

Sie befinden sich hier:

Startseite > Presseportfolio > Pressemittellungen > Best-of Mecklenburg-Vorpommern auf der ITB Berlin

27. Feb. 2018 | Nr. 19 | Kategorie: Pressemittellungen

Best-of Mecklenburg-Vorpommern auf der ITB Berlin



David Ruetz, Head of ITB Berlin, Harry Glawe, Minister für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit Mecklenburg-Vorpommern, Dr. Martin Buck, Senior Vice President Travel and Logistics, Messe Berlin, Wolfgang Waldmüller, Präsident des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern (v. l. n. r.) Foto: ITB Berlin 2018

Beliebtestes deutsches Urlaubsland ist Partnerland der weltweit bedeutendsten Reisemesse / MV will mit Natur, Strandkörben und Prominenz punkten

Mit einem Best-of dessen, was Mecklenburg-Vorpommern touristisch zu bieten hat, und der Botschaft „Urlaub ist unsere Natur“ (“The spirit of nature”) präsentiert sich das beliebteste Urlaubsland der Deutschen als Partnerland auf der weltweit größten Reisemesse, der Internationalen Tourismusbörse in Berlin (ITB). Dazu werden zwischen dem 7. und 11. März rund 10.000 Aussteller aus mehr als 180 Ländern sowie bis zu 120.000 Fachbesucher an den ersten drei

Tagen und 60.000 potenzielle Reisende am anschließenden Wochenende erwartet. Dazu Mecklenburg-Vorpommerns Ministerpräsidentin Manuela Schwesig: „Mecklenburg-Vorpommern ist in diesem Jahr als erstes Bundesland überhaupt Partnerland auf der ITB. Das ist eine große Ehre für uns und natürlich auch eine besondere Anerkennung für Mecklenburg-Vorpommern als Tourismusland. Die Internationale Tourismusbörse ist eine hervorragende Chance, um in Deutschland und auch international für Mecklenburg-Vorpommern zu werben. Diese Chance wollen wir gemeinsam nutzen.“

Mecklenburg-Vorpommerns Wirtschaftsminister Harry Glawe hob die Bedeutung der ITB Berlin für das Land hervor. „Der Reisetreffpunkt der Welt liegt für fünf Tage in Berlin. Eine bessere Möglichkeit für Mecklenburg-Vorpommern, die Aufmerksamkeit in so kurzer Zeit bei so vielen Besuchern zu wecken, gibt es kaum. Wir wollen darüber hinaus das Interesse bei nationalen und internationalen Reiseveranstaltern wecken. Entscheidend ist es, potenzielle Gäste von den Vorzügen unseres Bundeslandes von der Seenplatte bis zur Ostseeküste zu überzeugen. Wir arbeiten mit der Branche gemeinsam intensiv an der Steigerung von Service, Qualität und Kundenorientierung. Der Wettbewerbsdruck in der Branche ist groß, deshalb unterstützen wir saisonverlängernde Maßnahmen weiter.“

„Von der ITB Berlin soll eine Aufbruchstimmung ausgehen, um die nächste Entwicklungsstufe im Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern einzuleiten“, erklärte Wolfgang Waldmüller, Präsident des mit der Umsetzung des Partnerlandauftritts betrauten Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern. „Die ITB Berlin soll ein Schwungrad im Getriebe der Tourismusentwicklung in Mecklenburg-Vorpommern werden. Wir werden in einer großen Vielfalt in so vielen Hallen mit so vielen Themen und Akteuren auf der ITB Berlin präsent sein wie nie zuvor. Mecklenburg-Vorpommern möchte sich auf der touristischen Leitmesse freundlich, modern, weltoffen und bunt präsentieren und damit seine Chancen für mehr Bekanntheit, Sympathie und eine neue Stufe in der Tourismusentwicklung nutzen“, so Waldmüller weiter.

Höhepunkte der Gastrolle Mecklenburg-Vorpommerns in Berlin sind die Eröffnungsgala am 6. März mit viel Prominenz, die Platzierung von 100 Strandkörben auf der Messe mit der Social-Media-Aktion #mymvmoment sowie die Auftritte beim 1. Berlin Travel Festival für die junge Reisegeneration, bei Fachforen wie dem ITB-Kongress oder dem „ITB Buyers Circle“ sowie die Präsenz der Themen Nachhaltigkeit, Gesundheitsreisen und Aktivtourismus in den Hallen 4.1, 21b und 22b. Die Gesamtausstellungsfläche ist größer als je zuvor; sie beträgt knapp 1.000 Quadratmeter. Hinzu kommen rund 400 Quadratmeter im Außenbereich der Messe.

