

## Rostocks Tourismuskonzeption – die große Chance für gemeinsames Wachstum



Foto: Brigitte Wegner

Im Juni 2012 verabschiedete die Rostocker Bürgerschaft die Tourismuskonzeption 2022. Damit verfügt die Tourismusbranche der Hansestadt erstmals über verlässliche Rahmenbedingungen für den weiteren Ausbau der touristischen Entwicklung in Rostock und Warnemünde. Alle weiteren Aktivitäten der Stadt werden an der Konzeption ausgerichtet sein. Im Konzept finden sich neben Handlungsfeldern und konkreten Empfehlungen für Maßnahmen auch detaillierte Informationen der Gästebefragung 2011, die für touristische Anbieter sehr interessante Einblicke liefern.

Unterstützt wurde die Tourismuszentrale in der Erstellung durch das renommierte Unternehmen dwif-Consulting aus Berlin. Wettbewerbsanalysen, Trendforschung, Workshops und Expertenrunden sowie über 900 Gäste- und Haushaltsbefragungen bildeten die Grundlage der Konzeptentwicklung. Zahlreiche Vertreter der Tourismusbranche, Politik und Verwaltung der Hansestadt Rostock haben an der Erstellung des Strategiepapiers aktiv mitgewirkt. Die neue Konzeption zeigt auf, wo der Tourismus heute steht und welche wirtschaftliche Bedeutung er für die Hansestadt hat sowie welche Perspektiven, Ziele und Strategien sich daraus ableiten lassen. Sechs Handlungsfelder sind definiert: Ausrichtung auf Themenschwerpunkte, Infrastrukturentwicklung, Qualitätsoffensive, Marketing und Vertrieb, Kooperationen, Organisation und Finanzierung. Für den Bereich Marketing und Vertrieb sieht das Konzept u.a. die Neuausrichtung des Internetauftritts und der Printmedien, die Erschließung neuer Märkte im In- und Ausland, die Stärkung und Lenkung des Tagestourismus, den Ausbau von Bausteinangeboten und Pauschalen, die Erstellung zielgruppengerechter Angebote und die Verbindung der Marketingstrategie der Hansestadt Rostock mit dem touristischen Kommunikationskonzept des Landes vor.

Die definierten Maßnahmen gilt es nun in einer gemeinsamen Anstrengung aller touristischen Partner umzusetzen – um das touristische Wachstum in der Hansestadt Rostock auch in den kommenden Jahren zu fördern und auszubauen.

Die Tourismuskonzeption ist als Broschüre kostenfrei bei der Tourismuszentrale unter [marketing@rostock.de](mailto:marketing@rostock.de) erhältlich und steht als Download unter [www.rostock.de](http://www.rostock.de) zur Verfügung.

## AKTUELLES

### Tourismusportal in Entwicklung

Das neue Tourismusportal wird eine Informationsplattform für Individual- und Gruppenreisende sowie Veranstalter auf [www.rostock.de](http://www.rostock.de). Die klaren Strukturen der Seiten, die Bündelung aller touristischen Informationen und die emotionale Ansprache werden neue Buchungsanreize schaffen. Der Start des Portals ist nach Ende der Saison 2012 geplant.

### Bewegte Werbung in der Tourist-Info

Fünf Monitore im Barocksaal mit 60"-LCD-Displays sorgen für abwechslungsreiche Bilder in der Tourist-Information.

Sprechen auch Sie mit dieser multimedialen Darstellung Ihrer Angebote und Ihres Unternehmens gezielt Tagesgäste, Urlauber und Einheimische an.

Infos: Tel. 0381/ 381 2365

### Präsentation auf Info-Tafel im Fährterminal

Präsentieren Sie Ihre Angebote auf zwei neuen touristischen Info-Tafeln im Fährterminal direkt vor der Abfertigungshalle der Fährbetriebe. Dort können Sie Ihre individuell gestaltete Anzeige (Erlebnis, Shopping, Gastronomie) - inklusive der Darstellung Ihres Standortes in der großen Umgebungskarte - platzieren. Animieren Sie Ihre skandinavischen und einheimischen Gäste zu einer Einkaufstour in der Hansestadt und im Seebad.

