalte finden sich immer im Print, Internet, Social-Media Kanälen, Pressemitteilungen, Anzeigen wieder. Bei der Akquise zum Ferienmagazin 2016 wurde eine vereinfachte crossmediale Anzeigenschaltung entwickelt, aus Online- und Printanzeigen.

Minimalisten können auch weiterhin nur ihre Anzeige und den Eintrag im Katalog buchen, es gibt aber mehr Möglichkeiten:

Das Werbepaket STANDARD

Bildeintrag im neuen Online-Gastgeberverzeichnis auf fischland-darss-zingst.de

Textzeile, Bildzeile oder Anzeige in der Größe Ihrer Wahl im Ferienmagazin.

- Wesentlich mehr Informationen als bisher
- modernes Layout
- Sie können die Inhalte selbst pflegen
- Weitere Einträge günstig hinzubuchbar

Alles aus einer Hand

Ihre Werbung im Internet und Ferienmagazin

Die Werbepakete des Tourismusverbandes Fischland-Darß-Zingst e.V.

Machen Sie mit!

Nutzen Sie die Kombination von Online- und Print-Medien!

Profitieren Sie von der starken Präsenz des Tourismusverbandes im Internet!

Zeigen Sie Ihre Verbundenheit mit der Region Fischland-Darß-Zingst!

Werden Sie 100.000fach gedruckt!

Finden Sie statt!

Alles zu Ihrem Nutzen!

Das Werbepaket STANDARD PLUS

Alle im Paket STANDARD enthaltenen Leistungen

Ein attraktiver Eintrag mit Bild, Kontaktdaten und beliebigem Text auf der neuen interaktiven Karte des Internetportals fischland-darss-zingst.de. Hotels und Pensionen erscheinen auch auf der Karte bei auf-nach-mv.de.

Hiermit bestellen Sie Ihr Werbepaket für 2017

Auftraggeber:

Vermieter / Firma: _____ Bevollmächtigter (Name, Vorname): _____
 Straße, Hausnummer: _____ Postleitzahl, Ort: _____
 Telefon: _____ E-Mail-Adresse: _____

Wenn gewünscht: abweichende Rechnungsadresse:

Firma: _____ Name: _____
 Straße, Hausnummer: _____ Postleitzahl, Ort: _____

Name des Objektes _____ **Ort** _____

Kategorie: Hotel/Pension Ferienhaus/Ferienwohnung Privatzimmer

Bitte Werbepaket auswählen und ankreuzen	STANDARD	STANDARD PLUS
1 Bildeintrag im Online-Gastgeberverzeichnis auf fischland-darss-zingst.de plus 1 Textzeile im Ferienmagazin	100,- € zzgl. MwSt.	
1 Bildeintrag im Online-Gastgeberverzeichnis auf fischland-darss-zingst.de plus 1 Bildzeile im Ferienmagazin 1/10 Seite, 183 x 27 mm (B x H), mit 3 Fotos	250,- € zzgl. MwSt.	350,- € zzgl. MwSt.
1 Bildeintrag im Online-Gastgeberverzeichnis auf fischland-darss-zingst.de plus 1/8 Seite Anzeige im Ferienmagazin 89 x 68 mm (B x H)	360,- € zzgl. MwSt.	460,- € zzgl. MwSt.
2 Bildeinträge im Online-Gastgeberverzeichnis auf fischland-darss-zingst.de plus 1/4 Seite Anzeige im Ferienmagazin 89 x 140 mm (B x H)	710,- € zzgl. MwSt.	810,- € zzgl. MwSt.
4 Bildeinträge im Online-Gastgeberverzeichnis auf fischland-darss-zingst.de plus 1/2 Seite Anzeige im Ferienmagazin 183 x 140 mm (B x H)	1.410,- € zzgl. MwSt.	1.510,- € zzgl. MwSt.
8 Bildeinträge im Online-Gastgeberverzeichnis auf fischland-darss-zingst.de plus 1 ganzseitige Anzeige im Ferienmagazin 183 x 284 mm (B x H)	2.820,- € zzgl. MwSt.	2.920,- € zzgl. MwSt.

