

# VERBANDSREPORT Q3/2021

**Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst e. V.**

# Inhaltverzeichnis

<b>Editorial</b>	3
<b>Rückblick</b>	
Neue Verbandsspitze	4
Umzug der Geschäftsstelle	5
<b>Außenmarketing</b>	
Kampagnen	6
Print	8
Online	10
Presse	13
Veranstaltungen	14
<b>Innenmarketing</b>	15
Netzwerk	15
Qualität	16
<b>Destinationsmanagement</b>	17
Modellregion und Gästekarte	17
<b>Interessenvertretung</b>	18

# Editorial

Sehr geehrte Mitglieder,  
sehr geehrte Freunde und Unterstützer,

beginnend mit dieser Ausgabe möchten wir Sie ab sofort regelmäßig mit dem » **Verbandsreport** « über die Arbeit des Tourismusverbandes Fischland-Darß-Zingst e.V. informieren.

In diesem neuen, vierteljährlich erscheinenden Informationsblatt erwarten Sie interessante Zahlen, Daten und Wissenswertes über die Aktivitäten des Verbandes. Wir sehen dieses neue Format als Chance, noch enger mit Ihnen in den Austausch zu treten und Ihnen transparent über die aktuellen Entwicklungen im Tourismusverband zu berichten.

Bei Rückfragen zu Inhalten des Reports oder falls Sie anderweitig mit uns in Austausch treten möchten, melden Sie sich gern bei den Mitarbeitern der Geschäftsstelle.

Herzliche Grüße und viel Spaß beim Lesen wünscht

*Julia Bötow*

Geschäftsführerin  
des Tourismusverbandes Fischland-Darß-Zingst e.V.

# Rückblick | Neue Verbandsspitze

Das Quartal 3 / 2021 stand für den Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst ganz im Zeichen der Veränderung. Die Neuwahl des Vorstandes auf der Mitgliederversammlung im Juni und der Weggang des bisherigen Geschäftsführers im Frühjahr machten einen Wechsel an der Spitze des Verbandes notwendig.

Der Vorstand des Verbandes hat sich am 4. August 2021 erfolgreich konstituiert. Matthias Brath, Geschäftsführer der Kur- und Tourismus GmbH Zingst, wurde zum 1. Vorsitzenden des Tourismusverbandes gewählt. Komplettiert wird der neue geschäftsführende Vorstand vom 2. Vorsitzenden Friedrich Schweitzer, Kurdirektor des Ostseebades Prerow, und der Schatzmeisterin Mandy Krüger-Falk, Geschäftsführerin der Kur- und Tourist GmbH Darß.

Ein Dank gilt den bisherigen Vorsitzenden, Roland Völcker und Mathias Löttge, die bis zur Neukonstituierung des Vorstandes die Geschäfte aufrecht erhalten haben.

Julia Bülow hat zum 1. August 2021 die Geschäftsführung des Verbandes übernommen. Die bisherige Kommunikationsverantwortliche wurde vom 15-köpfigen Vorstand einstimmig für die neue Position ausgewählt.



**Julia Bülow**  
Geschäftsführerin



**Friedrich Schweitzer**  
2. Vorsitzender



**Matthias Brath**  
1. Vorsitzender



**Mandy Krüger-Falk**  
Schatzmeisterin

# Rückblick | Umzug

Nach über 20 Jahren hat der Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst seine Räumlichkeiten im „Storchenhaus“ in Löbnitz verlassen. Der neue Geschäftssitz befindet sich seit dem 10. September in der Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten.

