

# Partnertag

## 20 Jahre Usedom Tourismus GmbH

20. Dezember 2020  
Videokonferenz



U  
T 20

Glückwunsch!



# Glückwunsch!

# Agenda

**1. Das Corona-Jahr 2020**

**2. Krisenmanagement 1.0 und 2.0**

**3. Modernisierungs-Sprint und Ausblick 2021**

# 1. Das Corona-Jahr 2020

# Ein außergewöhnliches Jahr



**ITB**  
BERLIN | The World's  
Leading  
Travel Trade  
Show®

4. – 8. März 2020



Mecklenburg  
Vorpommern  
*MV tut gut.*

Konzept zur Beantragung

**Mobile Erlebniswelt  
Mecklenburg-Vorpommern**

*MV mit allen Sinnen:*

*Marketing zwischen realen und virtuellen Welten*



Mecklenburg  
Vorpommern  
*MV tut gut.*



# Ein vom Krisenmanagement geprägtes Jahr

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://tourismus.mv>. The page features a large background image of a historic building complex, likely the Schloss in Rostock, situated on a riverbank. The website's header includes the logo for Mecklenburg Vorpommern with the slogan "MV tut gut." and the text "Branchen-Info Von Touristikern für Touristiker". Navigation elements include a search icon and a "Menü" button. A prominent news article is displayed with the date "25 Nov 2020" and the headline "Corona-Virus: Der TMV informiert (Update 25. November 2020)". Below the headline is a "Mehr lesen >" link. At the bottom of the page, there are two orange buttons: "Filtern" (Kombinieren Sie Inhalte!) and "Abonnieren" (Abonnieren Sie Newsletter und RSS!).

https://tourismus.mv

TMV\_VST\_03092020\_k...

Mecklenburg Vorpommern *MV tut gut.*

Branchen-Info  
Von Touristikern für Touristiker

Menü

25  
Nov 2020

Corona-Virus  
**Corona-Virus: Der TMV informiert (Update 25. November 2020)**  
Mehr lesen >

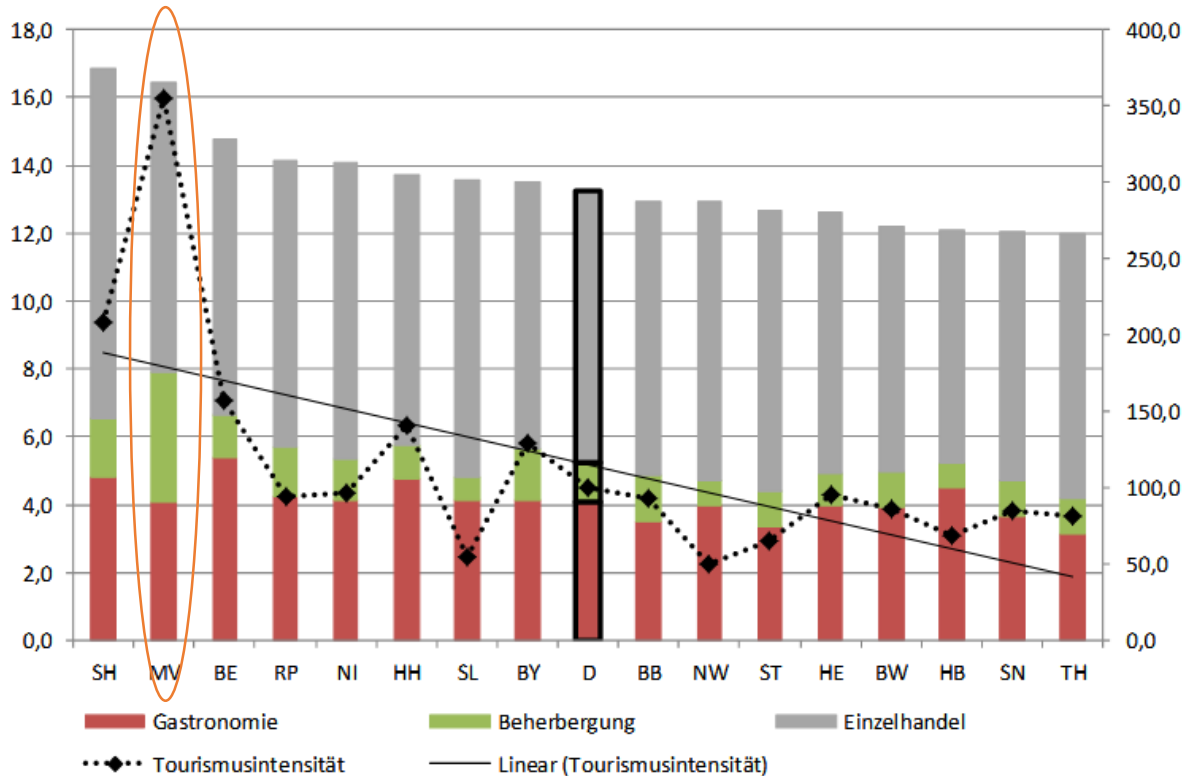
Filtern  
Kombinieren Sie Inhalte!

Abonnieren  
Abonnieren Sie Newsletter und RSS!



# MV potenziell besonders betroffen ...

Beschäftigung in tourismusnahen Branchen nach Bundesländern 2019 (zum Stichtag 30.06.2019)



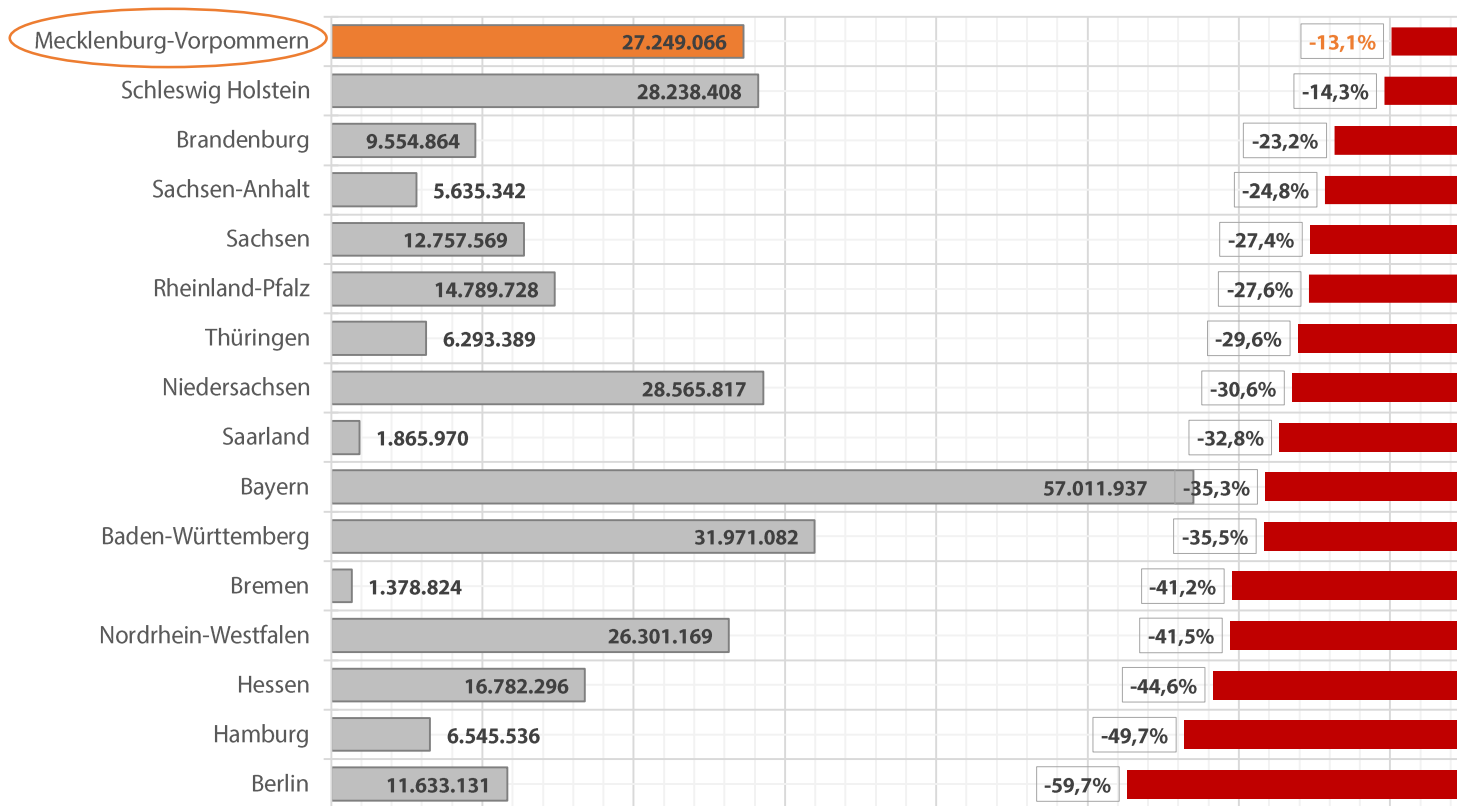
”

„Das wirtschaftliche Gewicht des Tourismus wird durch die Beschäftigung in tourismusnahen Branchen sichtbar. Im Bundesdurchschnitt sind mehr als 13 Prozent der Beschäftigten dort tätig – und damit jeder zehnte sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und jeder vierte geringfügig Beschäftigte. Diese Anteile sind in Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern nochmals höher. Da in diesen beiden Bundesländern der Einzelhandel touristischer geprägt sein dürfte als in anderen Bundesländern mit geringerer Tourismusintensität, **ist die wirtschaftliche Betroffenheit durch die Einschränkung touristischer Reiseaktivitäten besonders groß. Das heißt, dass in diesen beiden Bundesländern vergleichsweise viele Arbeitsplätze gefährdet sind.**“

(IfW Kiel, Mai 2020).

# MV reell vergleichsweise gering betroffen ... bisher

## Entwicklung der Übernachtungszahlen für 2020 im Vergleich der Bundesländer



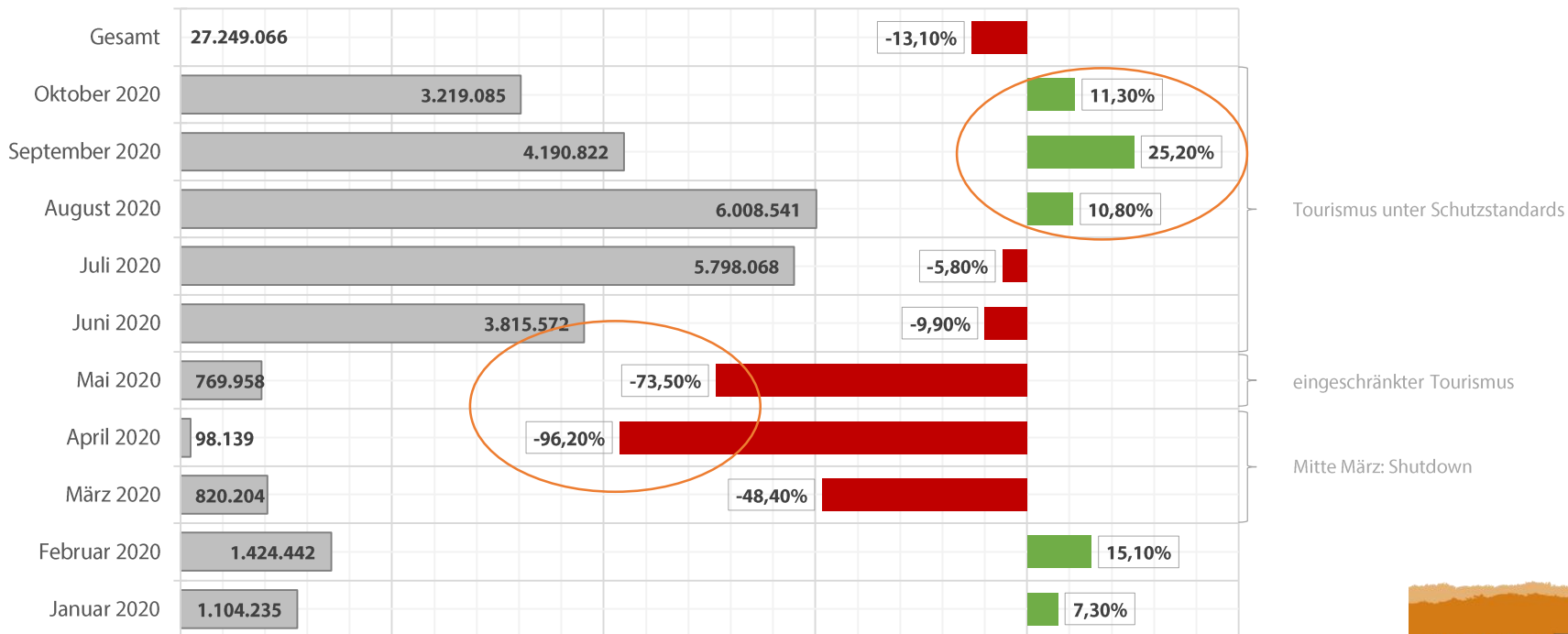
**Prognose 2020:**  
27,4-27,5 Mio.  
Übernachtungen