Eröffnungsgala mit Stars aus Politik, Wirtschaft und Medien

Den Auftakt in Berlin bildet die Eröffnungsgala am 6. März, bei der Mecklenburg-Vorpommern in einem Feuerwerk aus Musik, Mode, Akrobatik und Impressionen bis zu 3.500 Gäste in den Bann ziehen will. Im Zentrum stehen dabei Akteure, die aus Mecklenburg-Vorpommern stammen oder eine enge Beziehung zu dem Land haben.

Das Publikum bilden Gäste aus Politik, Wirtschaft und Tourismus aus rund 110 Ländern. Die geschäftsführende Bundeskanzlerin **Dr. Angela Merkel** wird ebenso erwartet wie **Zurab Pololikashvili**, neuer Generalsekretär der World Tourism Organization (UNWTO). Aus Mecklenburg-Vorpommern wird die Ministerpräsidentin **Manuela Schwesig** zugegen sein. Überschrieben wird der Abend mit dem Titel **„Urlaub ist unsere Natur“** (“The spirit of nature”).

Internationaler Star des Abends wird der weltweit erfolgreiche DJ und Musikproduzent **Felix Jaehn** sein, der im Klützer Winkel bei Wismar an der Mecklenburgischen Ostseeküste aufwuchs und mit dem Remix des Songs „Cheerleader“ des jamaikanischen Sängers Omi seine internationale Karriere begründete. Jaehn hat mit seinen Songs bereits in rund 70 Ländern die Hitlisten angeführt und soeben seine erste Platte veröffentlicht.

Mit dabei ist weiterhin der Percussionist und Komponist **Alexej Gerassimez**, der eine enge Beziehung zu den Festspielen Mecklenburg-Vorpommern und zum Land pflegt. Unter dem Titel „The Sound of Silence“ wird das mit dem Usedomer Musikfestival und der Ostseeinsel verbundene **Baltic Sea Philharmonic Ensemble** unter der Leitung von Kristjan Järvi, der live aus Shanghai dirigieren wird, und die Band **„3-Satz deluxe und Friends“** das Publikum begeistern. Zudem wird es einen Shanty-Wettstreit zwischen den Chören **„Breitlings“** und den jungen **„The Blowboys“** geben. In einer Fashion-Show zeigt das in Rostock geborene Star-Model **Franziska Knappe** Bademoden von „Prachtstück“, einem Label, das unter anderem eine Bademoden-Sonderedition für die Kaiserbäder auf der Insel Usedom entwickelte.

Besondere Aufmerksamkeit bei der MV-Show sollen auch die neu produzierten und eigens ins Englische synchronisierten Imagefilme mit dem Titel **„Endlich Ruhe!“** (“Peace and quiet”) erzeugen, die das Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern lässig, charmant und selbstironisch in einer fünfteiligen Web-Serie filmisch Szene setzen. Protagonisten sind die beiden Grimme-Preisträger Anneke Kim Sarnau und Hinnerk Schönemann sowie Olaf Schubert (u. a. „Heute Show“), der als Sachse schon mit Kindesbeinen in der Ostsee stand.

Gast des Abends ist überdies auch die Designerin **Jette Joop**, die derzeit ihre Expertise in die Erstellung einer Modedesignkollektion, die die klassische Trachtenmode im Nordosten neu interpretiert, einfließen lässt.

Moderiert wird die Veranstaltung durch die Fernsehmoderatorin **Judith Rakers** und den Stellvertretenden Geschäftsführer des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern, **Tobias Woltendorf**. In einem anschließenden Get-together wird der beste Koch des Landes, **Ronny Siewert** aus dem Grand Hotel Heiligendamm, dem Buffet aus regionalen Produkten eine besondere Note verleihen.

Präsenz wie nie zuvor / Große Strandkorbaktion #mymvmoment / 1. Berlin Travel Festival

Mecklenburg-Vorpommern präsentiert sich mit insgesamt 26 Ausstellern in der Norddeutschland-Halle mit einem offenen Stand von 400 Quadratmetern Größe, der die Kernthemen des Urlaubslandes widerspiegelt. Anders als in den Jahren zuvor wird das Außengelände der Reisemesse zu einem Drittel MV-geflaggt sein, zudem besetzt Mecklenburg-Vorpommern eine Reihe von Werbeflächen auf der Messe – eine Präsenz, die die Rolle als Partnerland deutlich sichtbar macht. Dabei sind die Rügener Kreidefelsen und das Schweriner Schloss die beiden Kernmotive.