Die **neuen Kontaktdaten** der Geschäftsstelle lauten:



## **Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst e.V.**

Im Kloster 15

18311 Ribnitz-Damgarten

Telefon: 03821 889260

Fax: 03821 889260 20



# Außenmarketing | Kampagnen

## MV Kampagne 2021

Die MV Kampagne ist die Kampagne des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern. Durch die Bündelung von Mitteln und die Buchung von Paketen kann hochwertiger Content produziert und große Reichweiten für relativ geringen finanziellen Aufwand erzielt werden. Der TV FDZ hat für 2021 ein Platin-Paket in der Themenwelt »Aktiv und Natur« gebucht. Einige Leistungen der MV Kampagne laufen das ganze Jahr über. Andere Bausteine wie beispielsweise Medienkooperationen oder die Bewerbung auf den Sozialen Medien erfolgen zu einem gewünschten Zeitraum oder werden vom TMV vorgegeben. Thema der diesjährigen Kampagne für Fischland-Darß-Zingst ist:

### »Laufen und abschalten auf Fischland-Darß-Zingst«

Ganzjährige sind die Verteilung des [Urlaubsmagazins](#) (Gedruckte Auflage: 20.000), die [Kampagnenseite auf auf-nach-mv.de](#) und die Ausspielung der beiden Videos (1:36 und 0:30 lang).

**YouTube:** 213.057 Aufrufe  
**Facebook:** 81.033 Aufrufe (Kurzversion)  
**Instagram:** 58.193 Aufrufe (Kurzversion)  
**Gesamt:** 352.283 Aufrufe (Stand 30.09.21)



Im August war Fischland-Darß-Zingst mit seinem Key Visual auf der Startseite auf [auf-nach-mv.de](#) zu sehen und es erfolgte die Zuarbeit für eine Medienkooperation, die im Oktober erscheint. Die Endauswertung der Kampagne 2021 erfolgt Anfang des kommenden Jahres.

# Außenmarketing | Kampagnen

## MV Kampagne 2022

Für 2022 hat der TV FDZ gemeinsam mit seinen Partnern ein Platin-Paket im Themenbereich »Genuss & Kultur« gebucht. Die Themenfindung erfolgte bei einem gemeinsamen Arbeitstreffen der beteiligten Partner. Das Thema für das kommende Jahr ist:

### »Hafenleben am Bodden mit Zeesbooten und Tradition«

Die Produktion fand am 15.06.21 am Hafen in Dierhagen und Wustrow und auf dem Bodden statt. Im August und September erfolgte der Korrekturprozess des Contents (Videos, 1:30-2:00 Minuten und 30 Sekunden, Bilder, Magazinbeitrag). Die Veröffentlichung der Kampagne erfolgt Anfang 2022.

## Herbst-Winter-Kampagne TMV

Die Herbst-Winter-Kampagne des TMVs läuft von Oktober 2021 bis März 2022. Der TV FDZ beteiligt sich mit einem M-Paket. Die Kosten dafür sind vom Kooperationsmarketing-Budgets des TMVs abgedeckt. Die Leistungen beinhalten:

- Medienkooperation (Tagesspiegel und Hamburger Abendblatt): Advertorial im MV-Kontext, Auflage > 50.000
- [auf-nach-mv.de](http://auf-nach-mv.de): Gastgebervorstellung mittels POI oder Veranstaltung

Die Zuarbeit für die Medienkooperation erfolgte im September. Kernaussage: Die Region bietet 60 km Strand, die außerhalb der Badesaison zu einer Vielfalt an Aktivitäten (Spaziergänge, Fastenwandern, Strandausritte, Spaziergänge mit dem Hund) einlädt.

Als Veranstaltung zur Ausspielung auf [auf-nach-mv.de](http://auf-nach-mv.de) wurde die thematisch passende, regelmäßig stattfindende geführte Wanderung mit dem Titel »Bernsteinwanderung – Auf der Suche nach dem Gold des Meeres«.

# Außenmarketing | Print

## Urlaubsmagazin 2021

Das Urlaubsmagazin 2021 verzeichnete in den Monaten Juli-September einen hohen Abgriff sowohl über die Boxen und Verteilstellen in der Region als auch über den Online-Versand. Der Restbestand des Magazins 2021 im Lager in Löbnitz beträgt weniger als eine Palette.

## Urlaubsmagazin 2022

In den vergangenen drei Monaten wurde intensiv am neuen Urlaubsmagazin 2022 gearbeitet, welches am 15. und 16.09.2021 in einer Auflage von 100.000 Stück in die Region geliefert wurde. Es ist somit zwei Wochen früher als üblich erschienen, um bereits die vielen Urlauber zu erreichen, die im September noch in der Region sind. Es gab vier Redaktionssitzungen mit der beauftragten Agentur Voigt & Kranz, Rechercheterminen, Abstimmung mit den Orten und einige Korrekturschleifen.