# Auf und Ab der Monate

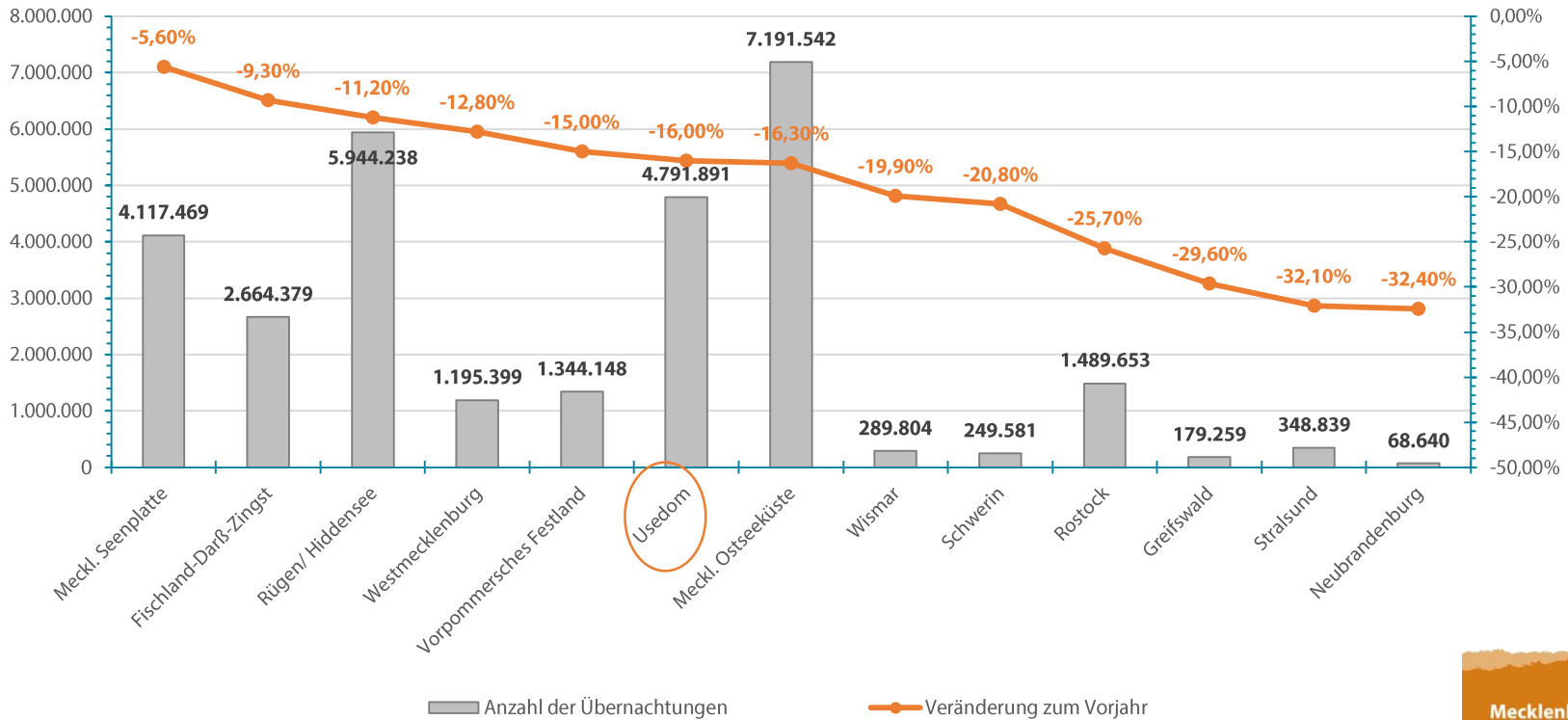
## Anzahl der Übernachtungen 2020 in Mecklenburg-Vorpommern

Entwicklung der Übernachtungszahlen im Vergleich zum Vorjahresmonat bzw. -zeitraum



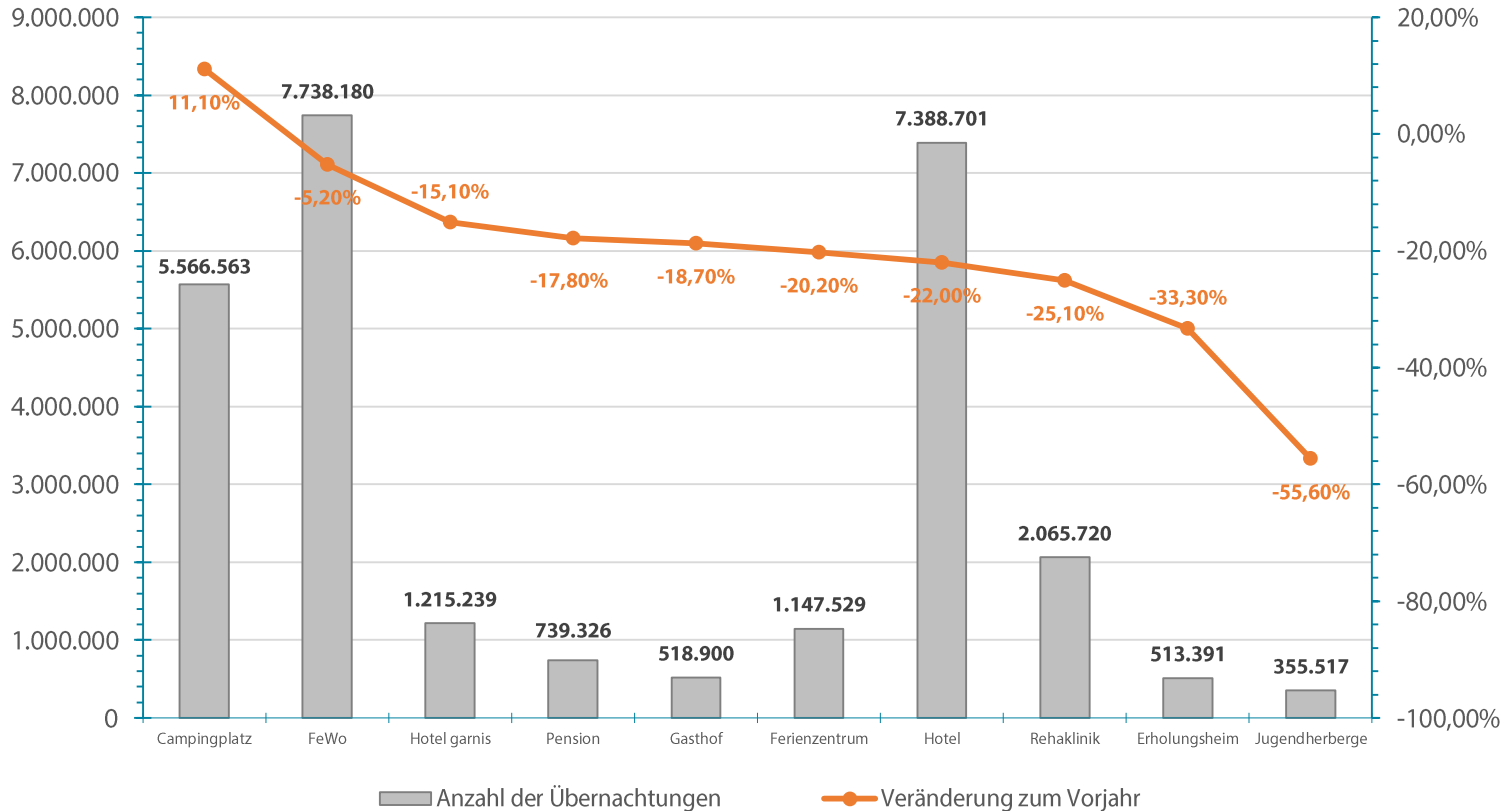
# Verluste: Usedom im MV-Mittelfeld

## Übernachtungszahlen für 2020 nach Regionen und Städten MVs



# Quartiere: Nur Camping im Plus

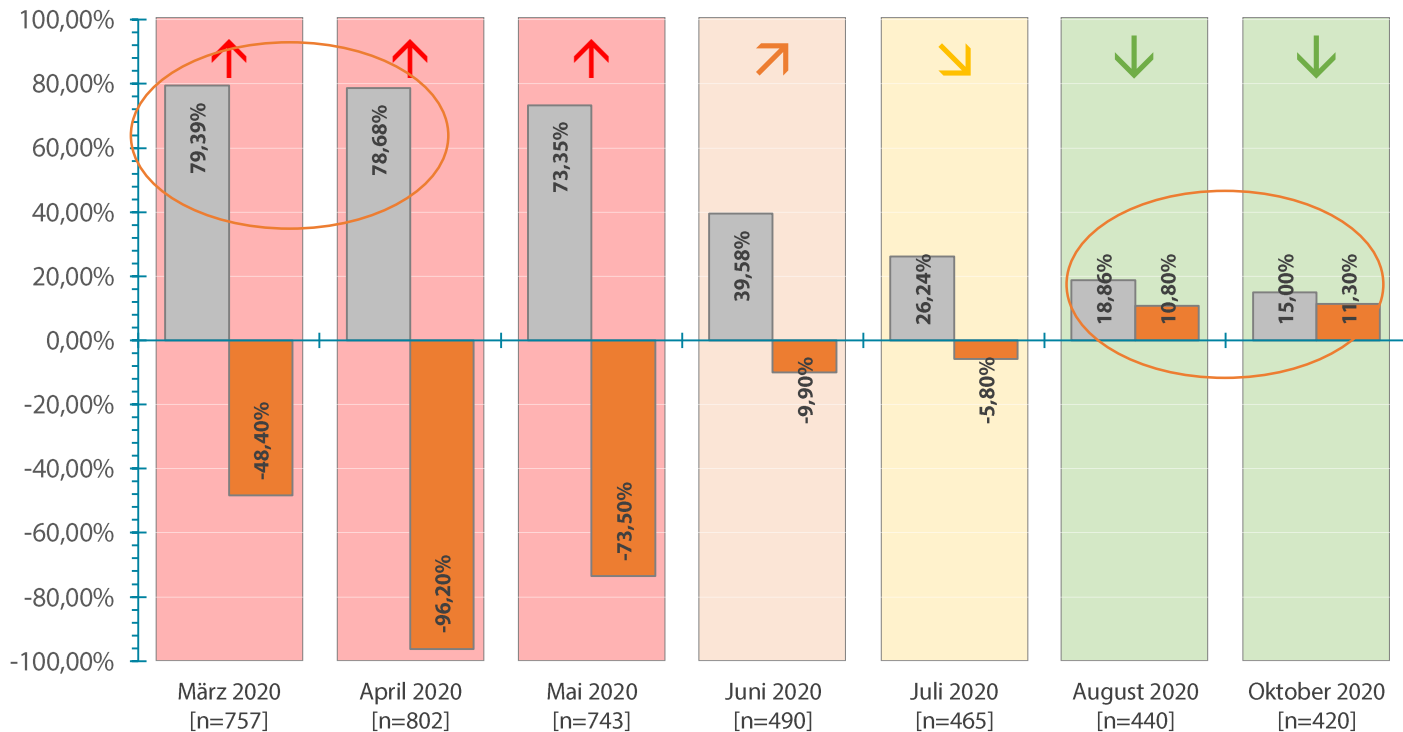
## Übernachtungszahlen für 2020 nach Betriebstyp in Mecklenburg-Vorpommern



# Öffnung verringert Hilfsbedarf der Branche

## Anteil der Betriebe, der staatliche Hilfe benötigt | Entwicklung der Übernachtungszahlen

Berechnung mit Hilfe eines Chi-Quadrat Unabhängigkeitstests ( $\chi^2(6)=1167.507, p<.001$ ) und anschließenden Fisher exact tests.



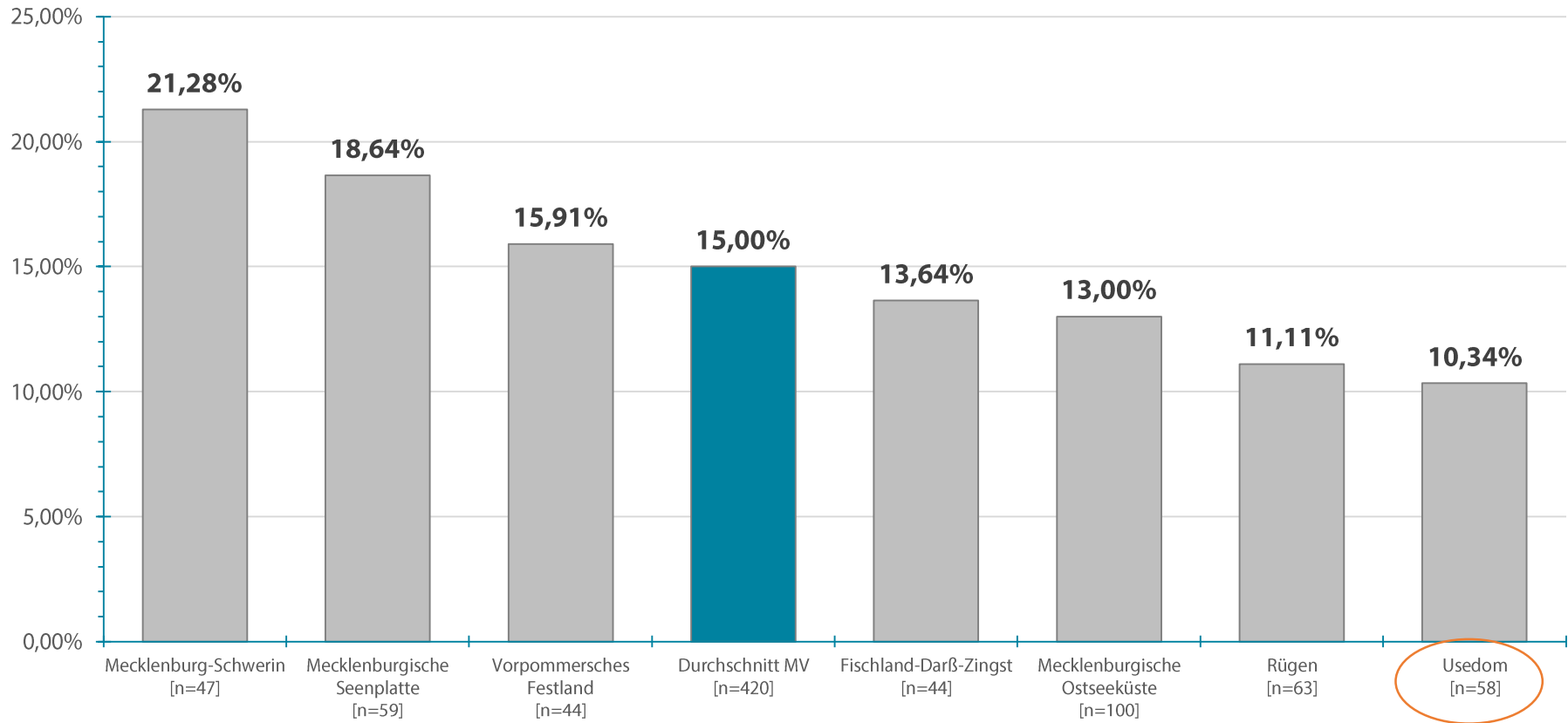
✓ **Unterschiede sind signifikant** ( $\alpha<.01$ )

Der Anteil der touristischen Betriebe, der staatliche Hilfe benötigt, ist im Oktober 2020 **signifikant kleiner** als noch im **März, April, Mai, Juni** und **Juli 2020**.

Im Vergleich zum **August 2020** ist der Anteil der touristischen Betriebe, der staatliche Hilfe benötigt, **statistisch gesehen gleich**.

# Unternehmen auf Usedom mit vglw. geringem Hilfebedarf

Vergleich der Regionen MVs | Anteil der Betriebe, der staatliche Hilfe benötigt



Quelle(n): TMV Marktforschung | Branchenumfrage Oktober 2020

## 2. Krisenmanagement 1.0 und 2.0



# SCHUTZSTANDARDS & NOTFALLPLAN






„Sicherer Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern“

**Schutzstandards Beherbergung**  
**Hier: Hotels, Pensionen, Gasthöfe \*)**

Stand: 23.10.2020 - 17:00

**Im Überblick:**  
**8 Regeln für Hotels, Pensionen,**

1. Beherbergung für Personen, denen die Einreise gestattet ist, ist erlaubt. Gäste aus Risikogebieten Quarantäneverordnung beachten.
2. Vorab-Buchung (mind. eine Übernachtung) für Mecklenburg-Vorpommern erforderlich.
3. Gästeformation vorab/digital, möglichst kontaktlos.
4. Wegeleitung und Umsetzung der Abstände
5. Mund-Nase-Bedeckung für Personal mit Gästen in Innenbereichen mit Publikumsverkehr.
6. Besondere Anforderungen für Gastronomie & Freizeitzentren (Kinder-/Wellnessbereiche) und regelmäßige Reinigung in allen Räumen mit aktivem Publikumsverkehr.
7. Erstellung eines Konzeptes für Hygiene und Aerosole-Belastung in Räumen. Verstärkte AKE in Freizeitzentren (Kinder-/Wellnessbereiche) und regelmäßige Reinigung in allen Räumen mit aktivem Publikum.
8. Keine Gegenstände mit erschwerter Reinigung in öffentlichen Bereichen und Zimmern (z.B. Gästebücher, Zeitschriften, etc.)