Zudem lädt in Halle 4.1 das „Gläserne Klassenzimmer“ zum Besuch ein. Hier stellen sich Einrichtungen vor, in denen Familien mit Kindern gern gesehene Gäste sind und deren Angebote auf Nachhaltigkeit setzen. Zudem gibt es hier auch ein Solarboot, das auf ein Angebot in der Peeneeregion mit dem Titel „Solarboot-Safari“ aufmerksam machen soll. In Halle 21b (Medical Tourism Pavilion) stellt Mecklenburg-Vorpommern mit seinem Projekt „Gesundes MV“ und vier Ausstellern die Vorzüge als Gesundheitsland heraus. In Halle 22b wird es einen Kinderparcours geben, auf dem sich die kleinen Besucher einen Entdeckerparspielen können, der ihnen Vorteile in zahlreichen Erlebniseinrichtungen im Nordosten gewährt. Im Marshall-House wirbt der Nordosten bei internationalen Einkäufern für das Urlaubsland und bietet noch von der ITB Berlin aus drei Markterkundungsreisen an, die in die Ostseebäder und Hansestädte, auf die Inseln Rügen und Usedom sowie in die Mecklenburgische Seenplatte führen. Außerdem trägt Mecklenburg-Vorpommern drei Themen – zur transnationalen Zusammenarbeit in Europa und im Ostseeraum, zur Fachkräftesicherung und zur Qualitätssicherung – zum Fachformat **ITB Kongress** bei.

Mit drei Partnern und einem mehr als 150 Quadratmeter großen Stand ist Mecklenburg-Vorpommern auch ein Pionier beim **1. Berlin Travel Festival**, das die nächste Generation von Reisenden ansprechen will und vom 9. bis 11. März – parallel zur ITB Berlin – in der Arena Berlin in Kreuzberg veranstaltet wird. Das junge Urlaubsland repräsentieren hier das Dock-Inn-Hostel Rostock-Warnemünde mit zwei Containern, das Pangea Festival mit einer Mini-Festival-Ausgabe sowie das Umweltfestfestival „horizonte Zingst“ mit einer Reihe von Aktionen.

Der Strandkorb, das typisch norddeutsche Sitzmöbel, wird dem Urlaubsland MV in unterschiedlicher Weise Präsenz verleihen: auf unzähligen Werbeflächen auf der Messe und in Berlin, in zehn zur ITB veröffentlichten Strandkorbgeschichten oder als Souvenir aus dem 3D-Drucker. Bereits beim Betreten des Messegeländes fällt er den Besuchern ins Auge. Rund 100 Exemplare, die aus vielen Orten auf die Messe geschafft wurden, stehen vor dem Eingang Süd sowie in den Hallen, in denen Mecklenburg-Vorpommern präsent ist (unter anderem 6.2a, 4.1, 21b, 22b) für Mußestunden im Messetrubel bereit. Wer sich darin ausruhen möchte, nimmt Platz, schießt ein Foto und postet dieses unter #mymvmoment. Auf einer so genannten Social-Media-Wall list der Schnappschuss im Strandkorb dann am Mecklenburg-Vorpommern-Stand in Halle 6.2a und in den sozialen Medien im Internet zu sehen.

Vor dem Eingang Süd wird darüber hinaus ein 70 Quadratmeter großes Kuppelzelt ins Auge stechen. In dem so genannten **Dom Rügen** wird ein 360-Grad-Film gezeigt, der Deutschlands größte Insel aus der Vogelperspektive zeigt. Flankiert wird der Dom durch eine **Motoryacht**, die auf die ausgezeichneten Bedingungen für Wassertourismus speziell in der Mecklenburgischen Seenplatte aufmerksam machen soll. Eine **Elektrobahn** aus dem Ostseebad Binz wird Besucher im Sinne nachhaltiger Mobilität über das Messegelände zu ihrem gewünschten Ort bringen.

Unzählige weitere Aktionen sollen am so genannten Besucherwochenende am 10. und 11. März auf einen Urlaub in Mecklenburg-Vorpommern einstimmen. So steht der Besuchersamstag im Zeichen der Familie, während der Schwerpunkt am Sonntag auf dem Thema Kultur liegt. Die zentralen Aktionen des Partnerlandes sind in einem Flyer zu finden, der in Kürze auf der Webseite der ITB und unter www.auf-nach-mv.de/aktuell zu finden ist.

Wo steht Mecklenburg-Vorpommern im Tourismus?