Beim Ergebnis der Akquise ist ein Einbruch von rund 11% gegenüber dem Vorjahr zu verzeichnen. Da die Akquise noch während des Lockdowns startete und die Lage allgemein mit Unsicherheit behaftet ist, wurde bereits mit einem Einbruch gerechnet und dieser entsprechend im Wirtschaftsplan einkalkuliert.

Das Magazin ist auch online verfügbar unter:  
[www.fischland-darss-zingst.de/urlaubsmagazin2022](http://www.fischland-darss-zingst.de/urlaubsmagazin2022)

**Auflage:** 100.000 Stück, Recyclingpapier

**Erscheinungsdatum:** 15.09.2021

**Verteilung:** Online-Versand, KVs, TIs, Verteilboxen, TMV, Promotion

**Inhalt:** GGV, 60 Seiten Magazinteil, Ortspläne, Tipps



# Außenmarketing | Print

## Flyer

Auch die thematischen Flyer des TV FDZ erfreuten sich großer Beliebtheit. In der KW 28 erfolgte die Lieferung des neuen und komplett überarbeiteten Camping-Flyers in einer Auflage von 15.000 Stück, der durch die Anzeigen refinanziert werden konnte. Die Faltkarte »Hofläden, Manufakturen und Märkte« wurde aktualisiert und in einer Auflage von 10.000 Stück nachgedruckt war. Ebenso wurde die im April neu erschienene Faltkarte »Museen und Meer« in einer Auflage von 10.000 Stück nachgedruckt, da die Erstauflage bereits vergriffen war.



Der TV FDZ hat **16** Boxen für die kostenlose Verteilung des Urlaubsmagazins im Verbandsgebiet aufgestellt. Diese werden wöchentlich aufgefüllt. Bei dieser Tour werden nach Bedarf auch unsere sieben verschiedenen Flyer ausgeliefert.

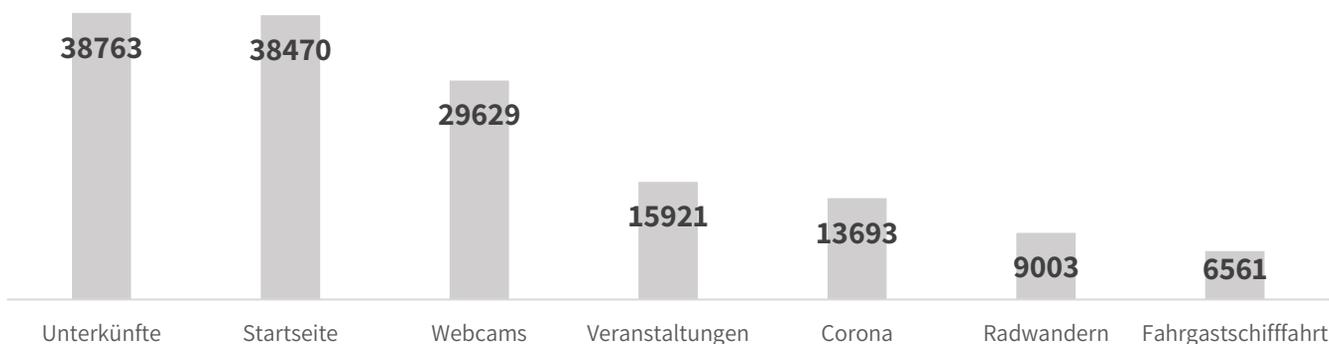
# Außenmarketing | Online

Neben den Printprodukten und Kampagnen spielt die Online-Kommunikation des Verbandes eine immer wichtigere Rolle. Gerade in der Inspirations-Phase nutzen immer mehr potenzielle Gäste das Internet. Dies spiegelt sich auch in den steigenden Abonnentenzahlen und guten Reichweiten der Online-Kanäle wider.