Ich bin/Wir sind Mitglied(er) des Tourismusverbandes Fischland Darß-Zingst e.V. und erhalten auf unser Werbepaket 20% Rabatt

Bitte fertigen Sie für dieses Werbepaket professionelle Digitalfotos an (55,- € pro Foto zzgl. MwSt.)

Für die Aufbereitung gelieferter Bilddaten für Anzeigen werden 12,- € pro Foto zzgl. MwSt. berechnet.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Hiermit bestellt der Auftraggeber das/die oben gekennzeichneten Werbepakete sowie die zur Herstellung erforderlichen Leistungen. Die umsatzabhängigen Allgemeinen Geschäftsbedingungen werden vom Unterzeichner anerkannt.

Ort, Datum: _____ Unterschrift: _____



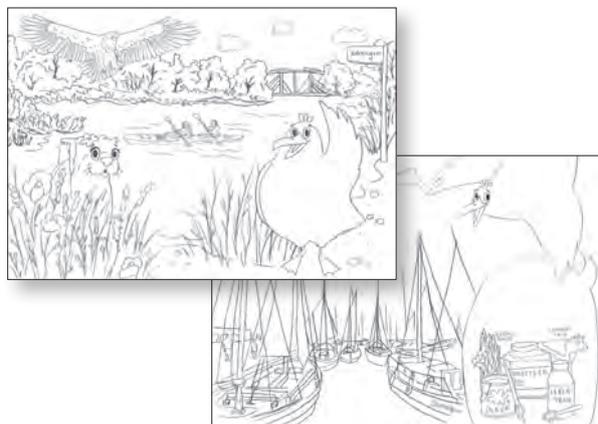
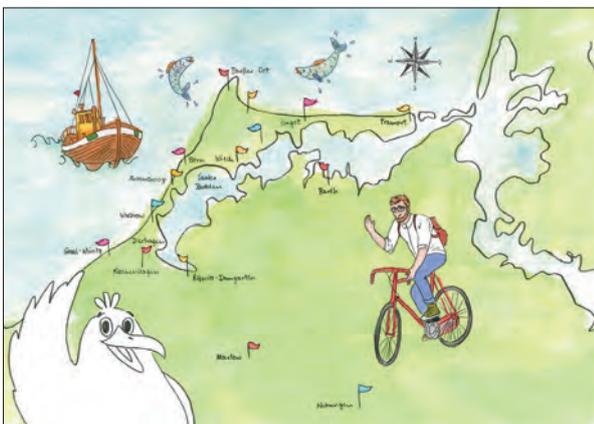
LEADER-Projekt: Hörbuch „Henk auf Reisen“

Nahezu 90 % aller Urlaubsgäste der Region Fischland-Darß-Zingst und Umgebung reisen mit dem eigenen Pkw an, viele davon mit Kindern. Die Anreise ist im Durchschnitt länger als 2,5 Stunden.

Das Audiobook „Henk auf Reisen – Reise nach Fischland-Darß-Zingst und die Boddenregion“ ist ein 35 minütiges Hörbuch, welches in ca. 10 Kapiteln durch die Region führt, über die einzelnen Orte/Stationen informiert, Ausflugsziele empfiehlt und beschreibt. Ein Sprecher aus dem Off führt durch die Region und beschreibt die Reise der Seemöwe „Henk“ und seiner Freundin „Rosalie“ – eine Fischotterdame. Das Projekt verknüpft auf spielerisch einfache Weise die alltägliche Nutzung der neuen Kommunikationsmedien (iPad, Smartphone, Hörbuch stattgedruckte Broschüren) mit den nützlichen und notwendigen Reiseinformationen.

Das Hörbuch reduziert nicht nur den Anreisestress, sondern ist sowohl für Erwachsene als auch für Kinder eine willkommene Möglichkeit sich über die ausgewählte Urlaubsregion zu informieren. Das Hörbuch gibt außerdem zahlreiche Ausflugstipps in die Region Fischland-Darß-Zingst sowie die südliche Boddenküste und das Küstenvorland. Zum Hörbuch wird es ein Booklet geben, in dem weitere Informationen zur Region und Bilder zum Ausmalen enthalten sind.

Erscheinen wird das Hörbuch mit dem Booklet im Juli 2016.