Überdies erwartet die Tourismusbranche Mecklenburg-Vorpommerns im Rahmen der ITB Berlin die Ergebnisse vieler maßgeblicher Studien und Analysen, so zum Beispiel die Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen, den Reisemonitor des ADAC oder das Tourismusbarometer des Ostdeutschen Sparkassenverbandes. „Wir hoffen und sind optimistisch zugleich, dass wir weiterhin an der Spitze der beliebtesten Reiseziele der Deutschen stehen“, sagte Wolfgang Waldmüller. In den vergangenen Jahren lieferte sich das Urlaubsland ein Kopf-an-Kopf-Rennen mit Bayern, das Mecklenburg-Vorpommern im letzten Jahr knapp für sich entscheiden konnte.

An den drei Fachbesuchertagen der Messe wird es insbesondere Gespräche zum Ausbau der internationalen Beziehungen geben: unter anderem mit großen Veranstaltern aus der Schweiz und Österreich sowie zum Ostseetourismusforum, das im November in Riga/Lettland stattfindet, und die Themen Innovationen, Authentizität und Tourismusfinanzierung in den Fokus stellt. Auch barrierefreier Tourismus, Ansätze für nachhaltigen Tourismus, Gesundheitstourismus oder Kooperationen mit großen Verlagen spielen auf der ITB eine Rolle.

Gute Voraussetzungen für 2018

Die bislang in diesem Jahr veröffentlichten Studien und Prognosen sind ein Indiz dafür, dass die Tourismusbranche auf ein erfolgreiches Jahr hoffen kann. So bleibt Deutschland laut der 34. Deutschen Tourismusanalyse der BAT-Stiftung für Zukunftsfragen das beliebteste Reiseziel der Deutschen im Jahr 2018. Mit 7,5 Prozent der Inlandsurlaube ist Mecklenburg-Vorpommern dabei hinter Bayern die beliebteste Ferienregion Deutschlands.

Nach Angaben des Deutschen Tourismusverbandes hat die Zahl der Übernachtungen in Deutschland zum achten Mal in Folge einen neuen Spitzenwert erreicht: Rund 459 Millionen Übernachtungen von Gästen aus dem In- und Ausland zählten Deutschlands Hotels, Pensionen, Jugendherbergen und Campingplätze nach einer Prognose des Statistischen Bundesamt im Jahr 2017. Das sind voraussichtlich drei Prozent mehr Übernachtungen als 2016.

Die Ostsee ist zudem die gastfreundlichste Urlaubsregion Deutschlands. Diese Auszeichnung wurde kürzlich in Form des Destination Brand Awards auf dem „f.w Destination Germany Day“ anlässlich der Urlaubsmesse CMT Stuttgart verliehen. Der Preis stützt sich auf die Ergebnisse der Studienreihe Destination Brand, die im Auftrag des Tourismusberatungsunternehmens „Inspektour GmbH“ jährlich durchgeführt wird und zum dritten Mal nach 2011 und 2014 Profileigenschaften deutscher Reiseziele beurteilen lässt. Deutschlandweit wurden dafür Einschätzungen und Bewertungen von mehr als 17.000 in Privathaushalten lebende, deutschsprachige Personen im Alter von 14 bis 74 Jahren online erhoben. In der Kategorie „Gastfreundlichkeit“ belegte die Ostsee dabei den ersten Platz. Insgesamt 63 Prozent der Befragten bestätigten der Ostseeküstenregion diese Eigenschaft.

Die **Pressekonferenz** auf der ITB findet am **7. März um 12.00 Uhr im Medienzentrum** (Pressekonferenzraum) in Halle 5.3 statt.

Weitere Informationen: www.auf-nach-mv.de, www.itb-berlin.de, berlintravelfestival.com

Schlagwörter

Architektur Ausstellungen Backstein barrierefrei Bio Camping Familie Fischland-Darß-Zingst Gesundheit Herbstkampagne Hotels Jugendherbergen Kinder Kirchen Kooperation kulinarisches Kulturelles Kunst maritimes Mecklenburgische Seenplatte Messe Museen Musik Natur Ostseeküste Radfahren Radwandern Rostock Rügen Schlösser und Gutshäuser Schwerin Sport Statistik sternekoch Tagesausflüge Theater Tourismuswirtschaft Usedom Vorpommern Waldakie Wandern Wasser Wassersport Wellness Wismar

Presse Nachrichten erhalten via

Ihre E-Mail Adresse   

Seite teilen

   

presse@auf-nach-mv.de +49 (0)381 40 30 - 610