## Website

Die Website [fischland-darss-zingst.de](http://fischland-darss-zingst.de) ist die digitale Heimat des Verbandes und erste Anlaufstelle für Nutzer, die sich für Fischland-Darß-Zingst interessieren. 88,2% der Besucher kamen über die organische Suche (Google und Co.), was für eine starke Position in diesem Bereich spricht. 9,1% gingen direkt auf unsere Webseite (z.B. durch Hinweise auf die URL in Flyern, Anzeigen etc.) und 2,4% kamen durch Verweise und Verlinkungen von anderen Webseiten.

Es erfolgte eine saisonale Anpassung der Startseite sowie eine Überarbeitung von Unterseiten, u.a. zum Thema Kraniche und Hirsche, Ortsseiten und Tourenvorschläge. Weiterhin wurden einige neue Unterseiten erstellt, wie zum Thema Keramik.



**411.809** Seitenaufrufe

**143.447** Nutzer:innen (137.352 davon neu)

**02:06 min.** durchschnittl. Sitzungsdauer

# Außenmarketing | Online

## Social Media

Der Verband betreibt Kanäle auf den beiden beliebten sozialen Netzwerken [Facebook](#) und [Instagram](#). Aus Zeit- und Ressourcenmangel, wurden hauptsächlich die gleichen Inhalte auf beiden Plattformen geteilt. Da die Zielgruppen und Abonnenten sich unterscheiden, stellt dies aber keinen großen Nachteil dar. Insgesamt wurde insbesondere im September etwas weniger gepostet als üblich. Dennoch verzeichnen beide Kanäle ein erfreuliches Wachstum und gute organische Reichweiten. Abwechselnd aus den Orten werden ausdrucksstarke Impressionen mit Fokus auf die Natur gepostet.

### Facebook

- derzeit 24.535 Abonnenten (23.624 „Gefällt-mir“-Angaben)
- 385 neue Nutzer in Q3
- Follower kommen häufig aus Berlin, Dresden und Hamburg
- Mehrheit der Nutzer weiblich (69,5% gegenüber 30,5% männlichen Nutzern)
- größter Teil der Abonnenten ist zwischen 35-54 (ca. 45%)

### Instagram

- 669 neue Follower in Q3 (19.109 Abonnenten insgesamt)
- beliebteste Standorte sind Berlin, Hamburg, Rostock und Leipzig



# Außenmarketing | Online

## Blog

Auf dem Blog ist ein [Beitrag von Bloggerin Elke \(Darssdesign\) zum Vogelpark Marlow](#) erschienen. Elke lebt seit 2020 in Barth und erkundet zusammen mit ihrem Sohn die Region.

## Newsletter

Der Verteiler für den monatlich erscheinenden Endkunden-Newsletter ist seit Juni um rund 400 Abonnenten auf 2.439 Empfänger gewachsen. Noch ist der Verteiler recht überschaubar, dafür ist die Mehrheit der Abonnenten überdurchschnittlich am Inhalt interessiert. Die Öffnungsrate liegt im Schnitt bei 60,2% (durchschnittliche Öffnungsrate liegt bei 25%). Auch die Klickrate ist mit 23,1% sehr erfreulich. Gelesen wird der Newsletter von 43,7% am mobilen Endgerät und von 56,3% der Rezipienten am Desktop.

### Newsletter Juli (30.07.), 16:36 Uhr

Betreff: Sommergrüße  
Inhalt: Blogbeitrag Vogelpark, TV-Tipp, Campingflyer, Führungen Nationalpark, Veranstaltungsempfehlungen  
Öffnungsrate: 61,52% / Klicks: 18,46%

### Newsletter August (27.08., 15.30 Uhr)

Betreff: Herbsturlaub auf Fischland-Darß-Zingst  
Inhalt: Faszination Kranich und Beobachtungsmöglichkeiten, Hirschbrunft, Herbsttouren, Veranstaltungsempfehlungen  
Öffnungsrate: 61,73% / Klicks: 19,29%

### Newsletter September (25.09., 10.30 Uhr)

Betreff: Das Urlaubsmagazin 2022 ist da!  
Inhalt: Urlaubsmagazin, Darßer Naturfilmfestival, Tourenportal bei Outdooractive, Veranstaltungsempfehlungen  
Öffnungsrate: 57,44% / Klicks: 31,66%



# Außenmarketing | Presse

Wie jeden Monat hat der Verband auch von Juli bis September dem Regionenpressediens des TMV zugearbeitet.