**Fortschreibung und weitere Informationen:**  
 Die Schutzstandards werden laufend an die Änderungen im MV-Plan der Landesregierung MV angepasst.

Diese und weitere Schutzstandards für Teilbranchen sind unter <https://tourismus.mv/artikel/schutzstandards-fuer-die-br> zu finden.

Für branchenübergreifende und öffentliche Bereiche wie Dienstleistungsangebote, Veranstaltungen, Feiern u. a. gesetzlichen Verordnungen und Verfügungen.

\*) siehe auch: Schutzstandards Gastronomie, etc.

© 2020 Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V. / DEHOGA Mecklenburg-Vorpommern e. V.

„Sicherer Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern“

**SARS-CoV-2: Notfallplan für Unterkunftsanbieter bei Auftreten akuter Atemwegssymptomatik (Verdacht auf COVID-19) bei Gästen**

Stand: 22.05.2020 – 12:00 Uhr

Vor der Anreise erfolgt die Information an die Gäste, dass bei akuter Atemwegssymptomatik (insbesondere Husten, erhöhte Temperatur oder Fieber, Kurzatmigkeit und/oder Verlust des Geruchs- und Geschmackssinns) eine COVID-19-Erkrankung sowie bei Kontaktpersonen zu einem Anreize nicht anzuraten ist.

Im Vorfeld werden von den Unterkunftsanbietern die Kontaktpersonen zu den Kontaktpersonen zu den zuständigen Gesundheitsamt, zur nächsten

## INFEKTIONSNOTFALLPLAN

**Bei Auftreten folgender Symptome, insbesondere Fieber, Atembeschwerden, allgemeine Abgeschlagenheit / Müdigkeit, Husten, Kopf- und Gliederschmerzen, Schnupfen, Halschmerzen, Verlust des Geruchs-/Geschmackssinns ist wie folgt zu verfahren:**

1. Zimmer/Unterkunft nicht verlassen (gilt auch für Mitbewohner im gleichen Zimmer/Unterkunft)
2. Telefonische Information des verantwortlichen Ansprechpartners der Unterkunft (siehe Ansprechpartner zu Pandemiemaßnahmen), ggf. Hinweis auf Zugehörigkeit zu einer Risikogruppe
3. Kontakt zu Mitbewohnern soweit als möglich vermeiden
4. Tragen einer Mund-Nasen-Bedeckung (auch im Zimmer/Unterkunft bei Belegung mit mehreren Personen bzw. bei notwendigem Zugang für verantwortlichen Ansprechpartner)
5. Abwarten bis weitere Information durch verantwortlichen Ansprechpartner erfolgt
6. Bei schneller Verschlechterung des Gesundheitszustandes Information des ärztlichen Bereitschaftsdienstes über 116 117 oder Rettungsdienst 112

SARS-CoV-2 - Schutzstandards Branche: Hotels, Pensionen, Gasthöfe		Stand
siehe auch: "Schutzstandards Gastronomie", "Kindereinrichtungen"		
Gefährdung	Infektion mit dem SARS-CoV-2-Virus (Corona-Virus-Erkrankung, Covid-19) durch infizierte <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kollegen/ Kollegen</li> <li>• betriebsfremde Personen (Lieferanten, Fremdmitrainedarbeitler)</li> <li>• Kunden / Gäste</li> </ul>	
Hinweis auf weitere Schutzstandards in MV (verwandte Bereiche)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastronomie</li> <li>• Beherbergung Jugendherbergen und Gruppenunterkünfte, Ferienunterkünfte, Camping)</li> <li>• Bootscharters, Marina und Sportboothäfen</li> <li>• Angebote für Kinder in Tourismusbetrieben</li> <li>• Verlust von Freizeitausrüstungen</li> <li>• Veranstaltungen</li> <li>• Freizeitparks</li> </ul>	
<b>Maßnahmen</b>	<b>SARS-CoV-2-Arbeitsschutzstandard allgemein</b>	<b>(A) Hinweise Hotel: betriebsinterne A</b>
Beschränkung Öffnung		Beherbergungsverbot für Gäste, denen der Aufenthalt in MV nach Corona-Lockdownverordnung untersagt ist.
Nachverfolgbarkeit		Kontaktdaten der Gäste sind in Vereinbarung mit der jeweiligen Lockdownverordnung zu erfassen.
Reservierung		
Empfänger		
<b>ABSTANDSREGELN</b>		
Abstand	Die betrieblichen Abläufe sind so zu gestalten, dass zwischen Personen ein Abstand von mind. 1,50 m eingehalten wird. Dies gilt für alle betrieblichen Bereiche einschließl. der Verkehrswege, Sanitär- und Pausenräume.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbeitsplätze in allen betrieblichen Bereichen z. B. Küche, Theke, Sa-Rezeption sowie an den Schrittleisten daraufhin überprüfen.</li> <li>• Geeignete Arbeitsbelegung in allen Bereichen. Nur so viele Personen Arbeitsräumen einsetzen, dass der Abstand auch tatsächlich eingehalten auf die verringerte Kapazität abstimmen)</li> <li>• Sicherstellen, dass Lauf- und Verkehrswege breit genug sind. Einweg-Gegenstände) besetzen.</li> <li>• Zahl der Personen bei der Benutzung der Aufzüge so begrenzen, dass abgegrenzt werden können.</li> <li>• Zeitliche Entzerrung in Sanitär- und Pausenbereichen durch geeignete Arbeits- und Pausenzeiten</li> <li>• Anbringen von ausreichend dimensionierten Abtrennungen zwischen A</li> <li>• Die Abtrennung muss ausreichend stabil sein und so breit und hoch, d</li> <li>• abtrennenden Person den Beschäftigten nicht tritt.</li> </ul>
Abtrennungen	Kann der Abstand von 1,50 m nicht eingehalten werden, ist zur Vermeidung der Infektionsübertragung eine räumliche Trennung zwischen den jeweiligen Arbeitsplätzen vorzuziehen (z. B. ausreichend hohe Barrieren aus durchsichtigem Material wie Plexiglas o. ä.)	
Mund-Nase-Bedeckung	Ist bei bestimmten Tätigkeiten ein ausreichender Abstand bzw. eine Abtrennung aus betriebsrechtlichen Gründen nicht möglich, sind den Beschäftigten Mund-Nase-Bedeckungen in ausreichender Anzahl zur Verfügung zu stellen. Die Beschäftigten sind über die richtige Verwendung, die maximale Tragedauer sowie die Pflege der Mund-Nase-Bedeckungen zu unterweisen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dies kann der Fall sein bei Tätigkeiten, die nur von zwei Beschäftigten werden können. Dementsprechend müssen beide Personen eine Mund-</li> </ul>

# MEDIENRESONANZANALYSE

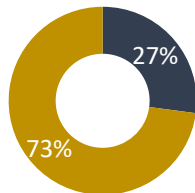
## KEYFACTS

9.683 Beiträge (+75 %)

8,611 Mio. Reichweite (+125 %)

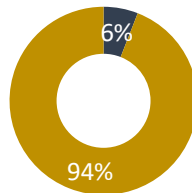
32% positive Resonanz

### Beiträge



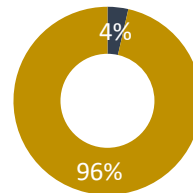
■ Print ■ Online

### Reichweite



■ Print ■ Online

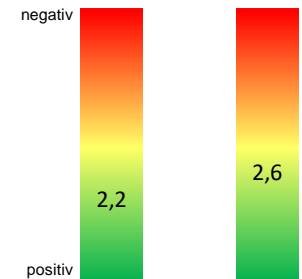
### Werbewert



■ Print ■ Online

n=9.683 Beiträge

### Image

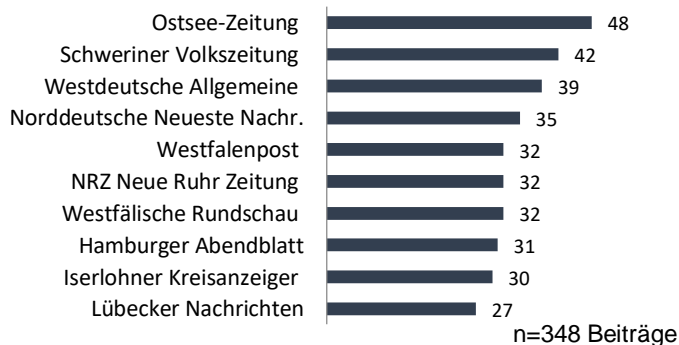


Print

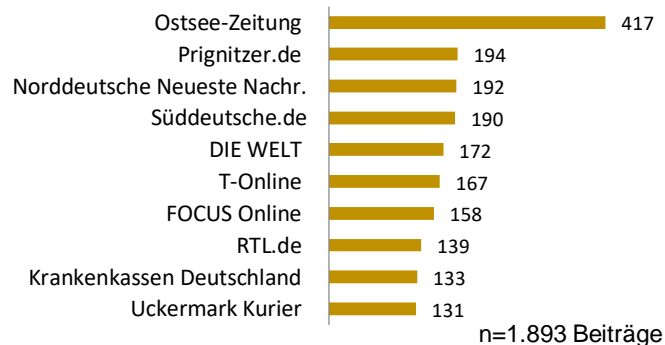
Online

n=15.387 Nennungen

### Top 10 Titel Print, Beiträge



### Top 10 Titel Online, Beiträge



Wir sind Urlaubs Land

Sei dabei.  
**Zeig Herz.**  
Auch deine Stimme bestimmt die Stimmung.

Sascha Reimer  
Friedrichshagen (Brandenburg)

Reinhold Thiermer  
Aussiedlerheim (Brandenburg)

Mecklenburg-Vorpommern  
Wir tun's pack!

Wir sind Urlaubs Land

Sei dabei.  
**Zeig Herz.**  
Auch deine Stimme bestimmt die Stimmung.

Elisa Bross  
Prenzlauerberg (Brandenburg)

Doreth Marlene  
Aussiedlerheim (Brandenburg)

Mecklenburg-Vorpommern  
Wir tun's pack!

Wir sind Urlaubs Land

Sei dabei.  
**Zeig Herz.**  
#wirsindurlaubsland

Katharina Langer  
Friedrichshagen (Brandenburg)

Mecklenburg-Vorpommern  
Wir tun's pack!

Wir sind Urlaubs Land

Sei dabei.  
**Zeig Herz.**  
Auch deine Stimme bestimmt die Stimmung.

Katharina Langer  
Friedrichshagen (Brandenburg)

Mecklenburg-Vorpommern  
Wir tun's pack!

Wir sind Urlaubs Land

Sei dabei.  
**Zeig Herz.**  
Auch deine Stimme bestimmt die Stimmung.

Lisa Fackhaus  
Friedrichshagen (Brandenburg)

Marin Budy  
Zembeck (Brandenburg)

Mecklenburg-Vorpommern  
Wir tun's pack!

Wir sind Urlaubs Land

Sei dabei.  
**Zeig Herz.**  
Auch deine Stimme bestimmt die Stimmung.

Sybil Rubin-Pfister  
Mühlrose (Brandenburg)

Steffen Springer  
Rangsdorff (Brandenburg)

Mecklenburg-Vorpommern  
Wir tun's pack!

Wir sind Urlaubs Land

Sei dabei.  
**Zeig Herz.**  
Auch deine Stimme bestimmt die Stimmung.

Andreas Peters  
Friedrichshagen (Brandenburg)

Martin Basse  
Ludwigslust (Brandenburg)

Mecklenburg-Vorpommern  
Wir tun's pack!

Wir sind Urlaubs Land

Sei dabei.  
**Zeig Herz.**  
Auch deine Stimme bestimmt die Stimmung.

Martin Paik  
Ludwigslust (Brandenburg)

Mecklenburg-Vorpommern  
Wir tun's pack!

Wir sind Urlaubs Land

Sei dabei.  
**Zeig Herz.**  
Auch deine Stimme bestimmt die Stimmung.

Susanne Döhrle  
Ludwigslust (Brandenburg)

Thomas Krüger  
Steingaden (Brandenburg)

Mecklenburg-Vorpommern  
Wir tun's pack!

Wir sind Urlaubs Land

Sei dabei.  
**Zeig Herz.**  
Auch deine Stimme bestimmt die Stimmung.

Heidrun Loh  
Friedrichshagen (Brandenburg)

Thomas Falk  
Vieritz (Brandenburg)

Mecklenburg-Vorpommern  
Wir tun's pack!

Wir sind Urlaubs Land

Sei dabei.  
**Zeig Herz.**  
Auch deine Stimme bestimmt die Stimmung.

Cathy Oet  
Hohenzellern (Brandenburg)

Jana Burghard  
Friedrichshagen (Brandenburg)

Mecklenburg-Vorpommern  
Wir tun's pack!

Wir sind Urlaubs Land

Sei dabei.  
**Zeig Herz.**  
Auch deine Stimme bestimmt die Stimmung.

Sylvia Mische  
Cottbus (Brandenburg)

Jordan Fischer  
Cottbus (Brandenburg)

Mecklenburg-Vorpommern  
Wir tun's pack!

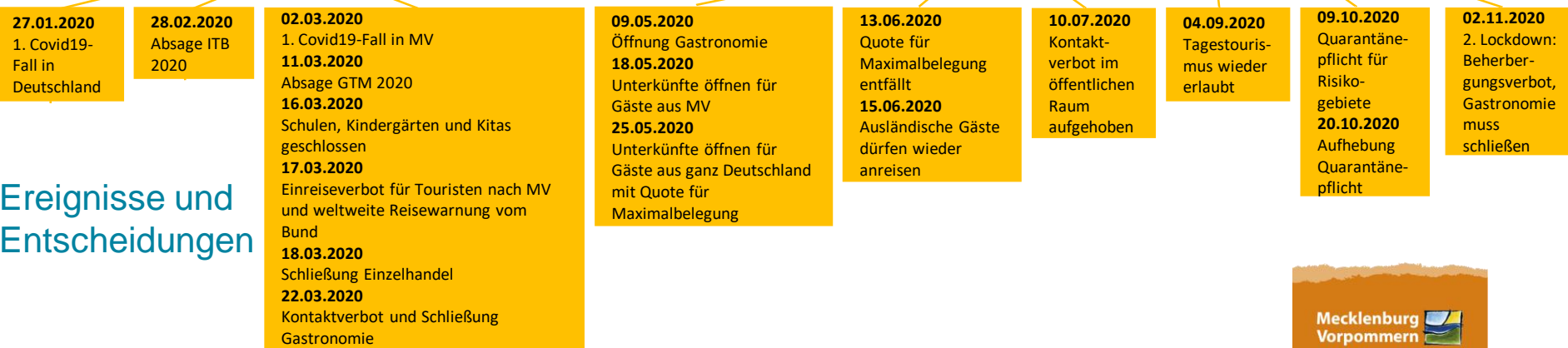
# Zeitliche Abfolge 2020



## Maßnahmen TMV



## Ereignisse und Entscheidungen



# Sonderpreis des Deutschen Tourismuspreises



AKTUELLES

WETTBEWERB

INNOVATIONSFINDER

PARTNER



- 5 aus 158 Bewerbern
- **Verleihung** am 14.12.2020 (digital)

Erfolgreiches und nachhaltiges Krisenmanagement in der Corona-Krise

TV MECKLENBURG-VORPOMMERN E.V.