Die gezeigten Bilder sind eine Auswahl und befinden sich noch in der Bearbeitung.
Gestaltung und Konzeption Hörbuch und Booklet: frischfang – Agentur für Kommunikationsdesign





Qualitätssicherung

Der Tourismusverband kümmert sich auch um die Qualitätssicherung in der Region sowohl für die „Hardware“ als auch für die „Software“. Die Klassifizierung von Ferienwohnungen und –häusern nach dem Sternesystem des Deutschen Tourismusverbandes ist bundesweit mit fast 60.000 klassifizierten Objekten deutschlandweit anerkannt. Der Verband klassifiziert gemeinsam mit Dierhagen und Zingst die Ferienwohnungen und –häuser der Region.

DTV- Klassifizierung

Insgesamt: 824 Klassifizierungen

Fischland-Darß-Zingst		Fewos/Häuser	Zimmer	Gesamt	% Anteil
1 Stern	F/P	4	0	4	0,49%
2 Sterne	F/P	32	2	34	4,13%
3 Sterne	F/P	261	0	261	31,67%
4 Sterne	F/P	325	0	325	39,44%
5 Sterne	F/P	200	0	200	24,27%
Gesamtsumme:		822	0	824	100,00%

© Deutscher Tourismusverband e.V.
Stand: 09.06.2016-18:18 Uhr
www.deutschtourismusverband.de



Beispiel-Objekt mit DTV-Klassifizierungsschild

Qualifizierungen

Seit 2013 bietet der Verband auch aktiv Möglichkeiten zur Qualifizierung an. Nach dem Erfolg der Weiterbildungsinitiative 2014 – 2015 wird diese mit neuen Seminaren und professionellen Trainern ab Herbst 2016 weitergeführt.

Der Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst e.V. führt die Weiterbildungsinitiative fort: hochwertige **Fort- und Weiterbildungen** sollen für **touristische Fach- und Führungskräfte in der Region** regelmäßig angeboten werden.



- Unterstützt von der GSA (Gesellschaft für Struktur- und Arbeitsmarktentwicklung)
- Themengebiete u.a. **ServiceQualität, Beschwerdemanagement, Mitarbeiterführung, Ausbrowserscheine, F&B, Housekeeping, EDV, Englisch, Gästebetreuung, Kundenverblüffung ...u.v.m.**
- Seminar der „Weiterbildungsinitiative 2016/2017“ finden vom 27.09.2016 bis 21.02.2017 statt.

Link zur Weiterbildungsinitiative:
weiterbildung-fischland-darss-zingst.de



ServiceQualität Deutschland (SQD-Schulungen mit Dozentin Anett Moritz im Hotel Namenlos/ Fischerwiege, einer von fünf Service-Q-Betrieben auf der Halbinsel).





Marktforschung

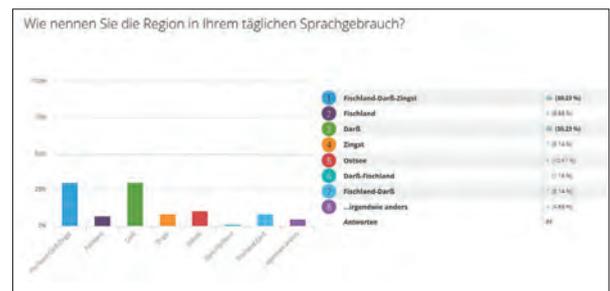
Der Verband bezieht Marktforschungsdaten aus verschiedenen frei zugänglichen Quellen und über den Landestourismusverband. Speziell für Fischland-Darß-Zingst werden aus zwei Quellen Daten erhoben. Aus einer eignen Online-Gästebefragung und aus der Marktforschungsinitiative „Destination Brand“.

Online-Gästebefragung

Eine Online-Gästebefragung wurde mit dem Online-Befragungstool „netigate“ entwickelt. Sie läuft stetig weiter.

Der Link zur Befragung wurde auf den Seiten des Verbandes und bei Homepages verschiedener Mitglieder platziert.

Einige Ergebnisse:





Qualitätsmonitor 2015/2016

Die Region Fischland-Darß-Zingst hat sich am Qualitätsmonitor 2015/2016 beteiligt. Es werden Gäste in den Regionen zu verschiedenen touristischen Themen befragt. Im folgenden finden Sie eine Ergebnisauswahl für den ersten Teil der Gästebefragung. Weitere Gästebefragungen im Rahmen des Qualitätsmonitors finden noch statt.

