



Foto: Brigitte Wegner (www.augenpic.de)

TOURISMUSKONZEPTION 2022

Umsetzungsphase 11/2013-12/2014

Sehr geehrte Damen und Herren,

heute erhalten Sie den zweiten Newsletter zur Tourismuskonzeption 2022. Wir informieren Sie damit über die Aktivitäten und Projekte, die im Zuge der Umsetzung der Konzeption realisiert werden.

Die Maßnahmen werden von der Tourismuszentrale Rostock und Warnemünde (TZRW) und der Rostocker Gesellschaft für Tourismus und Marketing (Rostock Marketing) in Zusammenarbeit mit der Branche, den Fachämtern und politischen Vertretern erarbeitet und koordiniert. Die genaue Federführung entnehmen Sie den einzelnen Maßnahmen.

Ihre Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde

HINTERGRUND

Warum ein Tourismuskonzept?

- ✓ Wachsender Wettbewerb und komplexe Herausforderungen wie der demografische Wandel, die Qualitätsentwicklung und der Investitions- und Modernisierungsbedarf fordern innovative Strategien und Maßnahmen.
- ✓ Das Tourismuskonzept 2022 ist die erste umfassende Erhebung zur touristischen Situation der Hansestadt Rostock (Beschluss der Bürgerschaft der Hansestadt Rostock, 20. Juni 2012).
- ✓ Im Ergebnis wurden fundierte Handlungsfelder und Leitlinien für die touristische Entwicklung bis 2022 festgeschrieben.
- ✓ Erstmals wurden damit verlässliche Rahmenbedingungen für das unternehmerische Handeln sowie Transparenz über die touristische Entwicklung geschaffen.

	federführend	Status
Handlungsfeld 1 – Themenschwerpunkte		
Maßnahme 1 – Maritimen Tourismus weiter stärken und erlebbar machen		
Weiterentwicklung der maritimen Großveranstaltungen		
✓ Hanse Sail: konzeptionelle Erweiterung und neue Refinanzierungsmodelle / Sponsoring	TZRW	<input type="checkbox"/>
✓ Warnemünder Woche: inhaltliche Erweiterung und zusätzliche Veranstaltungshöhepunkte	TZRW	<input checked="" type="checkbox"/>
✓ Organisation weiterer Segelveranstaltungen, wie z.B. Finn Dinghy EM, Multihull Treffen, Seglertag, NordStreamRace	TZRW	<input checked="" type="checkbox"/>
Kreuzfahrt- und Fährtourismus		
✓ Erstellung neuer mehrsprachiger Broschüren für Kreuzfahrtgäste (Dt.-Engl., Span.-Ital., Frz.-Ndl.)	TZRW	<input checked="" type="checkbox"/>
✓ Einrichtung eines kostenfreien W-LAN Hotspots in der Tourist-Information Warnemünde	TZRW	<input checked="" type="checkbox"/>
✓ Unterstützung bei den Rostock Port Partys	TZRW	<input checked="" type="checkbox"/>
Maßnahme 2 – MICE Marketing und Vertrieb neu gewichten		
Aufbau eines MICE-Netzwerks		
✓ ESF-Förderung vom Landesförderinstitut Mecklenburg-Vorpommern für 12 Monate	Rostock Marketing	<input checked="" type="checkbox"/>
✓ Durchführung von mehrerer Expertentreffen und Workshops mit der Branche		<input checked="" type="checkbox"/>
✓ Gründung eines RostockConvention Bureau (RoCo) angegliedert an Rostock Marketing zur einheitlichen Vermarktung des MICE-Standes Rostock (ab 07/2015) und Erschließung finanzieller Mittel als Basis		<input type="checkbox"/>