# Öffnungsperspektive 2021: MV eilt voraus



## PRESSEMITTEILUNG

### Tourismusverbände fordern abgestimmtes Konzept für den Neustart

**Berlin, 19.01.2021** - Nach der heutigen Konferenz der Bundeskanzlerin mit den Regierungschefs der Länder soll eine Bund-Länder-Arbeitsgruppe damit beauftragt werden, eine sichere und gerechte Öffnungsstrategie zu erarbeiten. Hierzu erklären der Geschäftsführer des Deutschen Tourismusverbandes (DTV), Norbert Kunz, der Hauptgeschäftsführer des Deutschen Reiseverbandes (DRV), Dirk Inger, der Präsident des Internationalen Bustouristik-Verbandes (RDA), Benedikt Esser und der Vorstand des Verbandes Internet Reisevertrieb (VIR), Michael Buller:

„Es ist gut, dass Bund und Länder nun endlich eine Öffnungsstrategie angehen. Die Tourismusbranche fordert seit langem ein stimmiges Konzept und bietet ihre Mitarbeit an. Gerade der Tourismus braucht Perspektiven für den Neustart. Trotz aller Appelle und Gesprächsangebote der Branche hat der Bund bisher nichts an Konzepten für den Restart des Tourismus vorzuweisen. Dabei muss schon jetzt vorbereitet werden, in welchen Schritten, wie und wann es anschließend wieder losgehen kann. Wir mahnen seit dem ersten Lockdown eine Tourismus-Taskforce aus Politik und Branchenexperten und einen Tourismusgipfel an. Wir sind überzeugt: Mit einem abgestimmten Konzept, das stimmige Quarantäne- sowie Teststrategien beinhaltet, klare Hygiene- und Schutzregeln und eine differenzierte Betrachtung der einzelnen touristischen Segmente enthält, ist sicheres Reisen nach der zweiten Corona-Welle wieder möglich. Wir, die Tourismusbranche, sind bereit, uns und unsere Konzepte in die Planung einer funktionierenden Restart-Konzeption aktiv einzubringen und den Neustart gemeinsam anzugehen.“

**Bereits erarbeitet:  
Neustart-Strategie  
für MV**

**[www.tourismus.mv](http://www.tourismus.mv)**

# Neustart-Konzept 2021 aus sechs Elementen



[www.tourismus.mv](http://www.tourismus.mv)

## „Sicherer Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern“ Strategisches Konzept für einen Neustart 2021

– *Lebendes Dokument, Version 1.4* –  
Stand: 22.01.2021

### Inhalt:

1. 10 Grundsätze „Was MV zum Neustart des Tourismus beachten sollte“
2. Phasenmodell für den Neustart
  - Phase 1a + 1b: Erste Öffnungen für MV
  - Phase 2: Weitere Öffnungen für MV
  - Phase 3: Erste Öffnungen über MV hinaus
  - Phase 4: Weitere Lockerungen
  - Phase 5: Normalisierung
3. Ansatz für eine branchenspezifische Corona-Teststrategie zur Absicherung des Tourismusjahres 2021
4. MV-Siegel „Mehr Sicherheit im Urlaubsland“
5. Hochrechnung Marktvolumen und Prognose Gästezahlen für 2021

separat: *Corona-Ampel für den MV-Tourismus*  
*Konzept zur Fortsetzung der Initiative für Tourismusakzeptanz in MV*



# Neustart-Konzept 2021 mit zehn Grundsätzen

## 1. 10 Grundsätze: Was MV zum Neustart des Tourismus beachten sollte

1. Skalierung zwischen Gesundheitsschutz und Wirtschaftlichkeit
  2. Fahrplan für Branchenbereiche und Betriebe:
    - **Phasenmodell** für schrittweise, geregelte Öffnung → Wiedereinstieg/Neustart
    - **Ampelsystem** für infektionsbezogenes Handeln → Pandemie-Management
  3. Öffnungen und Lockerungen verbinden mit
    - a) Schutzstandards und Hygienemaßnahmen
    - b) Empfehlung zur Nutzung des **Siegels „Mehr Sicherheit im Urlaubsland“**
    - c) **Teststrategie** (Ansatz) mit Brückenfunktion bis zur überwiegenden Immunisierung der Bevölkerung
  4. (Notfall-)Szenarien für Krisensituationen prüfen und ggf. aktualisieren
  5. Rückfall/Lockdown vermeiden
  6. Pauschale Auslastungsquoten sowie Abstufungen nach Beherbergungsarten vermeiden
  7. Kontinuierliches Branchenmonitoring fortführen
  8. Initiative für Tourismusakzeptanz in MV fortsetzen
  9. Koordinations- und Steuerungsfunktion der Task Force „Tourismus“
  10. Vereinbarungen zwischen Bundesländern für bundeseinheitliche oder mindestens norddeutsche Grundlagen; Wettbewerbsnachteile für MV vermeiden
- Das nachfolgende Phasenmodell ist der Vorschlag einer sicheren und gerechten Öffnungsstrategie für den Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern. Das Öffnungsmodell steht unter dem Vorbehalt der jeweils gültigen Beschlüsse der Bundeskanzlerin und der Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder zur Bewältigung der Corona-Pandemie sowie der jeweils aktuellen Kriterien beim Infektionsgeschehen, der Belastung des Gesundheitssystems und der erreichten Impfquote in Mecklenburg-Vorpommern
- Phasenmodell und Ampelsystem bieten weitgehend eine touristische Gesamtbetrachtung. Sie stehen dementsprechend auch unter dem Vorbehalt der u. U. abweichenden Abstimmungen und Entscheidungen in Einzelbereichen.

[www.tourismus.mv](http://www.tourismus.mv)



# Phasenmodell für den Tourismus

## Phasenmodell für den Neustart 2021 im MV-Tourismus (Gesamtbetrachtung)

V. 1.4

Stand: 22.01.2021

Hinweis: Das Modell ist als lebendes Arbeitspapier zu verstehen und wird ständig an die aktuellen Rahmenbedingungen angepasst.

Bei Beachtung macht das Modell seinerseits partielle Anpassungen der Corona- und der Quarantäneverordnung notwendig.

Quellen: Phasenmodell 1.3 vom 5.5.2020 [https://tourismus.mv/fileadmin/Media/TMV\\_aktuell/Phasenmodell\\_komplett\\_V1.3\\_2020-05-05.pdf](https://tourismus.mv/fileadmin/Media/TMV_aktuell/Phasenmodell_komplett_V1.3_2020-05-05.pdf); MV-Plan

Voraussetzung für Zulässigkeit ist jeweils das Einhalten der allgemeinen oder für spezielle Bereiche definierten Schutzstandards.

Phasen	PHASE 1a	PHASE 1b	PHASE 2	PHASE 3	PHASE 4	PHASE 5
Schritte	Erste Öffnungen für MV (Einzelhandel und Gastronomie ohne Übernachtungstourismus)	Erste Öffnungen für MV (zusätzlich weitere regionale Dienstleistungen ohne Übernachtungstourismus)	Weitere Öffnungen für MV (Übernachtungstourismus für Einheimische)	Erste Öffnungen über MV hinaus (Übernachtungstourismus für Gäste aus Regionen niedriger Inzidenz in D)	Weitere Lockerungen	Normalisierung
Kontext (teilweise Annahmen)	Bundesweites Verbot touristischer Reisen (außer Geschäftsreisen)	Bundesweites Verbot touristischer Reisen (außer Geschäftsreisen)	Regional gelockertes Verbot touristischer Reisen (außer Geschäftsreisen)	Bundesweit gelockertes Verbot touristischer Reisen	Weiter gelockertes Verbot touristischer Reisen	Weitgehend aufgehobenes Verbot touristischer Reisen D und Ausland
Prüfen des Phasenübergangs (Richtwert, kann abweichen)	nach 2 Wochen	nach 2 Wochen	nach 3 Wochen	nach 3 Wochen	nach 3 Wochen	

### Inzidenzwert

Hinweis: Die schrittweise Öffnung des Tourismus in MV orientiert sich an den Inzidenzwerten des Bundeslandes sowie im Einzelnen auch an den Werten der Landkreise/kreisfreien Städte vor Ort. Bei der Anreise der Urlaubsgäste sind außerdem die Werte des Herkunftsortes zu berücksichtigen. Hierfür sind die tagesaktuellen Inzidenzwerte des Robert-Koch-Instituts oder des Landesamts für Gesundheit MV maßgebend.

Land Mecklenburg-Vorpommern	<100 landesweit	<100 landesweit	<75 landesweit	<75 landesweit	<50 landesweit	<50 landesweit
Herkunftsregion des Gastes: Landkreise & kreisfreie Städte				bei Wert <50	ohne Test bei Wert <50 Testempfehlung bei 50-100 mit Test bei Wert 100-200	ohne Test bei Wert <50 Testempfehlung bei 50-100 mit Test bei Wert 100-200 Tagesgäste bei Wert <50
Ausland				RKI-Einstufung & QuarantäneVO	RKI-Einstufung & QuarantäneVO	RKI-Einstufung & QuarantäneVO

Keine überproportionale Belastung des Gesundheitssystems in MV (Auslastung Intensivbetten)

Grundimpfung in allen Senioren- und Pflegeheimen in MV

Kontinuierlich steigende Impfquote in MV und bundesweit

### Personengruppe

	Bewohner mit Erstwohnsitz MV	Bewohner mit Erstwohnsitz MV	Bewohner mit Erstwohnsitz MV	Bewohner mit Erstwohnsitz MV	Bewohner mit Erstwohnsitz MV	Bewohner mit Erstwohnsitz MV
Angehörige der Kernfamilie (entspr. Zulässigkeit lt. Verordnung und Inzidenz)	Angehörige der Kernfamilie (entspr. Zulässigkeit lt. Verordnung und Inzidenz)	Angehörige der Kernfamilie (entspr. Zulässigkeit lt. Verordnung und Inzidenz)	Angehörige der Kernfamilie (entspr. Zulässigkeit lt. Verordnung und Inzidenz)	Angehörige der Kernfamilie (entspr. Zulässigkeit lt. Verordnung und Inzidenz)	Angehörige der Kernfamilie (entspr. Zulässigkeit lt. Verordnung und Inzidenz)	Angehörige der Kernfamilie (entspr. Zulässigkeit lt. Verordnung und Inzidenz)
Personen mit gemeldetem Zweitwohnsitz (nur bei Wert < 200 im LK in MV und in Herkunftsregion)	Personen mit gemeldetem Zweitwohnsitz (nur bei Wert < 200 im LK in MV und in Herkunftsregion)	Personen mit gemeldetem Zweitwohnsitz (nur bei Wert < 200 im LK in MV und in Herkunftsregion)	Personen mit gemeldetem Zweitwohnsitz (nur bei Wert < 200 im LK in MV und in Herkunftsregion)	Personen mit gemeldetem Zweitwohnsitz (nur bei Wert < 200 im LK in MV und in Herkunftsregion)	Personen mit gemeldetem Zweitwohnsitz (nur bei Wert < 200 im LK in MV und in Herkunftsregion)	Personen mit gemeldetem Zweitwohnsitz (nur bei Wert < 200 im LK in MV und in Herkunftsregion)
Eigentümer, Dauercamper u. Bootseigner mit Liegeplätzen (nur bei Wert < 200 im LK in MV und in Herkunftsregion)	Eigentümer, Dauercamper u. Bootseigner mit Liegeplätzen (nur bei Wert < 200 im LK in MV und in Herkunftsregion)	Eigentümer, Dauercamper u. Bootseigner mit Liegeplätzen (nur bei Wert < 200 im LK in MV und in Herkunftsregion)	Eigentümer, Dauercamper u. Bootseigner mit Liegeplätzen (nur bei Wert < 200 im LK in MV und in Herkunftsregion)	Eigentümer, Dauercamper u. Bootseigner mit Liegeplätzen (nur bei Wert < 200 im LK in MV und in Herkunftsregion)	Eigentümer, Dauercamper u. Bootseigner mit Liegeplätzen (nur bei Wert < 200 im LK in MV und in Herkunftsregion)	Eigentümer, Dauercamper u. Bootseigner mit Liegeplätzen (nur bei Wert < 200 im LK in MV und in Herkunftsregion)
Geschäftsreisende	Geschäftsreisende	Geschäftsreisende	Geschäftsreisende	Geschäftsreisende	Geschäftsreisende	Geschäftsreisende
				Übernachtungsgäste aus anderen Bundesländern	Übernachtungsgäste aus anderen Bundesländern	Gäste aus allen Bundesländern (auch Tagesgäste)
				internationale Gäste laut Einreiseregeln	internationale Gäste laut Einreiseregeln	internationale Gäste laut Einreiseregeln