Fallzahlen für die Regionen

- Fallzahlen für das Sommer-Halbjahr 2015 (Mai-Oktober)
- Insgesamt sind für das Gesamtjahr 5.500 Interviews in MV geplant

Region	Fallzahl
Fischland-Darß-Zingst	639
Mecklenburgische Ostseeküste	667
Insel Rügen	496
Insel Usedom	364
Mecklenburg-Vorpommern gesamt	2.923

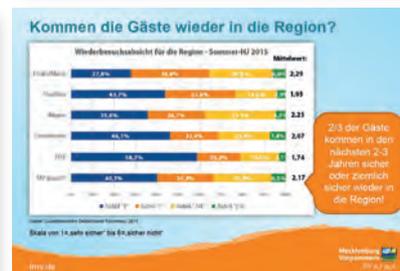
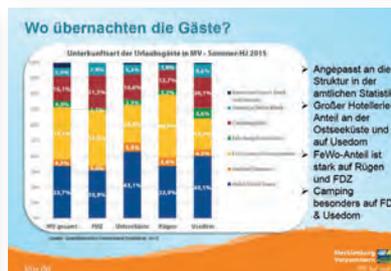
Imv.de Mecklenburg Vorpommern *Wir sind gut!*



Top-5-Besuchsgründe für die Küstenregionen

FDZ	Ostseeküste	Rügen	Usedom	Deutschland
Landschaft/ Natur 72%	Landschaft/ Natur 66%	Landschaft/ Natur 74%	Gute Luft 90%	Landschaft/ Natur 45%
Gute Luft 71%	Gute Luft 64%	Gute Luft 69%	Strand/ Bademögl. 63%	Erholungsmögl. 36%
Erholungsmöglichkeiten 55%	Erholungsmöglichkeiten 55%	Strand/ Bademöglichkeiten 68%	Erholungsmöglichkeiten 66%	Gute Luft 26%
Gute Erfahrungen 53%	Strand/ Bademöglichkeiten 54%	Erholungsmöglichkeiten 61%	Landschaft/ Natur 61%	Ruhe 23%
Ruhe 52%	Gute Erfahrungen 43%	Gute Erfahrungen 50%	Gute Erfahrungen 44%	Sehenswürdigkeiten 21%

Quelle: Qualitätsmonitor Sommer-HJ 2015





Schlusswort

„Die Aufgabe des Tourismusverbandes Fischland-Darß-Zingst e.V. ist es, den Tourismus in der Region zu fördern, Anliegen seiner Mitglieder von allgemeiner Art zu bearbeiten und diese geeignet zu vertreten, den Informationsaustausch und das Marketing für die Region durchzuführen und touristische Veranstaltungen im Verbandsgebiet zu kommunizieren. So sind die Aufgaben in etwas ausführlicher Form im §2 der Satzung formuliert. Die Mitglieder des Verbandes haben sich also zusammengeschlossen, um diese Aufgaben zu realisieren. Der Verband ist der Zusammenschluss aller Akteure, die eine touristische Entwicklung der Region vorantreiben wollen. Hierbei darf nicht nur der direkte Nutzen im Vordergrund stehen, sondern die Entwicklung der allgemeinen Bekanntheit der Region, des Image bei den Gästen.

Image sind ganz direkt übersetzt Bilder – Bilder, die wir als Region im Kopf unserer Gäste erzeugen müssen. Im besten Fall ein Bild, das die Marke Fischland-Darß-Zingst erzeugt. Eine Marke ist mehr als nur ein Produkt. Wir müssen eine klare Botschaft definieren. Wofür steht die Region außer „Sommer, Sonne, Strand, Natur“? Diese Frage haben wir uns gemeinschaftlich noch nicht beantwortet. Das Wichtigste hierbei ist nicht der Markenname – ob ‚Darß‘, ‚Fischland‘ oder ‚Halbinsel‘ – sondern der Markeninhalt!

