

Güstrow, den 16.11.2013

Alles ist vorbereitet, die vier Mitarbeiterinnen des Tourismusverbandes Mecklenburgische Seenplatte sind gerüstet für das TausendSeenForum, die Gäste können kommen. Bis vor ein paar Tagen hat Marita Klemmer noch die neuen Reisekataloge bearbeitet, jetzt steht sie am Tresen und wartet auf die Mitglieder des Verbandes. „Es haben sich rund 100 Leute angemeldet“, sagt sie. Namenslisten liegen aus, die Prospekte mit Infomaterial liegen auf allen Stühlen, es kann losgehen. Und die Gäste lassen auch nicht lange auf sich warten. „Das ist immer so, die meisten kommen schon beizeiten. Sie freuen sich, dass man sich mal wieder sieht, kann miteinander ins Gespräch kommen, sich über die Saison austauschen“, sagt Marita Klemmer weiter.

Zu den ersten gehört Silvia Meier. Sie kommt von der Tourismus GmbH in Krakow. Mit dabei hat sie ihre gesamte Belegschaft, vier Mitarbeiterinnen, zwei davon Azubis. „Ich verspreche mir viel von diesem Tag“, sagt sie. Die Saison sei lang und auch ziemlich aufregend gewesen, da freue man sich auf die Kollegen. „Ich will auch mal hören, wie es den anderen so ergangen ist, was es Neues gibt und so.“

Dass das Forum diesmal in einer anderen Art stattfindet, stört sie gar nicht. Bislang gab es eine Ausstellung und verschiedene Workshops, diesmal stehen Podiumsdiskussionen an. Geplant war, das Forum in Neubrandenburg durchzuführen. Mit dem Wechsel der Geschäftsführung und wegen verschiedener anderer organisatorischer und finanzieller Beweggründe, hat die Verbandsspitze kurzfristig eine neue Lösung gesucht und in Güstrow im Heizhaus gefunden.

Langsam füllt sich der Saal. Dörte Dahnke, Cornelia Nieswandt und Anja Nocke, die drei Mitarbeiterinnen des Tourismusverbandes sind startklar. Geschäftsführer Bert Balke ist ein wenig nervös. Es ist sein erster größerer Auftritt vor den Mitgliedern. Unterstützt wird er vom Vorstandsmitglied Frank Fechner. „Familie und Netzwerke“ sind in diesem Jahr Thema des Forums. Der Landtagsabgeordnete Jürgen Seidel macht auch gleich in seiner Eröffnungsrede klar, wo in Zukunft die Reise hingehen muss. „Der Tourismus ist eine Stärke unseres Landes“, sagte er. Der Umsatz der Tourismusbranche mache 6,5 Milliarden Euro aus, 170.000 Mitarbeiter seien dort beschäftigt, 28 Millionen Übernachtungen werden jährlich gezählt, nannte Seidel Zahlen. Für die kommenden zwei Jahre gebe es vom Land noch einmal 3 Millionen Euro an Marketingmitteln, danach ist Schluss. Das bedeutet für die Tourismusverbände auch, dass sie sich neu aufstellen müssen, selber sehen müssen, wo die Finanzen herkommen. Eine Bettensteuer, hält Seidel grundsätzlich für den falschen Weg. „Alle die am Tourismus verdienen, sollten auch dafür zahlen“, so der Landtagsabgeordnete.

Tourismuspreis

Nunmehr zum dritten Mal wurde im Rahmen des Forums auch der Tourismuspreis verliehen. Den erhielt das Netzwerk Nationalparkpartner. „Ein Netzwerk das schlicht und einfach funktioniert“, so Laudator Michael Hecht. Die Idee, so informierte anschließend Martin Kaiser, sei entstanden, weil vor einigen Jahren mehr und mehr Unternehmen an den Müritz-Nationalpark die Bitte richteten, das Logo des Schutzgebietes verwenden zu dürfen. Daraus ist die Idee geboren, alle Interessierten direkt einzubinden. Zunächst waren es acht Partner, die sich gefunden hatten, in der Zwischenzeit sind es 45, so Martin Kaiser, der den Preis entgegen nahm. Die Partner des Netzwerkes erhalten aus erster Hand die wichtigsten Informationen zum Schutzgebiet und darüber hinaus.