# 5 Phasen in der Gesamtbetrachtung des Tourismus

Phasen	PHASE 1a	PHASE 1b	PHASE 2	PHASE 3	PHASE 4	PHASE 5
Schritte	Erste Öffnungen für MV (Einzelhandel und Gastronomie ohne Übernachtungstourismus)	Erste Öffnungen für MV (zusätzlich weitere regionale Dienstleistungen ohne Übernachtungstourismus)	Weitere Öffnungen für MV (Übernachtungstourismus für Einheimische)	Erste Öffnungen über MV hinaus (Übernachtungstourismus für Gäste aus Regionen niedriger Inzidenz in D)	Weitere Lockerungen	Normalisierung
<b>Gastronomie</b>						
Allgemein	zulässig 6-21 Uhr	zulässig 6-21 Uhr	zulässig 6-21 Uhr	zulässig 6-21 Uhr	zulässig 6-23 Uhr	zulässig 6-0 Uhr
Restaurants, Cafés	zulässig (mit Höchstbegrenzung)	zulässig (mit Höchstbegrenzung)	zulässig (mit Höchstbegrenzung)	zulässig (mit Höchstbegrenzung)	zulässig (mit Höchstbegrenzung)	zulässig
Außengastronomie	zulässig (mit Höchstbegrenzung)	zulässig (mit Höchstbegrenzung)	zulässig (mit Höchstbegrenzung)	zulässig (mit Höchstbegrenzung)	zulässig (mit Höchstbegrenzung)	zulässig
Kioske & Außerhausverkauf	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig
Abhol- und Lieferservice	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig
Bars, Clubs, Discotheken	nicht zulässig	nicht zulässig	nicht zulässig	nicht zulässig	nicht zulässig	begrenzt zulässig
<b>Handel</b>						
Einzelhandel	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig
Märkte	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig
<b>Gästedienstleistungen</b>						
Tourist-Infos	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig
Nationalpark-, Naturschutzzentren	nicht zulässig	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig
Verleihstationen und Servicestellen für Fahrrad, Outdoor-Equipment, Boote etc.	nicht zulässig	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig
öffentliche Toiletten	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig
Gästeführungen	nicht zulässig	zulässig (Einzelführungen)	zulässig (Einzelführungen)	zulässig mit Obergrenzen	zulässig mit Obergrenzen	zulässig mit Obergrenzen
<b>Veranstaltungen</b>						
Großveranstaltungen	nicht zulässig	nicht zulässig	nicht zulässig	nicht zulässig	nicht zulässig	nicht zulässig
Volkstfeste	nicht zulässig	nicht zulässig	nicht zulässig	nicht zulässig	zulässig mit Obergrenzen	zulässig mit Obergrenzen
OpenAir Veranstaltung Stehplätze	nicht zulässig	nicht zulässig	nicht zulässig	nicht zulässig	nicht zulässig	nicht zulässig
OpenAir Veranstaltungen Sitzplätze	nicht zulässig	zulässig mit Obergrenzen	zulässig mit Obergrenzen	zulässig mit Obergrenzen	zulässig mit Obergrenzen	zulässig mit Obergrenzen
Indoor Veranstaltungen Stehplatz	nicht zulässig	nicht zulässig	nicht zulässig	nicht zulässig	nicht zulässig	nicht zulässig
Indoor Veranstaltungen Sitzplatz	nicht zulässig	zulässig mit Obergrenzen	zulässig mit Obergrenzen	zulässig mit Obergrenzen	zulässig mit Obergrenzen	zulässig mit Obergrenzen
privat: Familienfeiern, Hochzeiten	nicht zulässig	zulässig mit Obergrenzen	zulässig mit Obergrenzen	zulässig mit Obergrenzen	zulässig mit Obergrenzen	zulässig mit Obergrenzen
Auto-Kino	nicht zulässig	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig	zulässig
Tagungen/Kongresse	nicht zulässig	nicht zulässig	zulässig mit Obergrenzen	zulässig mit Obergrenzen	zulässig mit Obergrenzen	zulässig mit Obergrenzen

*Hinweis:  
Auszug aus  
dem gesamten  
Modell*

# Vorschlag Neuregelung „Corona-Ampel“ ab 2021

## Grundsätzlich:

- Tourismus i. S. insbesondere des innerdeutschen Reiseverkehrs muss in die Neufassung der bundesweiten und -einheitlichen „Corona-Ampel“ und ihre länderspezifischen Adaptionen zwingend eingearbeitet werden.
- Die Ampel dient dem Maßnahmenmanagement im Kontext einer weiterhin dynamischen Infektionslage mit schwankenden Inzidenzen.
- Überregionale Mobilität ist der entscheidende Faktor für Wirtschaftlichkeit in der Tourismusbranche. Dies gilt im besonderen Maße für das Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern mit seinen starken Außenbeziehungen.
- Touristisches Reisen bildet in erheblichen Anteilen auch die Geschäftsgrundlage für andere Branchen wie Einzelhandel, Kultur oder Veranstaltungswirtschaft.
- Hilfen/Entschädigungen müssen bei Schließungen und außergewöhnlichen Einschränkungen für touristische Betriebe weiter gewährleistet werden.

## Ampelspezifisch:

- Die Stufen sind im Wesentlichen aus der bestehenden Corona-Ampel MV übernommen. Die zum Tourismus erarbeiteten Inhalte können sowohl in die MV-Ampel als auch den MV-Plan integriert werden.
- Die Ampel entfaltet ihre Wirkung ab Stufe 4 (Inzidenz 50) des Phasenmodells für den Neustart 2021.
- Bei Betrachtung der Stufen der Herkunftsorte der Gäste gilt der Inzidenzwert in den jeweiligen Landkreisen bzw. kreisfreien Städten am Tag vor Reiseantritt.
- Negativ-Tests müssen vor Einreise nach MV erfolgen und dürfen nicht älter als 48 h sein. Sollte darüber hinaus für den Tourismus eine branchenspezifische Teststrategie festgeschrieben werden, kann diese auch Testungen in MV vorsehen.

# Vorschlag Neuregelung „Corona-Ampel“ ab 2021

Neuinfektionen auf 100.000 Einwohner in 7 Tagen in Landkreisen und kreisfreien Städten	In Bezug auf den Zielort MV (es zählt der jeweils höhere Wert in gesamt MV oder im Landkreis bzw. der kreisfreien Stadt)	In Bezug auf den Herkunftsort der Gäste (es zählt der Wert im Landkreis bzw. der kreisfreien Stadt)		
<b>Stufe Grün</b> (0 bis < 10) <i>kontrollierte Situation</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>ergänzende MNB-Pflicht im öffentlichen Raum, wo Menschen dichter und/oder länger zusammenkommen – in Einkaufszentren und auf</li> </ul>		
<b>Stufe Gelb</b> (10 bis < 35) <i>kontrollierte Situation mit erhöhter Aufmerksamkeit</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>erweiterte MNB-Pflicht im öffentlichen Raum – zusätzlich auch auf belebten Plätzen</li> <li>„Sperrstunde“ in Gaststätten um 23 Uhr sowie zusätzliche Auflagen und Kontrollen</li> <li>generelles Außenabgabeverbot von Alkohol ab 23 Uhr</li> <li>Beschränkung der Teilnehmerzahlen bei Veranstaltungen auf max. 100 (einschließlich Sportveranstaltungen) – Ausnahmen auf der Grundlage eines mit dem Gesundheitsamt abgestimmten Hygienekonzepts</li> <li>keine Jahr-, Herbst-, Weihnachts- und ähnliche Märkte (ggf. Einzelfallentscheidungen der Gesundheitsämter zur Öffnung)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>erweiterte MNB-Pflicht im öffentlichen Raum – zusätzlich auch auf belebten Plätzen</li> <li>„Sperrstunde“ in Gaststätten um 23 Uhr sowie zusätzliche Auflagen und Kontrollen</li> <li>generelles Außenabgabeverbot von Alkohol ab 23 Uhr</li> <li>Beschränkung der Teilnehmerzahlen bei Veranstaltungen auf max. 100 (einschließlich Sportveranstaltungen) – Ausnahmen auf der Grundlage eines mit dem Gesundheitsamt abgestimmten Hygienekonzepts</li> <li>keine Jahr-, Herbst-, Weihnachts- und ähnliche Märkte (ggf. Einzelfallentscheidungen der Gesundheitsämter zur Öffnung)</li> </ul>	
<b>Stufe Orange</b> (35 bis < 50) <i>noch kontrollierte Situation mit erhöhter Aufmerksamkeit</i>	<b>Stufe Rot (a)</b> (50 bis < 100) <i>Situation mit weiter erhöhter Aufmerksamkeit</i>		<b>Stufe Rot (b)</b> (100 bis < 200) <i>Situation mit deutlich erhöhter Aufmerksamkeit</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Touristische Beherbergung möglich</li> <li>Touristische Angebote, Gastronomie, Einzelhandel möglich</li> <li>Tagesausflüge für MV-Einwohner und Personen aus Regionen mit niedriger Inzidenz (&lt; 50) möglich</li> <li>Anwendung Schutzstandards und Hygienemaßnahmen</li> <li>dringende Empfehlung zum Erwerb des MV-Siegels „Mehr Sicherheit im Urlaubsland“ für touristische Betriebe (Stufen Basis, + oder ++)</li> <li>erweiterte MNB-Pflicht in allen öffentlich zugänglichen Bereichen touristischer Betriebe (Innen- und Außenbereiche)</li> </ul>
		Kontaktreduzierung im Alltag: <ul style="list-style-type: none"> <li>Zusammenkünfte im Familien- und Freundeskreis mit bis zu 8 Personen aus höchstens 2 Hausständen in Gaststätten bzw. gewerblich organisiert und durchgeführt und bis zu 5 Personen aus höchstens 2 Hausständen in der privaten Häuslichkeit bzw. privat organisiert und durchgeführt</li> <li>Kontaktbeschränkungen im öffentlichen Raum: maximal 10 Personen aus 2 Hausständen; kommt</li> </ul>		

# Siegel „Mehr Sicherheit im Urlaubsland“



- Vertrauen, Sicherheit und Akzeptanz auf hohem Niveau nochmals erhöhen (Start: **4. Dezember** 2020)
- rund **150 Teilnehmer**
- Herausgeber: TMV und Dehoga MV
- Vergabe in drei Stufen:
  - Basis: Schutzstandards
  - Siegel+: zusätzliche Maßnahmen
  - Siegel++: Test für Reisende aus Risikogebieten
- Selbstverpflichtung per Fragebogen
- freiwillig, kostenlos, zunächst gültig für 1 Jahr (2021)
- Website: [MV-gegen-Corona.de](https://www.MV-gegen-Corona.de)

## Mehr Sicherheit im Urlaubsland

[MV-gegen-Corona.de](https://www.MV-gegen-Corona.de)



Mehr Sicherheit  
im Urlaubsland  
[MV-gegen-Corona.de](https://www.MV-gegen-Corona.de)



Mehr Sicherheit  
im Urlaubsland  
[MV-gegen-Corona.de](https://www.MV-gegen-Corona.de)



## Willkommen liebe Gäste,

wir Gastgeber in Mecklenburg-Vorpommern arbeiten hart dafür, dass Sie Ihren Aufenthalt sicher und entspannt genießen können. Mit diesem Siegel garantieren wir, dass wir folgende Maßnahmen umsetzen und bitten um Ihre Mithilfe:

- **Wir haben Vorkehrungen zu den Abstandsregeln getroffen.**  
Bitte halten auch Sie den Mindestabstand von 1,5 Metern ein.
- **Wir haben ein Hygiene- und Sicherheitskonzept.**  
Bitte achten Sie auf die Aushänge und fragen Sie gern nach.
- **Wir tragen Mund-Nasen-Schutz.**  
Und bitten Sie, das in ausgewiesenen Bereichen auch zu tun.  
Sie haben Ihren vergessen? Wir stellen Ihnen einen zur Verfügung.
- **Wir sorgen mit einem Lüftungskonzept für frische Luft.**  
Atmen Sie entspannt durch und genießen Sie Ihren Aufenthalt.

+

- **Wir stellen Gästeinformationen digital zur Verfügung.**  
Sie können bei uns auch bargeldlos zahlen.
- **Wir fragen alle Gäste nach Corona-Symptomen.**  
Bitte füllen Sie den Fragebogen gleich bei Anreise aus.
- **Wir messen bei unseren Gästen und Mitarbeitern Fieber.**  
Bitte nehmen Sie sich ein paar Sekunden Zeit.

++

- **Wir verlangen von Gästen aus Risikogebieten einen negativen Test.**  
Bitte beachten Sie dies bei Ihrer Anreise.
- **Wir haben Corona-Test-Kits vorrätig.**  
Wenn Sie sich unwohl fühlen, bitte sprechen Sie uns an.

Darüber hinaus haben wir weitere Maßnahmen getroffen.  
Mehr Informationen finden Sie hier: [MV-gegen-Corona.de](https://www.MV-gegen-Corona.de)



Eine gemeinsame Initiative  
des Tourismusverbandes MV und des DEHOGA MV.

Mecklenburg  
Vorpommern  
*MV ist gut.*

# Ansatz für eine Teststrategie im Tourismus in MV I

## 1. Testpflicht für Gäste aus Risikogebieten und Mitarbeiter in touristischen Betrieben:

- a. Fortschreibung der Corona-Test VO als Bundesverordnung im Sinne des landespolitischen Interesses. Insbesondere in Bezug auf die **gesicherte Anspruchsgrundlage und Finanzierung** von Corona-Schnelltests (PoC-Antigen-Tests) für Personen, die
  - i. sich in einem Gebiet in der Bundesrepublik Deutschland aufhalten oder in den letzten 10 Tagen vor Testung aufgehalten haben, in dem sich laut Veröffentlichung des Robert Koch-Instituts in einem Zeitraum von sieben Tagen bezogen auf 100.000 Einwohner dieses Gebietes 100 oder mehr Personen neu mit dem Coronavirus SARS-CoV-2 infiziert haben,
  - ii. einen touristischen Betrieb führen oder in einem solchen beschäftigt sind.
- b. Landespolitische Festlegung, dass im Sinne des §4 (4) TestV der öffentliche Gesundheitsdienst des Landes MV Einreisenden aus Gebieten in der Bundesrepublik Deutschland, in denen sich laut Veröffentlichung des Robert Koch-Instituts in einem ununterbrochenen Zeitraum von sieben Tagen bezogen auf 100.000 Einwohner dieses Gebietes 100 oder mehr Personen neu mit dem Coronavirus SARS-CoV-2 infiziert haben, Corona-Schnelltests (PoC-Antigen-Tests) oder PCR-Tests mit nachgewiesenem Negativergebnis als Voraussetzung für den mehrtägigen Aufenthalt in sämtlichen Beherbergungsarten, die in der geltenden Corona-Landesverordnung festgehalten sind, abverlangt.

## Umsetzung & Finanzierung absichern:

### 2. Testdurchführung

- a. mit Unterstützung der Branche:  
Zugang zu medizinischem Fachpersonal oder Qualifizierung von Mitarbeitenden, Ausstattung und Durchführung von Corona-Schnelltests (PoC-Antigen-Tests) in Beherbergungsbetrieben.
- b. in öffentlichen oder privaten Testzentren:  
Räumliche und zeitliche Erreichbarkeit sowie Testkapazitäten absichern.

# Ansatz für eine Teststrategie im Tourismus in MV II

## 3. Idealerweise öffentliche (Teil-)Finanzierung aus volkswirtschaftlicher Vorsorge:

Finanzierungskonzept der für ein Tourismusjahr benötigten Corona-Schnelltests (PoC-Antigen-Tests) für Branchenmitarbeiter und Übernachtungsgäste aus Gebieten in der Bundesrepublik Deutschland, in denen sich laut Veröffentlichung des Robert-Koch-Instituts in einem ununterbrochenen Zeitraum von sieben Tagen bezogen auf 100.000 Einwohner dieses Gebietes 100 oder mehr Personen neu mit dem Coronavirus SARS-CoV-2 infiziert haben, sofern diese über eine bestehende Übernachtungsbuchung in einem touristischen Quartier verfügen.