Der Druck, sich inhaltlich in die Verbandsarbeit einzubringen ist in der Region nicht besonders groß. Es sind immer wieder dieselben verlässlichen Partner die im täglichen Alltagsgeschäft ihre Produkte und Information in die Arbeit der Geschäftsstelle einbringen. Man kommt gut klar auf der Halbinsel mit dem Verkauf von Betten, dabei ist der Verkauf von Urlaubserlebnissen, das Erzeugen von Bildern

im Kopf für die Zukunft unbedingt notwendig. Dies gelingt aber nur durch eine abgestimmte Marketingplanung und gemeinsame Durchführung von Marketingaktivitäten mit allen Touristikern aus der Region. Eine Markenbotschaft Fischland-Darß-Zingst mit einer einheitlichen Kommunikation der Region nach außen kann nur gelingen, wenn Einigkeit herrscht. Eine Region mit einem einheitlichen Gastgeberverzeichnis, durchaus Vorbild für andere Verbände, ist nahe dran an den technologischen Entwicklungen im Landesmarketing, mit den landesweit besten Steigerungsraten in der amtlichen Statistik.

Die Wahrnehmung auf Landesebene ist eine andere - eine Region, die ein kontinuierliches, erfolgreiches Destinationmarketing durchführt, demontiert sich selbst.

Eins unserer wichtigsten Erkenntnisse: Es besteht weiterhin ein großes Interesse am Fortbestehen des Tourismusverbandes Fischland-Darß-Zingst e.V.. Es gibt aber auch deutliche und konkrete Kritik an unserer Arbeit, verbunden mit klaren Erwartungen an unsere künftige Arbeit, Struktur, Finanzierung, Kommunikation, Personal etc.

Die teilweise sehr kritische Bewertung der Tourismusverbandsarbeit ist in der Region bekannt. Es ist aber auch eine unzureichende Auseinandersetzung mit unserer Arbeit sowie eine mangelnde Würdigung festzustellen, was wiederum manche Akteure nicht wahrhaben wollen.

Das Jahr 2016 nutzen wir intensiv, um mit Unterstützung der dwif-Consulting GmbH eine zukunftsweisende Strategie für den Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst e.V. zu erstellen. Folgende Ziele wurden formuliert:



1. Der Tourismusverband soll so attraktiv werden, dass verlorene (kommunale) Mitglieder den Tourismusverband wieder unterstützen.
2. Der Tourismusverband muss bzgl. Organisationsstruktur, Gremienstrukturen, Finanzierung sowie Rechtskonformität zukunftsfähig werden.
3. Die Schnittstellen zum Zweckverband Maritimer Lückenschluss müssen in Abstimmung mit diesem definiert und auf eine kooperative Basis gestellt werden.

Eine Ausrichtung des regionalen Marketings in Abstimmung mit dem Marketingkonzept des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern erscheint angeraten. Im Marketingausschuss wird derzeit in Zusammenarbeit mit dem Vorstand ein Marketingkonzept für die kommenden Jahre erarbeitet.

Alle Kommunen, Unternehmen und Vereine der Region profitieren von der Arbeit des Verbandes, ob mit oder ohne Mitgliedschaft. Der Verband ist mit seinem Vorstand und der Geschäftsstelle für alle Akteure in der Region ansprechbar. Wir nehmen alle Hinweise auf, nehmen jede Kritik ernst und erläutern gerne unsere strategischen Ansätze. Bitte kommen Sie persönlich mit uns ins Gespräch, laden Sie uns zu Ausschuss- oder Vorstandssitzungen ein, wir nehmen gerne teil. Wir wünschen Ihnen eine erfolgreiche Saison 2016, immer das richtige Wetter und zufriedene Gäste.“

Für den Vorstand
Thomas Sievert,
Vorstandsvorsitzender





Geschäftsstelle



Sandra Frese –
Marketing
sandra.frese@tv-fdz.de
Tel. 038324-640-33



Nicole Höra –
Presse & Öffentlichkeitsarbeit,
Onlinekommunikation
nicole.hoera@tv-fdz.de
Tel. 038324-640-39



Sieglinde Rat –
Service & Empfang
info@tv-fdz.de
Tel. 038324-640-0



Conny Petersen –
Buchhaltung & Messebetreuung,
DTV-Klassifizierung
conny.petersen@tv-fdz.de
Tel. 038324-640-36



*Halbe Insel –
doppelt gut!*