Infos und Anmeldung: Tel. 0381/ 381 2365

## VERANSTALTUNGEN

### Lange Nacht der Museen

27. Oktober 2012

GastRo – Fach- und Erlebnisausstellung für die Hotellerie, Gastronomie und Einzelhandel  
4. bis 7. November 2012

### Kultur trifft Genuss

17. November 2012

Kulturhistorisches Museum  
Ausstellung: Kunst und Bürgersinn.  
170 Jahre Kunstverein zu Rostock  
23. November 2012 bis  
19. Februar 2013

## „Kultur trifft Genuss“ – Vorverkauf startet



Am 17. November 2012 können Gäste erneut ein einmaliges Abendprogramm in ausgewählten Warnemünder Restaurants erleben. Die erfolgreiche Premiere der Veranstaltung „Kultur trifft Genuss“ im vergangenen Jahr sorgte für große Begeisterung. Von 19 bis 22 Uhr werden kleine Künstlergruppen abwechselnd in den zehn Restaurants Auszüge aus „Die Zauberflöte“, „Zar und Zimmermann“ und „West Side Story“ sowie Wiener Lieder, amerikanische Songs, Evergreens, Schauspiel-Passagen und vieles mehr präsentieren. Während die Künstler im 30-Minutentakt von einem Restaurant ins andere wechseln, genießen die Gäste im kulinarischen Ambiente ihrer Wahl die speziell für diesen Abend kreierten Menüs oder Büfets. Karten (20 € inkl. Welcome-Drink) sind ab dem 10. Oktober in den Tourist-Informationen, an der Vorverkaufskasse des Volkstheaters, im OZ-Ticket-service sowie online erhältlich (an den Abendkassen der Restaurants nur nach Verfügbarkeit).

„Kultur trifft Genuss“ ist eine Koproduktion von Rostock Marketing und der Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde mit dem Volkstheater Rostock und wird mit einer umfassenden Media-Kampagne begleitet.

Teilnehmende Restaurants 2012: Yachthafenresidenz Hohe Düne, Hotel NEPTUN, Paulo Scutarro im Kurhaus, Restaurant Casa Mia, Teepott-Restaurant in Schusters Strandbar, Ringelnatz Warnemünde, Schusters Café & Cocktailbar, Warnemünder Hof, Wenzel Prager Bierstuben Warnemünde, Hotel Belvedere

[www.kultur-trifft-genuss.de](http://www.kultur-trifft-genuss.de)

## Neue Kataloge werben ab Oktober für Besuch in Hansestadt und Seebad



Foto: fotolia, Brigitte Wegner

Im Oktober 2012 veröffentlicht Rostock Marketing den neuen Sales Guide, das Verkaufshandbuch für alle B2B-Segmente wie Reiseveranstalter, Konferenzagenturen oder Busunternehmen. Die zweisprachige Informationsbroschüre sorgt mit Bausteinangeboten und einem Rundum-Service für Gruppen für konkrete Buchungsanreize und eine höhere Bekanntheit der Hansestadt Rostock und des Seebades Warnemünde im Segment der Veranstalter.

Für Individualtouristen wurde das Gastgeberverzeichnis „Mein Urlaub 2013“, die wichtigste touristische Publikation der Hansestadt für den B2C-Bereich, konzeptionell überarbeitet, um mit einer emotionalen Ansprache neue Anreize für einen Besuch in Hansestadt und Seebad zu geben. Der Katalog orientiert sich an den Ergebnissen der Tourismuskonzeption 2012 und dient als zentrales Instrument zur Vermarktung von Rostock und Warnemünde auf allen Messen und Veranstaltungen. Die präsentierten Angebote zeigen die Vielfältigkeit der Destination.

## TIPPS FÜR IHRE GÄSTE

### Darwineum im Rostocker Zoo

Am 8. September 2012 eröffnet, bietet das Darwineum im Rostocker Zoo seinen Besuchern spannende Einblicke in die Welt der Gorillas, Orang-Utans und vieler anderer Tierarten. Die Entwicklung des Lebens wird durch das moderne Edutainment-Konzept als spannendes Abenteuer dargestellt. Zwei Ausstellungen führen zurück zu den Anfängen des Lebens (Ausstellung A) und ermöglichen Wissenschaft zum Anfassen und Ausprobieren (Ausstellung B).

[www.darwineum-zoo-rostock.de](http://www.darwineum-zoo-rostock.de)

### Rostocker Weihnachtsmarkt

Vom 22.11. bis zum 22.12.2012 wird Rostock zu einem Wintermärchen. Alljährlich verwandelt der größte Weihnachtsmarkt im Norden die historische City der Hansestadt Rostock mit Lichterglanz in Festräume. Zwischen dem ersten Advent und dem Weihnachtsfest legt er der Innenstadt die schönste Festtagsdecke des Jahres auf. Historischer Markt, Kinderprogramm und Bummelmeile lassen alle Weihnachtsträume Wirklichkeit werden.