### Umfang der angestrebten Tests:

Aufgrund der aktuellen Infektionslage könnten Testungen voraussichtlich ab Mai 2021 (Best Case Szenario der Prognose Marktvolumen) notwendig und sinnvoll sein. Eine erste Hochrechnung des Landestourismusverbandes nimmt daher die Gästezahlen im Monat Mai 2020 zur Grundlage, summiert durch die direkt im Tourismus beschäftigten Mitarbeiter (130.000), wobei bei Gästen von einer einmaligen Testung bei Anreise, bei Mitarbeitern von einem Test pro Woche ausgegangen wird. Gerechnet wird auf Grundlage des Vergleichsmonats 2019 mit einer Zahl von 1,3 Millionen Gästeankünften. Da die Teststrategie erst ab Mai einsetzt, wird mit rd. 850.000 Gästeankünften kalkuliert. Da ein Teil der Gäste (grobe Annahme: 50%) entweder aus Nicht-Risikogebieten oder mit Negativ-Test aus der Herkunftsregion anreist, könnten für Mai 2021 circa 750.000 Corona-Schnelltests notwendig sein, wenn der Großteil der Branchenmitarbeiter wöchentlich und ein Teil der Gäste einmalig getestet werden soll. Verteilt auf einzelne Tage und die 7 Urlaubsregionen, würden im Monat Mai ca. 5.000 Tests täglich pro Region anfallen.

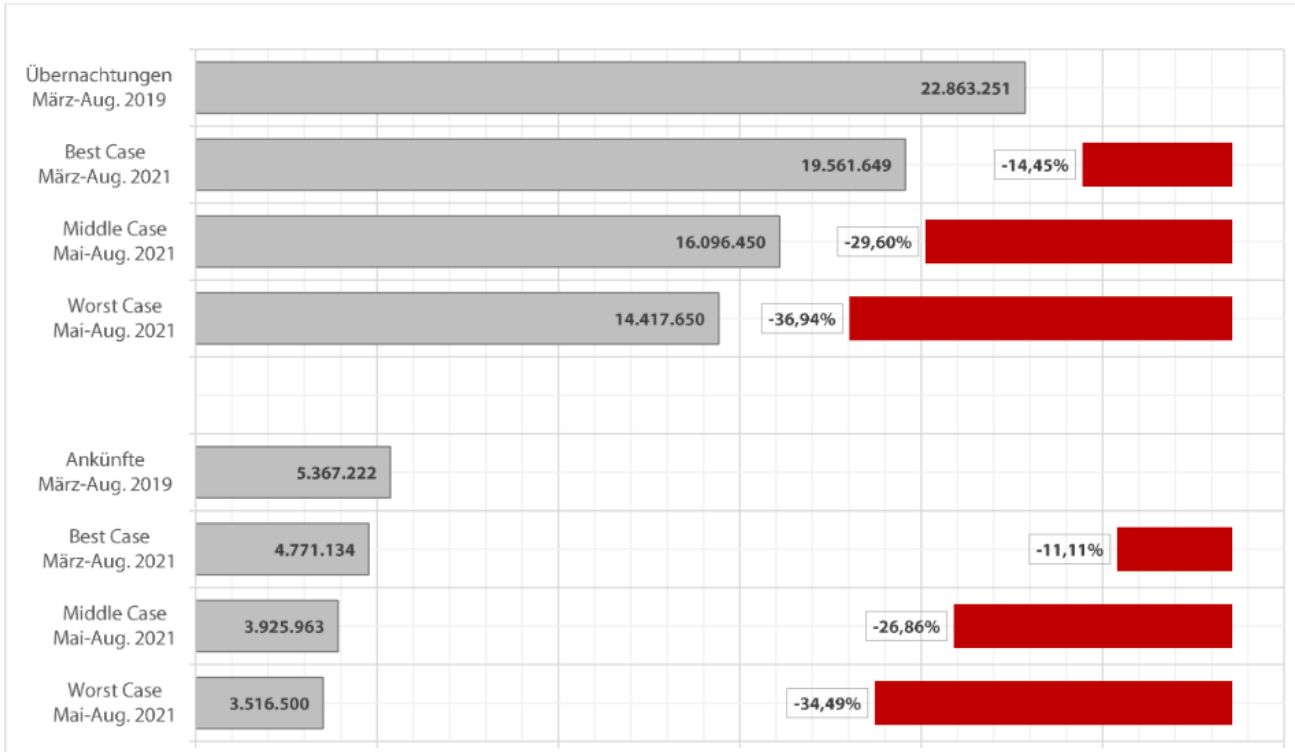
Die Anzahl der Gäste würde sich zwar mutmaßlich mit jedem Monat erhöhen, gleichzeitig ist jedoch davon auszugehen, dass mithilfe der Corona-Impfstrategie und witterungsbedingt sinkende Infektionszahlen und damit sinkende regionale Inzidenzwerte erreicht werden. Das bedeutet für den weiteren Jahresverlauf 2021, dass lediglich wie in Punkt 1 beschrieben, Menschen aus einem Gebiet mit einem Inzidenzwert über 100 Infektionen pro 100.000 Einwohnern getestet werden müssten, die ohne Test anreisen. Die Zahl notwendiger Tests dürfte daher bereits im Juni etwas und in den Sommermonaten deutlich sinken. Dies bestätigt die Annahme, dass die intensive Teststrategie lediglich eine überbrückende Funktion hat, jedoch zur Absicherung des Neustarts und des sicheren Reisens von hoher Bedeutung ist.

**3.**

## **Ausblick 2021**



# Hochrechnung Marktvolumen 2021



Best Case: Öffnung 15. März

Middle Case: Öffnung 01. Mai

Worst Case: Öffnung 21. Mai (Pfingsten)

Quelle(n): StatA MV | Statistischer Bericht G413 2019 12

## Trendstudie FUR e. V.

### Auswirkungen von Krisen auf das Reiseverhalten

„Die Trendstudie [der FUR] macht Mut und verdeutlicht, dass derzeitig überprägende Gefühlswelten wohl nicht zu einer radikalen Veränderung des gesamten Reiseverhaltens führen werden, sondern eine gewisse Konstanz erhalten bleibt. Entwicklungen, die schon von vor Corona absehbar waren, erhalten mit dieser Krise eine gewisse Verstärkung.“

**Thomas Bohlander, Gebeco**

Da ja eigentlich in jedem Jahr eine ganze Reihe von Krisen ihren Lauf nahm, hatten wir es eigentlich *immer* mit Reiselust unter Krisenbedingungen zu tun.

Das Vorhandensein der Krise ist der Normalfall, nur die Krisen unterscheiden sich.

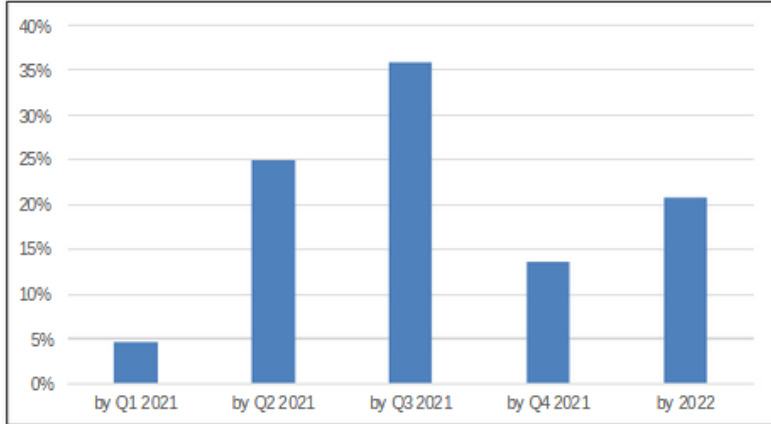
# Ausblick 2021

## Einschätzung der UNWTO

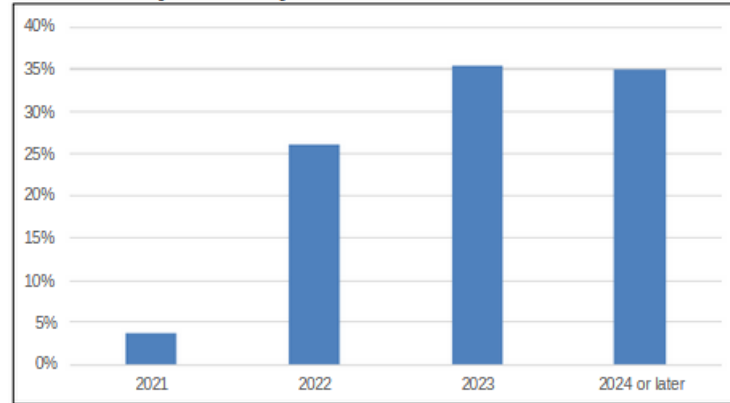
Einbruch der weltweiten internationalen Touristenankünfte von 70% im Jahr 2020



When do you expect a rebound in international tourism in your country?



When do you expect international tourism to return to pre-pandemic 2019 levels in your country?



- Vor-Pandemie Niveau nicht vor 2023
- Inlandsreisen als Recovery-Treiber
- Nachfrage nach naturbezogenen Produkten steigt
- deutlich weniger Business-Travel & Städtetourismus (Incoming)

# Ausblick 2021

## Einschätzung der DZT

### 1. Aktuelle Lage: Markt für den Incoming-Tourismus bleibt volatil

- Übernachtungszahlen: nur kurzes Aufatmen nach 1. Lockdown → Minus von 50-60% im August 2020
- Flugankünfte unter 30 Prozent der Vorjahreswerte, Überseemärkte teilw. komplett eingebrochen (China, USA)
- Geschäftsreisesektor erholt sich signifikant langsamer als Leisure-Sektor
- Situation der Hotellerie besorgniserregend: Zimmerauslastung mit Minus von 45,8% im Vergleich zum Vorjahr
- seit Sommer werden Länder & Regionen wieder zunehmend zu Risikogebieten erklärt
- Beherbergungsverbote dämpfen Reiselust
- zahlreiche mittelständische Unternehmen von Insolvenzen bedroht, Überbrückungshilfen essentiell

## Einschätzung der DZT

### 2. Perspektiven aus heutiger Sicht – Erholung verzögert sich

- Analyse des *Institut Tourism Economics* (Oktober 2020):
  - Gesamtjahr 2020: Rückgang der Übernachtungszahlen um 51,2 Millionen und Verlust bei touristischen Konsumausgaben von 18,7 Milliarden Euro
  - Langwieriger Recovery-Prozess: 2023 werden 86,4% des Niveaus der 2019er Übernachtungen erreicht
- Umfrage *IPK International* in wichtigsten Überseemärkten USA und China:
  - Mehrheit würde nur ein europäisches Land bereisen, keine Rundreisen (73% der chinesischen Touristen und 60% der US-amerikanischen Touristen)
  - individuell durchgeführte Reisen, keine Gruppenreisen
- Härterer Wettbewerb in kommenden Jahren
  - Investitionen in Qualität und Nachhaltigkeit
  - Technologie und Digitalisierung

## Einschätzung der DZT

### 3. Marktsegmente – Geschäftsreisen und Überseemärkte weiter unter Druck

- Cost Cutting im Travel Management & virtuelle Alternativen für Meetings: Reduzierung der Zahl der Geschäftsreisen um bis zu einem Drittel  
(2019: Geschäftsreiseanteil am Incoming Deutschlands 23%, 13.3 Mio. aus Europa, 2.7% aus Übersee)
- Digitalisierung von Veranstaltungsformaten, Kongress- und Tagungseinrichtungen sowie Messegesellschaften muss vorangetrieben werden
- Analysen *Tourism Economics*: Prognosen für das Jahr 2023 im Segment Business Travel aktuell mit – 26 %
- **Herkunftsregionen potenzieller Deutschlandreisen 2023 (*Tourism Economics*)**
  - Nachfrage aus Europa für das Reiseland Deutschland 2023 mit – 9%
  - Nachfrage Überseemärkte -25%
  - Gesamtbilanz 2023 mit -14%
  - Vorkrisenniveau erscheint erst 2024 wieder realistisch

# Berge und Meer im Vorteil bei Erholung

## Die Wirkung der Corona-Pandemie auf verschiedene Destinationstypen

ÜN Jan-Aug 2020 ggü. Vorjahr (%) in Deutschland

### DESTINATIONSTYPEN

Küsten		-22,8
Seenregionen		-23,9
Bergregionen		-25,7
Mittelgebirge		-36,4
Städte		-52,7

### Zunehmende Segmentierung und Fragmentierung im Tourismus

### *Stärkere Recovery-Effekte bei Wasser- und Bergdestinationen*

Die Stärke der Auswirkung der Corona-Pandemie ist abhängig von dem **Destinationstyp** allgemein, aber auch von der damit verbundenen **Angebots- und Gästestruktur vor Ort**:

**Wasser- und Bergdestinationen** sind weiterhin stärker nachgefragt, während der Städtetourismus weiter deutlich verliert.

# Aufschwung bei autarken Quartieren

## Die Wirkung der Corona-Pandemie auf verschiedene Betriebstypen

ÜN Jan-Aug 2020 ggü. Vorjahr (%) in Deutschland

### BETRIEBSTYPEN

Camping		-11,4
Ferienwohnungsmarkt		-19,0
Hotellerie		-43,5
Gruppenunterkünfte		-58,5

### Zunehmende Segmentierung und Fragmentierung im Tourismus

### Stärkere Recovery-Effekte bei autarken Betriebstypen

Die Stärke der Auswirkung der Corona-Pandemie ist abhängig von dem **Betriebstyp** allgemein, aber auch von der damit verbundenen **Angebots- und Gästestruktur vor Ort**:

Weitgehend autarke Betriebstypen wie **Ferienwohnungen/-häuser** und **Camping** werden weiterhin eine stärker nachgefragt als Hotels oder Gruppenunterkünfte.



# Ausblick 2021

Hartes **Potenzial** für Mecklenburg-Vorpommern im Ländervergleich nach Urlaubsart (FUR | RA 2020)

Brandenburg <b>BB</b>	NI Niedersachsen
Berlin <b>BE</b>	NW Nordrhein-Westfalen
Baden-Württemberg <b>BW</b>	RP Rheinland-Pfalz
Bayern <b>BY</b>	SH Schleswig-Holstein
Bremen <b>HB</b>	SL Saarland
Hessen <b>HE</b>	SN Sachsen
Hamburg <b>HH</b>	ST Sachsen-Anhalt
Meckl.-Vorpommern <b>MV</b>	TH Thüringen

Urlaubsarten: plane ziemlich sicher in den nächsten 3 Jahren

Inlandsziele: plane ziemlich sicher in den nächsten 3 Jahren

Gesamt	Strandurlaub	Entspannungsurlaub	Familienurlaub	Natururlaub
BY (9,9%)	SH (12,9%)	BY (13,2%)	SH (12,6%)	BY (20,7%)
SH (8,9%)	MV (12,6%   3,84 Mio.)	SH (12,9%)	MV (12,5%   2,64 Mio.)	SH (16,3%)
MV (8,7%   6,14 Mio.)	BY (10,5%)	MV (11,3%   3,50 Mio.)	BY (11,8%)	MV (14,9%   2,04 Mio.)
Städtereise	Entdeckungsurlaub	Gesundheits- und Wellnessurlaub	Aktivurlaub	
BE (20,4%)	BY (13,1%)	BY (25,1%)	BY (20,6%)	
BY (17,5%)	SH (12,4%)	MV (19,9%   1,00 Mio.)	SH (16,1%)	
SH (16,0%)	MV (11,3%   1,16 Mio.)	SH (17,5%)	BW (13,9%)	
MV (15,0%   1,41 Mio.)			MV (12,0%   0,89 Mio.)	