## Pressemitteilungen

Der Verband hat in Q3 fünf eigene Pressemitteilungen veröffentlicht:

- 20.07.2021: [Campingflyer erschienen](#)
- 21.07.2021: [Neue Geschäftsführung](#)
- 04.08.2021: [Neuer Vorstand](#)
- 06.09.2021: [Naturklänge](#)
- 16.09.2021: [Urlaubsmagazin 2022 erschienen](#)

## Pressereisen

In den vergangenen drei Monaten wurden zwei Pressereisen geplant und unterstützt:

Hannes Soltau schreibt für das dem **Tagesspiegel** beigelegte **Unterwegs Spezial**, welches im Oktober 2021 erscheint. Er war vom 09.-10.08. in der Region und machte eine Fahrradtour von Dierhagen nach Pramort. Sein Fokus lag auf dem Thema Nachhaltigkeit. Zum Auftakt war er am 09.08. im Strandhotel Dierhagen, anschließend zum Abendessen auf dem Gut Darß, Er übernachtete im The Grand Ahrenshoop und machte am nächsten Tag eine Führung mit Nationalparkrangerin Frau Haufe, bevor er weiter zum Schösschen Sundische Wiese radelte.

Nadja Bossmann war vom 13.-14.09. vor Ort, um für das **Ostseespezial 2022 vom Tagesspiegel** zu recherchieren. Die Pressereise wurde zusätzlich von der Kur- und Tourismus GmbH Zingst unterstützt. Ihr Fokus lag auf dem Naturerlebnis. Betreffend der Kranichrast und der Hirschbrunft war sie in Zingst und im Nationalpark unterwegs. Am zweiten Tag lag ihr thematischer Schwerpunkt bei den Töpfereien der Region. Sie besuchte Ahrenshoop und Saal und sprach mit einigen Künstler:innen.

# Außenmarketing | Veranstaltungen

## Naturklänge

Erfreuliche Bilanz zum 20. Jubiläum der Konzertreihe: Von Juni bis September 2021 haben **mehr als 3.200 Gäste die »Naturklänge« besucht**. Im Jubiläumsjahr haben sich erstmalig **zehn Veranstaltungsorte** beteiligt.

Auf dem Eixener See war zum zweiten Mal das »Swimming Piano« zu erleben. Weitere Veranstaltungsorte waren die Boddenhäfen in Wieck a. Darß und Dierhagen, das Freilichtmuseum Klockenhagen, das Gutshaus Hessenburg und der Barockgarten Starkow. Neu waren in diesem Jahr der Vogelpark Marlow, die Badestelle Glöwitz am Barther Bodden und der Martha-Müller-Grählert-Park in Zingst.

**Naturklänge  
Abschlusskonzert**  
am Hohen Ufer  
zwischen Wustrow  
und Althagen.

Foto: Voigt&Kranz UG



# Innenmarketing | Netzwerk



Die Zusammenarbeit mit den Mitgliedern und insbesondere dem Vorstand findet in unterschiedlichen Gremien statt, die in Inhalt und Entscheidungskraft variieren. Darüber hinaus präsentiert der TV FDZ die Region nach außen auf diversen Veranstaltungen. Die Mitgliederschaft wird über das [Extranet](#) sowie über den [Branchen-Newsletter](#) informiert.