[www.rostocker-weihnachtsmarkt.de](http://www.rostocker-weihnachtsmarkt.de)

## Neue Souvenirs für großartige Urlaubserinnerungen

In Anlehnung an die Ergebnisse der Tourismuskonzeption 2012 wurde für die Souvenirs in den Tourist-Informationen in Rostock und Warnemünde ein neues Konzept entwickelt. Eine neue Grafik wird die Einheit Hansestadt Rostock – Seebad Warnemünde – Rostocker Heide stärker hervorheben. Um diese Werbebotschaft samt Internetportal [www.rostock.de](http://www.rostock.de) aufmerksamkeitsstark zu platzieren, wird das Sortiment um ausgewählte höherwertige Andenken, wie Porzellantassen, Strand- und Stofftaschen in verschiedenen Größen erweitert, die eigens für die Tourismuszentrale produziert werden. Aufgrund der hohen Nachfrage wird es demnächst auch Aufkleber in zwei Farb-Varianten geben. Zum bereits bestehenden Sortiment gehören Regenponchos und kleine Gläser, die mit dem Rostocker Greif bedruckt sind. Weitere Produkte aus Edelstahl und Glas sind in Vorbereitung.

## Rostock holt Kölner in den Norden

Am 17. und 18. November 2012 findet in Köln die „Reisemesse unter Sternen“ (ehemals Kölner Messe) statt, auf der ca. 60 Aussteller ihre Produkte rund um das Thema „Reisen“ vorstellen. Der Termin ist ideal für kurzfristige Buchungen und Planungen für das kommende Jahr. Gemeinsam mit dem Flughafen Rostock-Laage wird Rostock Marketing in Köln am eigenen Messestand für die Angebote der Hansestadt sowie die passenden Flugverbindungen werben.

## Messen 2013 – jetzt anmelden!

Nutzen Sie auch 2013 die publikumsstärksten Tourismus-Messen Deutschlands, um sich am Stand der Hansestadt Rostock zu präsentieren. Die Teilnahme an der ITB in Berlin (2012: ca. 172.000 Besucher, davon 113.006 Fachbesucher) und an der CMT in Stuttgart (2012: 224.327 Besucher) wurde für 2013 vom Fachbeirat beschlossen. Rostock Marketing wird auf beiden Messen persönlich vor Ort für einen Besuch in der Hansestadt Rostock und im Seebad Warnemünde werben. Rostock Marketing bietet Ihnen Messepakete an, die eine persönliche Teilnahme und die Auslage von Flyern beinhalten. Die Messevorbereitung hat bereits begonnen.

Buchen Sie Ihr Messepaket 2013: Stefan Schultz Tel.: 0381/5 48 00-22 [schultz@rostock-marketing.de](mailto:schultz@rostock-marketing.de)

## Ihre Stimme: Fachbeiratssitzung

Rund 340 Partner gehören aktuell zum Netzwerk von Rostock Marketing. Die nächste Sitzung des Fachbeirates findet am 29.11.2012 statt. Bringen auch Sie Ihre Ideen ein und sprechen Sie Ihre Fachbeiratsmitglieder direkt an. Wir freuen uns auf Ihre Anregungen!

## AUSGEZEICHNET

Erneut wurde die Yachthafenresidenz Hohe Düne zur besten Tagungs- und Eventlocation Deutschlands gekürt.

[www.hohe-duene.de](http://www.hohe-duene.de)

## KONTAKT

Für Fragen und Anregungen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung!

Sophie Lorenz - Projektmanagerin

Tel.: +49 (0) 381/ 5 48 00 -23

Fax: +49 (0) 381/ 5 48 00 -14

[lorenz@rostock-marketing.de](mailto:lorenz@rostock-marketing.de)

Stefan Schultz - Projektmanager

Tel.: +49 (0) 381/ 5 48 00 -22

Fax: +49 (0) 381/ 5 48 00 -14

[schultz@rostock-marketing.de](mailto:schultz@rostock-marketing.de)

Ausführliche Informationen und alle Partner von Rostock Marketing unter [www.rostock-marketing.de](http://www.rostock-marketing.de)

Impressum/ Herausgeber: Rostocker Gesellschaft für Tourismus und Marketing mbH

Am Strom 59 · 18119 Rostock · Tel.: +49 (0) 381/ 5 48 00 -22 · Fax: +49 (0) 381/ 5 48 00 -14 · E-Mail: [info@rostock-marketing.de](mailto:info@rostock-marketing.de) · Internet: [www.rostock-marketing.de](http://www.rostock-marketing.de)  
Vorsitzender des Aufsichtsrates: Hans-Jörg Scheliga · Geschäftsführer: Matthias Fromm · Verantwortlich für den Inhalt: Matthias Fromm · Erstellung: LUPCOM Media GmbH