**Wichtig zu beachten:** Das Interesse für Destinationen und Inlandsziele wurden getrennt abgefragt, sind also nicht unbedingt miteinander verknüpft.



# Ausblick 2021

## Hartes Potenzial für Mecklenburg-Vorpommern nach ausgewählten **Persona** (FUR | RA 2020)

Inlandsziel Mecklenburg-Vorpommern: plane ziemlich sicher in den nächsten 3 Jahren

Persona (Projektion)	Erholen in der Natur (1,38 Mio.)	Strandurlauber (1,28 Mio.)
Motiv 1	Abstand zum Alltag	Entspannung, kein Stress
Motiv 2	Frische Kraft sammeln	Sonne, schönes Wetter
Aktivität 1	Ausflüge in die Umgebung	Baden im Meer
Aktivität 2	Spazierengehen	Ausgeruht
Aktivität 3		
Besonderheit	Lebensphase 40+ ohne Kind	
Familie (0,93 Mio.)	Sportive (0,83 Mio.)	Genießer (0,72 Mio.)
Zeit füreinander haben	Leichte sportliche Betätigung	Etwas für Kultur & Bildung tun
Mit Kindern zusammen sein	Natur erleben	Sich etwas gönnen, genießen
Baden	Baden im Meer	Kulturelle Sehenswürdigkeiten
Ausflüge in die Umgebung	Fahrradfahren	Regionales Essen
Einkaufsbummel (2 von 3)	Wandern (2 von 3)	Wellness (2 von 3)
mind. 1 Kind im Haushalt	Alter: 20-70 Jahre	keine Kinder im Haushalt

**Wichtig zu beachten:** Das Interesse für Destinationen und die Charakteristika der Persona wurden getrennt abgefragt, sind also nicht unbedingt miteinander verknüpft.

Zudem schließen sich die Persona nicht gegenseitig aus.



# ITB 2021: rein virtuell vom 9.-12. März 2021

## Business

Ihr Unternehmen im Rampenlicht – auf dem ITB Berlin NOW Show Floor! Mit Ihrem interaktiven Unternehmensprofil gestalten Sie Ihren virtuellen Auftritt genau nach Ihren Ressourcen und Markenzielen.

## Networking

Smarteres, innovatives Netzwerken dank Matching. Finden Sie relevante Business-Kontakte aus der weltweiten Tourismusbranche und kommunizieren Sie auf ITB Berlin NOW direkt und effizient.

## Content

Keynote-Sessions, Aussteller-Präsentationen und Deep Dives mit erstklassigen internationalen Top-Speakers zu Themen, die unsere Branche bewegen. Sie haben die Wahl: direkt im Livestream oder auf Abruf.




## News

Wissensvorsprung inklusive: Interviews, Artikel, Videos – erhalten Sie täglich aktuelle Einblicke und die wichtigsten Neuigkeiten aus der Branche. Damit sind Sie immer einen Schritt voraus!

## ITB BERLIN NOW: MORE THAN EVER!

### AWARENESS. ACCESS. ATTITUDE.

Erleben Sie jetzt die weltweit führende Reisemesse in einer neuen Dimension: Mit ITB Berlin NOW wird das wichtigste Business-Event der globalen Reiseindustrie komplett digital. Vier Tage fokussierte Geschäfte – wo auch immer in der Welt Sie gerade sind.

-  Netzwerken leicht gemacht – mit smartem Matching und Meeting-Tools
-  Der interaktive Marktplatz, Show Floor genannt, ist Ihre Plattform für erfolgreiche Geschäfte
-  Zugang zu wegweisenden Insights und den wichtigsten News der Branche



# ITB 2021: rein virtuell mit echten Preisen

Aussteller-Pakete, Funktionen und Preise auf einen Blick	STARTER	PLUS	ALL-IN	ALL-IN FOR DESTINATIONS
	EARLY BIRD EUR 800 REGULÄR EUR 1.200	EARLY BIRD EUR 3.000 REGULÄR EUR 4.500	EARLY BIRD EUR 8.000 REGULÄR EUR 10.000	EARLY BIRD EUR 20.000 REGULÄR EUR 25.000
Brand Card	Basic	Interactive	Lead-optimized	Lead-optimized
Tickets	5	10	15	15
Netzwerken	✓	✓	✓	✓
Audio-Video-Calls	✓	✓	✓	✓
Zugang ITB Berlin Kongress	✓	✓	✓	✓
Zugang Video on demand	✓	✓	✓	✓
Profilbesuche (Export)	✗	✗	✓	✓
Echtzeit-Lead-Berichte im Backoffice einsehbar	✗	✗	✓	✓
Statistiken/Auswertungen	✗	✗	✓	✓
STARTER-Paket für Mitaussteller erhältlich (300 EUR/Mitaussteller)	✗	✗	✗	✓

MV bucht großes Paket – mit 23 Partnern

EUR 99	EUR 49	EUR 300
Reguläres <b>Ticket</b>	Reduziertes <b>Ticket</b>	<b>Ticket-bundle:</b> 5 Tickets
Zugang zur gesamten ITB Berlin NOW	Nur für <b>Studenten</b>	Zusätzlich nur für <b>Aussteller</b>

Tickets erhältlich ab Dezember 2020.

**\*Wichtig:** Wählen Sie zunächst ein Aussteller-Paket. Dieses können Sie im Anschluss mit verschiedenen Sponsoringmöglichkeiten und Zusatzprodukten kombinieren. Alle Produkte gelten auf Anfrage und nach Verfügbarkeit. Als Hinweis für Sie: Die Event Plattform ITB Berlin NOW wird von Anfang Februar bis Ende Mai verfügbar sein.

## Aussteller-Pakete

STARTER

PLUS

ALL-IN &  
ALL-IN FOR  
DESTINATIONS

IHRE BOTSCHAFT IM RAMPENLICHT! **Stellen Sie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung in den Vordergrund.**

### Ausstellerpräsentation

Max. 30-minütiges Live-Format inkl. Chat und Q&A, Darstellung im ITB Berlin NOW Programmpunkt, Aussteller-Logoeinbindung mit Verknüpfung zur Aussteller Brand Card und Speakerprofil, Lead-Berichterstattung in Echtzeit

+ 2.500 €

+ 2.500 €

+ 2.500 €

### Pressekonferenz

Max. 30-minütige Pressekonferenz im Live-Format inkl. Gespräch und Q&A, Aussteller-Logoeinbindung innerhalb des Programms, Lead-Berichterstattung in Echtzeit

+ 2.500 €

+ 2.500 €

+ 2.500 €

Mecklenburg  
Vorpommern  
MV tut gut.

# Ideenskizze Weiterentwicklung des Branchentreffs Tourismustag

## Eine Woche im Zeichen der Tourismusbranche MV

### Montag

#### Das Presse- event

- Aktuelles (Brisanz-) Thema

#### Die Keynote

- Antworten auf Fragen unserer Zeit

### Dienstag

#### Die Politik

- politische Zukunftsthemen

#### Die Debatte

- Tourismustalk in Zusammenhang mit politischem Thema

### Mittwoch

#### Die Foren

- Fachworkshops
- Gremiensitzungen
- Foren
- Regionen

### Donnerstag

#### Die offene Tür

- Angebote für die Bevölkerung (Tourismusakzeptanz)

#### Der Preis

- Verleihung des Tourismuspreises MV

### Freitag

#### Der/Die Stammtisch(e)

- fördert Vernetzung & Kommunikation von touristischen Unternehmen

#### Die Presse- konferenz

- Bilanz & Ausblick

- **gemeinschaftlicher Ansatz**
- vsl. Juni 2021
- ggf. Verkürzung auf 3-4 Tage

# Planung virtualGTM 2021

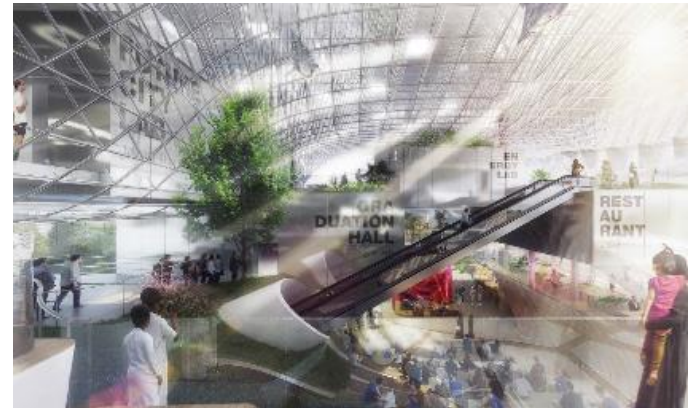
- **Zeitraum: 27.-29.04.2021**
- **Partnerland Mecklenburg-Vorpommern**
- momentane Abstimmung mit DZT zu Einbindung MVs in virtuelles Format
  - Prüfung Inhalte Partnerland-Paket
  - Prüfung möglicher Einbindung Rostock & Schwerin
- **Digitales Format:**
  - 1:1 Live Meetings im Networking-Tool
  - digitale Angebote, z. B. Webinare und On Demand Content
  - in Planung: virtuelle PK, Panel Discussion



# Planung: EXPO 2021 Dubai

## Länderwoche Mecklenburg-Vorpommern

- ursprünglicher Termin EXPO Dubai: 20.10.2020-10.04.2021; hier: Länderwoche MV vom 25.-30.01.2021
- **coronabedingte Verschiebung der EXPO Dubai um ein Jahr**  
neuer Zeitraum: 01.10.21 – 31.03.2022  
neuer Termin des Deutschen Nationentags: 29.11.2021
- **neuer Termin Länderwoche MV (bestätigt): 24.01. – 30.01.2022**
- Abstimmung mit Staatskanzlei zu Planungsstand und -weiterführung ab Q1/2021



# Markenausschreibung 2020/21: Planungen

- Geplant ist die Weiterentwicklung des **Kommunikations- und Markenkonzepts 2030** sowie des **Markenauftritts** des Urlaubslandes Mecklenburg-Vorpommern
- Die Weiterentwicklung soll bis zum **3. Quartal 2021** abgeschlossen sein und folgende Schritte umfassen:
  - A. Analyse
  - B. Strategische Markenentwicklung
  - C. Markenauftritt
  - D. Implementierung
  - E. Erfolgsmessung
- **Natürlich, Nachhaltig, Nah** werden als zentrale Werte beleuchtet.
- International wird mitgedacht.



# 4. Modernisierungs-Sprint

# Modernisierungssprint: Nach vorn in vier Bereichen



Weiterentwicklung MV-Tourismus

LTK 2018

Modellregionen

DMO Gutachten

TMV 2025



Landesweiter Sprint



Qualität



Nachhaltigkeit



Digitalisierung



Tourismuskultur

- ▶ Leerstellen LTK & TMV 2025 füllen
- ▶ landesweit und kooperativ in der Fläche
- ▶ Brisanz der Themen **Nachhaltigkeit, Qualität und Digitalisierung** ist angesichts von Trends und Wettbewerbsdynamik weiter gestiegen. Sie müssen **konkret bearbeitet** werden.

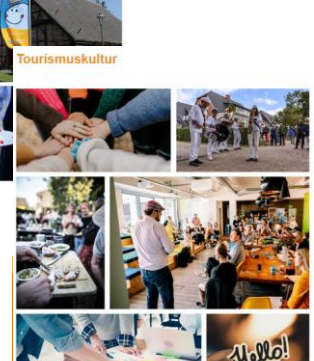
Qualität und Nachhaltigkeit



Digitalisierung

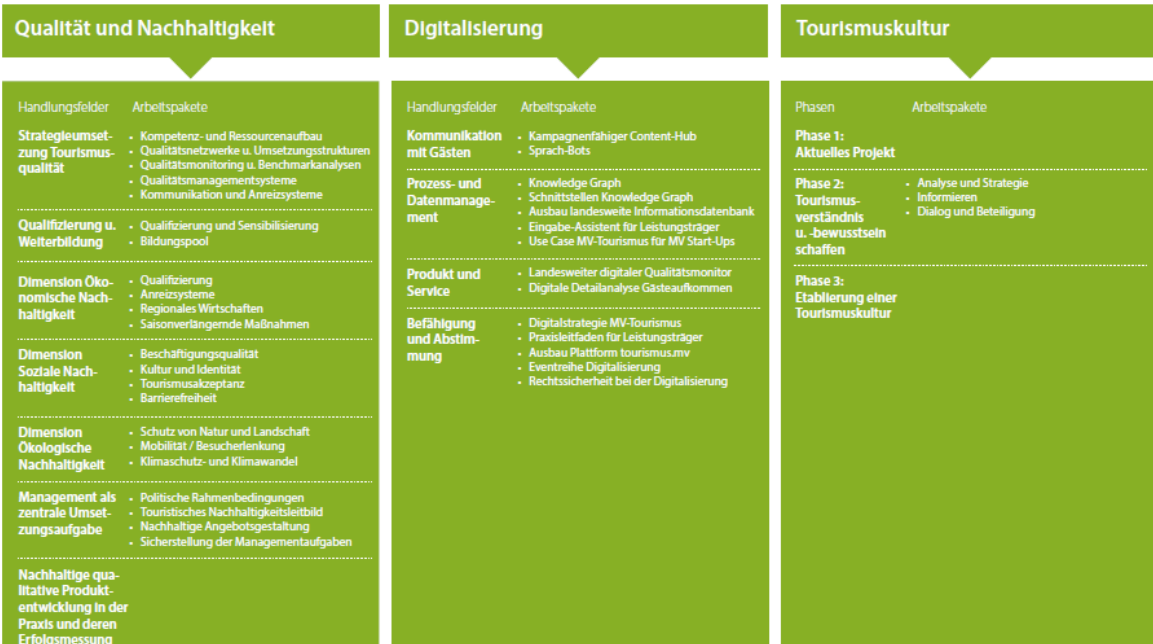


Tourismuskultur



# Der Sprint auf einen Blick

WEITERENTWICKLUNG MV-TOURISMUS



30 % Modernisierungssprint

70 % Basisarbeit

100 %

TMV 2025

ab 2025

Modellregionen

Regionale Tourismuskonzepte

DMO-Gutachten

LTK 2018

## Qualität und Nachhaltigkeit

Handlungsfelder      Arbeitspakete

### Strategieumsetzung Tourismus- qualität

- Kompetenz- und Ressourcenaufbau
- Qualitätsnetzwerke u. Umsetzungsstrukturen
- Qualitätsmonitoring u. Benchmarkanalysen
- Qualitätsmanagementsysteme
- Kommunikation und Anreizsysteme