Podiumsdiskussion

Walter Krombach, Geschäftsführer der Willi Scharnow-Stiftung, Nadine Hoffmann vom LandArt-Netzwerk Feldberger Seenlandschaft, Wim Schwerdtner von der Aurelius Beratung und Forschung GmbH und Martin Kaiser vom Müritz-Nationalpark bilden das Podium, Bert Balke moderiert. Es geht um Netzwerke, wo und wie sie funktionieren. Festgestellt wurde dabei, dass es in der Region noch jede Menge Potenzial gibt. Die größte Chance gebe es, wenn gemeinsame Angebote kreiert würden, so die Experten. Wie beispielsweise das Netzwerk „Schlösser und Herrenhäuser“, das eine ganz bestimmte Zielgruppe anspricht. Christine Hannemann, die dieses Netzwerk ins Leben gerufen hat, sagte: „Es lag eigentlich auf der Hand, die Schlösser und Herrenhäuser unter einem Dach zu vereinen. Das Zugpferd, und so etwas braucht man, ist das Schweriner Schloss“, so die Tourismusexpertin.

Das unterstrich auch Jürgen Seidel „Am Zusammenwirken, daran erkennt man eine Region“, sagte er. An so einigen Punkten müsse noch gearbeitet werden, so sieht es auch der Geschäftsführer des Tourismusverbandes, Bert Balke. Dazu gehört beispielsweise der geringe Grad an Bereitschaft zu Kooperationen, Qualitätsdefizite und eine Vielzahl von Marketingaktionen verschiedener Anbieter, das zumindest sagt auch eine Studie, die das Bundeswirtschaftsministerium in Auftrag gegeben hat, aus.

Die Mecklenburgische Seenplatte macht etwa 20 Prozent der Übernachtungen im Land Mecklenburg-Vorpommern aus, die Auslastung liegt bei etwa 26,5 Prozent, so die aktuellen Zahlen. Eine ganz wichtige Rolle spielen auch die Kommunen. „Es werden verbindliche Organisationsstrukturen benötigt. Wir brauchen die Politik“, so ein Fazit aus einer Befragung von 130 Urlaubsregionen. Es blieb wegen der knappen Zeit bei einer Podiumsdiskussion. „Schade, ich hätte auch das eine oder andere zu dem Thema sagen können“, so die Bilanz von Gabriele Haak vom Feriendorf Boek. Der Verband beschäftige sich zu viel mit sich selbst, so ihre Meinung. Wichtiger sei es miteinander ins Gespräch zu kommen, Pläne für die Zukunft zu schmieden. Das sieht auch Dagmar Wilisch vom Verein der Gleitschirmflieger so. „Die Fördermittel wird es über kurz oder lang einfach nicht mehr geben. Wir müssen uns darauf einstellen und anfangen zu handeln“, sagte sie. Für Heike Pietschmann von der „Weißen Flotte“ war die Diskussion interessant. „Ich bin neu bei der Marketingabteilung der Weißen Flotte und will viele Leute kennenlernen und Kontakte knüpfen“, sagte sie.

Im Rahmen des Forums wurden auch die „Kinderuni auf Föhr“ und das Konzept Familotel Borchard's Rookhus vorgestellt. Ein weiterer Schwerpunkt war die Internetwerbung. Oberste Priorität hat Experten zufolge die Mobilität von Internetangeboten, sprich sie müssen auch Smartphone kompatibel sein. Auch die Nutzung von sozialen Netzwerken ist in Zukunft angesagt, Touristiker sollen ihre Angebote bildträchtig darstellen, das erleichtere dem Kunden die Entscheidung die Region aufzusuchen. Eine weitere Empfehlung ist auch, mit den Gästen über solche Netzwerke ins Gespräch zu kommen. Auch wenn es darum geht etwas zu verbessern.

Das TausendSeenForum war für die meisten Teilnehmer ein Erfolg, auch wenn nicht alle Erwartungen in Erfüllung gegangen sind. Jetzt gilt es neue Strategien zu entwickeln und enger zusammen zu rücken. Bert Balke hat schon jetzt angekündigt, viel öfter mit den Mitgliedern des Verbandes ins Gespräch zu kommen. „Ich könnte mir vorstellen, dass wir so etwas vier bis fünf Mal im Jahr machen, dann allerdings in kleinerem Rahmen“, hieß es. Seine Schwerpunktaufgaben sieht er derzeit in der Gestaltung der Fusion beider Tourismusverbände. Außerdem soll die Geschäftsstelle umstrukturiert werden. „Es geht nicht, dass die wenigen Mitarbeiter alles machen. Da werden wir uns etwas überlegen“, sagte er. Er scheut sich auch nicht davor, bestimmte Bereiche auszulagern, an externe Anbieter zu übergeben.