## Juli

- Marketingbeirat | 06.07.2021
- AG Digitalisierung | 13.07.2021
- Vorstandssitzung | 21.07.2021

## August

- Außerordentliche Vorstandssitzung zur Konstituierung | 04.08.2021
- Außerordentliche Vorstandssitzung zur Bebauung Pütnitz | 10.08.2021
- Telefonkonferenz der regionalen Tourismusleiter:innen | 11.08.2021
- Telefonkonferenz des TMV zum landesweiten Austausch | 11.08.2021
- Telefonkonferenz des TMV zum landesweiten Austausch | 31.08.2021

## September

- Telefonkonferenz der regionalen Tourismusleiter:innen | 08.09.2021
- MV Tourismustage | 08.09.2021  
bis 10.09.2021
- Vorstandssitzung | 18.08.2021
- Vorstandssitzung | 15.09.2021
- Marketingbeirat | 21.09.2021
- Austauschgespräch mit dem Nationalpark | 21.09.2021

# Innenmarketing | Qualität

## Gästeinformation

Auch wenn der Verband schon seit mehreren Jahren keine physische Gästeinformation mehr betreibt und demnach auch keine Stelle mehr dafür vorhanden ist, stehen die Angestellten des Verbandes ständig im Kontakt mit unseren Gästen. Dazu gehört in erster Linie die Beantwortung von Anfragen per Mail, Telefon oder Post sowie die Abwicklung von Bestellungen.

Darunter sind auch Beschwerden, die sich inhaltlich oft mit den großen Herausforderungen wie Mobilität, Qualität oder Tourismusakzeptanz beschäftigen. Diese Anzeigen sind wertvolle Hinweise für die Agenda des Verbandes und werden sachlich sowie ausführlich beantwortet. Im B2B-Kontext wird z. B. bei der Vermittlung von Reiseführern geholfen oder kostenloses Informationsmaterial versandt.

Mit dem Umzug nach Ribnitz-Damgarten soll der sporadische Publikumsverkehr weiter verringert werden. Die neuen Räumlichkeiten sollen als reine Büros dienen. Die Außenwahrnehmung des Verbandes in der Region wird durch die Prospektboxen gewährleistet. Demnächst ergänzen digitale Stelen, die über eine LEADER-Förderung finanziert werden konnten, das Informationsangebot.

7\*

## Klassifizierungen

Der TV FDZ ist Lizenznehmer beim DTV für die Klassifizierungen von Unterkünften. Im dritten Quartal 2021 wurden 15 Klassifizierungen durchgeführt.

15 Klassifizierungen

200 gepackte Umzugskartons

790 Bestellungen im Online-Shop

1.434 relevante Mails an [info@tv-fdz.de](mailto:info@tv-fdz.de)

\***Prospektausfahrten** vom Vogelpark Marlow über die Halbinsel bis nach Graal-Müritz



# Interessenvertretung

Der Verband setzt sich als wichtiger Kommunikator zwischen Kommunen, Landkreis und Land stetig als Interessensvertreter für tourismuspolitische Forderungen ein.

Im Q3 / 2021 hat sich der Verband u.a. für folgende Themen engagiert:

- Unterstützung des Positionspapiers vom Förderverein Nationalpark Boddenlandschaft e.V. zur angemessenen Ausstattung der Verwaltungen der Nationalen Naturlandschaften in MV mit Personal und Ausrüstung
- Forderungspapier zur Anpassung des Ausbildungsrahmenplans in Mecklenburg-Vorpommern für Auszubildende zum Kaufmann/Kauffrau für Tourismus und Freizeit an die starke Saisonalität der Tourismusbranche
- Zusammenarbeit mit dem LK Vorpommern-Rügen zur Erneuerung der Beschilderung entlang des Ostseeküsten-Fernradweges
- Mitwirkung im Vergaberat des Nationalparks Vorpommersche Boddenlandschaft zur Zertifizierung neuer Nationalpark-Partner
- Hinweise zum Beteiligungsentwurf des Nahverkehrsplan des Landkreises Vorpommern-Rügen unter Berücksichtigung touristischer Aspekte sowie in Absprache mit den Gemeinden



*Fischland-Darß-Zingst*

## **Kontakt**

Im Kloster 15

18311 Ribnitz-Damgarten

Telefon: 03821 889260

Fax: 03821 889260-20

E-Mail: [info@tv-fdz.de](mailto:info@tv-fdz.de)

1. Vorsitzender: Matthias Brath

2. Vorsitzender: Friedrich Schweitzer

Geschäftsführung: Julia Bülow