### Qualifizierung u. Weiterbildung

- Qualifizierung und Sensibilisierung
- Bildungspool

### Dimension Öko- nomische Nach- haltigkeit

- Qualifizierung
- Anreizsysteme
- Regionales Wirtschaften
- Saisonverlängernde Maßnahmen

### Dimension Soziale Nach- haltigkeit

- Beschäftigungsqualität
- Kultur und Identität
- Tourismusakzeptanz
- Barrierefreiheit

### Dimension Ökologische Nachhaltigkeit

- Schutz von Natur und Landschaft
- Mobilität / Besucherlenkung
- Klimaschutz- und Klimawandel

### Management als zentrale Umset- zungsaufgabe

- Politische Rahmenbedingungen
- Touristisches Nachhaltigkeitsleitbild
- Nachhaltige Angebotsgestaltung
- Sicherstellung der Managementaufgaben

Nachhaltige qua-  
litative Produkt-  
entwicklung in der  
Praxis und deren  
Erfolgsmessung

## Digitalisierung

Handlungsfelder      Arbeitspakete

### Kommunikation mit Gästen

- Kampagnenfähiger Content-Hub
- Sprach-Bots

### Prozess- und Datenmanage- ment

- Knowledge Graph
- Schnittstellen Knowledge Graph
- Ausbau landesweite Informationsdatenbank
- Eingabe-Assistent für Leistungsträger
- Use Case MV-Tourismus für MV Start-Ups

### Produkt und Service

- Landesweiter digitaler Qualitätsmonitor
- Digitale Detailanalyse Gästeaufkommen

### Befähigung und Abstim- mung

- Digitalstrategie MV-Tourismus
- Praxisleitfaden für Leistungsträger
- Ausbau Plattform tourismus.mv
- Eventreihe Digitalisierung
- Rechtssicherheit bei der Digitalisierung

## Tourismuskultur

Phasen      Arbeitspakete

### Phase 1: Aktuelles Projekt

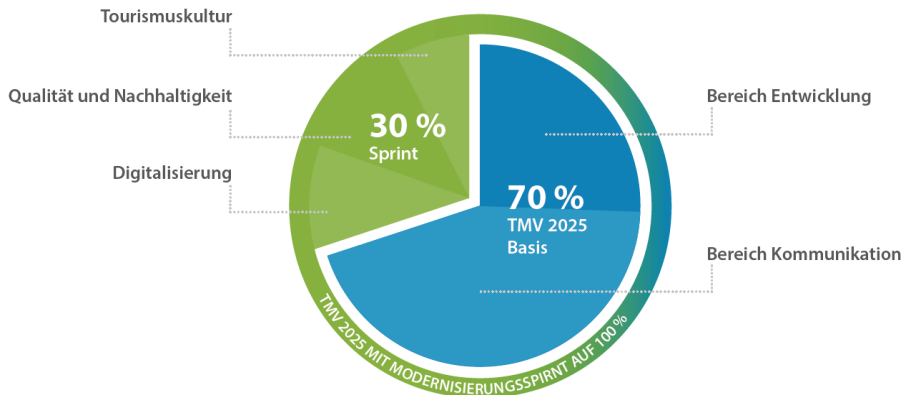
### Phase 2: Tourismus- verständnis u. -bewusstsein schaffen

- Analyse und Strategie
- Informieren
- Dialog und Beteiligung

### Phase 3: Etablierung einer Tourismuskultur

30 % Modernisierungssprint

# Für das Land // Für und mit allen Regionen



## MODERNISIERUNGSSPRINT



### REGIONALVERBÄNDE

- Insel Rügen
- Insel Usedom
- Fischland-Darß-Zingst
- Vorpommern
- Ostseeküste Mecklenburg
- Mecklenburg-Schwerin
- Mecklenburgische Schweiz
- Mecklenburgische Seenplatte



# 1. Qualität und Nachhaltigkeit



Qualität

Strategieumsetzung Tourismusqualität

AP 1 Kompetenz- und Ressourcenaufbau

AP 2 Qualitätsnetzwerke und Umsetzungsstrukturen

AP 3 Qualitätsmonitoring und Benchmarkanalysen

AP 4 Qualitätsmanagementsysteme

AP 5 Kommunikation und Anreizsysteme

Qualifizierung und Weiterbildung

AP 1 Qualifizierung und Sensibilisierung

AP 2 Bildungspool



Nachhaltigkeit

Dimension  
Ökonomische Nachhaltigkeit

AP 1 Qualifizierung

AP 2 Anreizsysteme

AP 3 Regionales Wirtschaften (eigenständig)

AP 4 Saisonverlängernde Maßnahmen

Dimension  
Ökologische Nachhaltigkeit

AP 1 Schutz von Natur und Landschaft

AP 2 Mobilität / Besucherlenkung

AP 3 Klimaschutz- und Klimawandel

Dimension  
Soziale Nachhaltigkeit

AP 1 Beschäftigungsqualität

AP 2 Kultur und Identität (eigenständig)

AP 3 Tourismusakzeptanz (eigenständig)

AP 4 Barrierefreiheit (eigenständig)

Management als zentrale Umsetzungsaufgabe

AP 1 Politische Rahmenbedingungen

AP 2 Touristisches Nachhaltigkeitsleitbild

AP 3 Nachhaltige Angebotsgestaltung

AP 4 Sicherstellung der Managementaufgaben

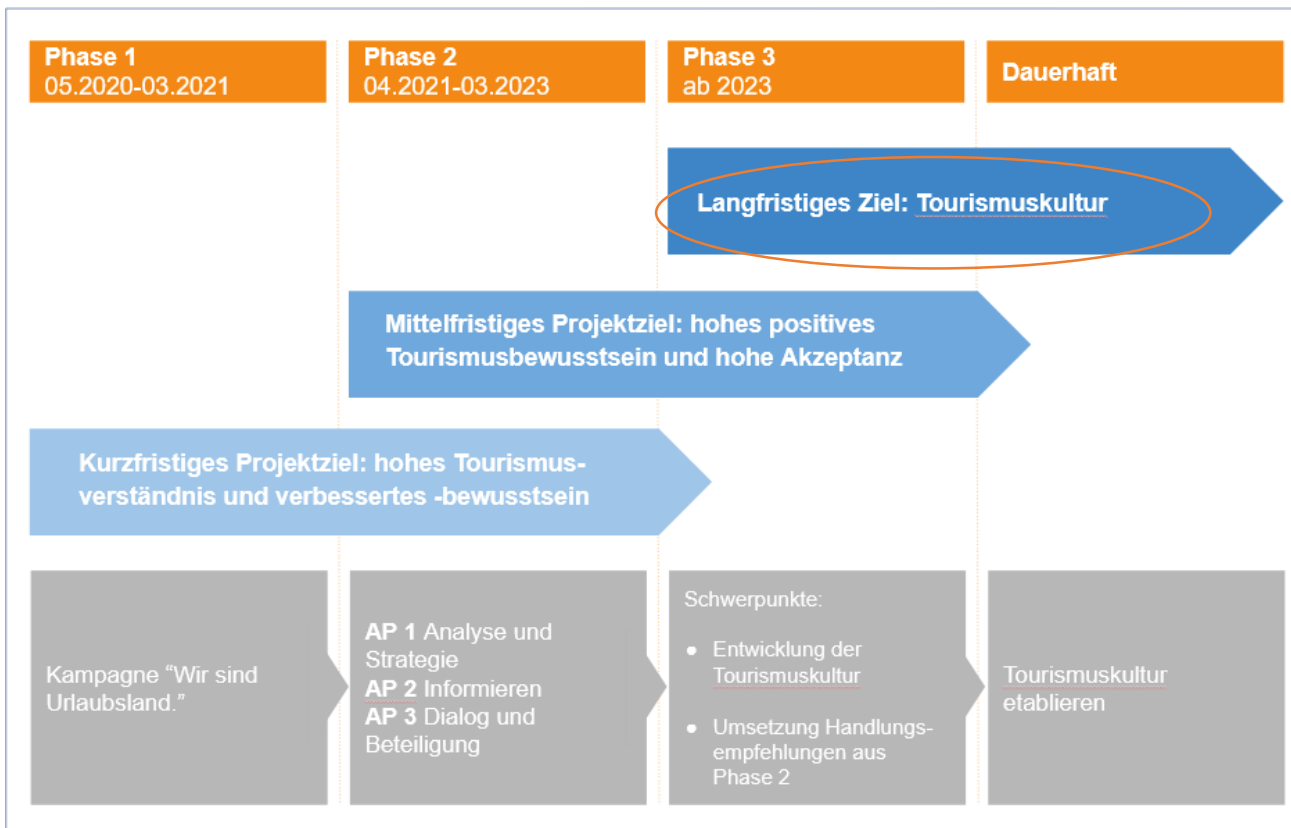
- Das Thema **Nachhaltigkeit** ist sehr weit oben auf der gesellschaftlichen Agenda und dürfte das bestimmende Thema der kommenden Dekade sowie der kommenden Generationen sein.
- Nachhaltigkeits-Paradigmen führen bereits jetzt zu einer Veränderung von Wertesystemen und damit auch zu neuen Anforderungen an touristische Produkte und Destinationen.
- Nachhaltigkeit muss auch Auswirkungen des Tourismus für Beschäftigte und Bevölkerung in den Blick nehmen und vermitteln.

# 2. Digitalisierung

- Der **digitale Fortschritt verläuft rapide**. Die Entwicklung von Möglichkeiten im Bereich Big Data und Künstlicher Intelligenz sowie Blockchain-Technologie wachsen exponentiell und führen zu einem neuen Ausmaß an Automatisierung.
- Neue Technologien halten Einzug in die Lebens- und Arbeitswelt. Sie werden das Reiseverhalten verändern. Gäste erwarten digitale Produkte und Services.
- Mit den richtigen Werkzeugen und Daten können auch Kurverwaltungen oder KMU mehr erreichen. Dies alles braucht Abstimmung, Befähigung und moderne Dateninfrastruktur.
- Andere Destinationen sind auf dem Weg zum digitalen Destinationsmanagement schon weiter.



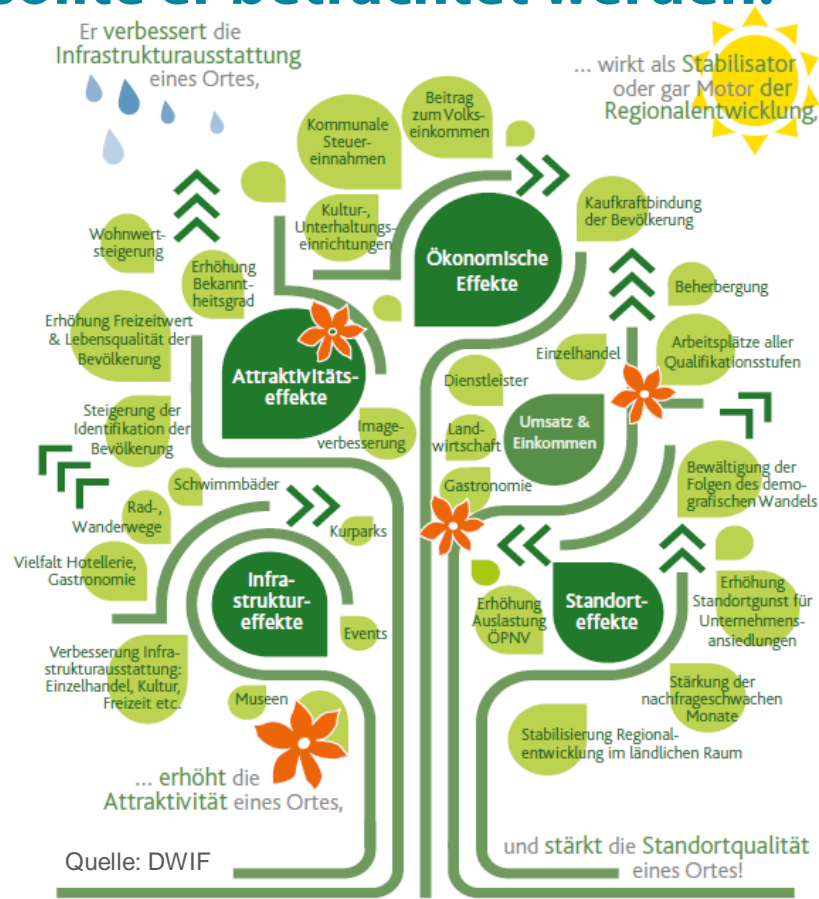
# 3. Tourismuskultur





# Über die rein ökonomische Betrachtung hinaus bildet Tourismus für MV eine Art „Blutkreislauf“ – so sollte er betrachtet werden.

- zentraler Standort- und Imagefaktor für das Land
- soziale Bedeutung als Faktor für Lebensqualität und Identifikation der Bevölkerung
- hohe Wechselwirkung und enge Vernetzung mit nahezu allen Wirtschafts- und Gesellschaftsbereichen
- unverzichtbarer Faktor für die ländlichen Räume im Hinblick auf (Regional-) Entwicklung, Beschäftigung, Versorgung, Lebens- und Freizeitwert
- Vglw. hohe Krisenresistenz und Beständigkeit als Wirtschaftsfaktor



# Das „Urlaubsland MV“ sollte wie ein Unternehmen strategisch geführt werden.

## (1) Aufgaben

gemäß den Anforderungen des Marktes (Gäste, Wettbewerb, Intermediäre ...), der Stakeholder (Politik, Leistungsanbieter, Partner ...) und der Einheimischen

## (5) Führung & Management

ziel- und strategieorientiert, konsequent, transparent, stringent

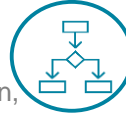
Themen: Integration aller Konzepte, Fahrplan, zielorientiertes Umsetzungsmanagement



## (2) Aufgabenadäquate Strukturen

effizient, effektiv, transparent, stabil

Themen: Aufgaben, Organisationsstrukturen, Workflows, digitale Transformation



## (3) Förderpolitik

strategiekonform, steuernd, fordernd



Themen: Zielorientierte, Förderung, Verzahnung der Instrumente, Wirkungsmessung

## (4) Finanzierung

aufgabenadäquat, verbindlich, sicher



Themen: Novellierung KAG, Prüfauftrag Tourismusgesetz, Geschäftsmodelle

## (6) Tourismuskultur

einwohnerorientiert, wertschöpfungsbezogen, naturorientiert, nachhaltig

Themen: Tourismusgesinnung, Nachhaltigkeit, fairer Tourismus

## Wirkung & Nutzen

Lebensqualität und -zufriedenheit, Gästenutzen (Zufriedenheit, Erholung ...), ökonomischer Nutzen (Bestandssicherung, Wertschöpfung, Arbeitsplätze, Steuereinnahmen ...), Standortwahrnehmung (Bekanntheit, Image, Standortqualität) ...

**Vielen Dank für  
die Teilnahme und die Aufmerksamkeit!**



**Alles Gute, UTG!**

**Alles Gute, Usedom!**