Handlungsfelder – Maßnahmen – Projekte

	federführend	Status
Maßnahme 3 – Städte- und Kulturtourismus stärken		
Entwicklung und Etablierung der Veranstaltung „Kultur trifft Genuss“	Rostock Marketing	
✓ Koproduktion von Rostock Marketing und TZRW mit dem Volkstheater Rostock		<input checked="" type="checkbox"/>
• seit 2011 einmal jährlich im November in Warnemünde		
✓ Erweiterung des Formats auf das Rostocker Stadtzentrum ab Frühjahr 2015		<input type="checkbox"/>
Maßnahme 4 – Gesundheitstourismus aufbauen und Wellnesstourismus weiterentwickeln		
Mitgliedschaft im Bäderverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.	TZRW	
✓ Netzwerk aller Kur- und Erholungsorte in Mecklenburg-Vorpommern		<input type="checkbox"/>
Unterstützende Öffentlichkeitsarbeit von Leistungsträgern	TZRW	
✓ Gemeinsame Pressekonferenz mit dem Verband Mecklenburgische Ostseebäder und AIDA Freunde der Meere e.V. zum Projekt Taschenaschenbecher/ saubere Strände		<input checked="" type="checkbox"/>
✓ Teilnahme am „Gesundheitsgarten 2014“ (vital & physio GmbH)		<input checked="" type="checkbox"/>
Maßnahme 5 – Erlebnis StadtNatur		
Vermarktung des Naturgebietes „Rostocker Heide“	TZRW	
✓ Stärkere Einbindung der Rostocker Heide in die touristische Vermarktung (u.a. Entwicklung eines Flyers für 2015)		<input type="checkbox"/>
✓ Erweiterte Öffnungszeiten der Tourist-Information Markgrafenheide		<input checked="" type="checkbox"/>
✓ Geführte Fahrradtouren durch die Rostocker Heide in Kooperation mit dem ADFC Rostock		<input checked="" type="checkbox"/>
✓ Fotowettbewerb und Erstellung einer eigenen Postkarte für Markgrafenheide		<input checked="" type="checkbox"/>
✓ Stärkere Zusammenarbeit mit dem Stadtforstamt:		
• Organisation des 7. Rostocker Waldtages		<input checked="" type="checkbox"/>
• Ausbau und Optimierung der Wanderwege		<input type="checkbox"/>
Aktive Unterstützung bei der Neuregelung der Bäderregelung MV	TZRW	<input type="checkbox"/>
Handlungsfeld 2 – Infrastruktur		
Maßnahme 6 - Stärkung des maritimen Flairs	TZRW	
Verstärkte Einbindung der Warnow als Verbindungsweg zwischen den touristischen Zentren		
✓ Mitarbeit am IGA-Park Entwicklungskonzept		<input type="checkbox"/>
✓ maritime Themen-Monitore und Displays in den Tourist-Informationen		<input checked="" type="checkbox"/>
Aktive Mitarbeit bei der Erarbeitung B-Plan Strand	TZRW	
✓ Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen am Strand zur touristischen Weiterentwicklung		<input type="checkbox"/>
Mitarbeit am Forum Mittelmole		<input type="checkbox"/>
Aktive Mitarbeit bei der Erstellung der Toilettenbedarfskonzeption	TZRW	<input type="checkbox"/>
Maßnahme 7 – Konsolidierung und qualitative Weiterentwicklung des Beherbergungsmarktes		
Gründung Arbeitsgruppe Barrierefreier Tourismus (siehe HF 3, M 10)	TZRW	<input checked="" type="checkbox"/>
QualitätsStadt Rostock (siehe HF 3, M 10)	TZRW	<input type="checkbox"/>
Maßnahme 8 – Optimierung und Lückenschluss des Kultur- und Freizeitangebotes		
Planung und Organisation von jährlich über 200 Veranstaltungen - darunter zählen folgende Highlights:	TZRW	<input checked="" type="checkbox"/>
Warnemünder Wintervergnügen	TZRW	
✓ seit 2009 regelmäßig im Januar/ Februar		<input checked="" type="checkbox"/>
• Gemeinsame Veranstaltung von TZRW, Rostock Marketing, Kongress- und Veranstaltungs-Service GmbH (KVS), Warnemünder Handels- und Gewerbeverein, Pferdefreunde Ostseeküste e.V. u.v.m.		
• Ziel: Stärkung und Belebung der Nebensaison		
ACTIVE BEACH Warnemünde	TZRW	
✓ Aktiv- und Freizeitangebot am Warnemünder Strand		<input checked="" type="checkbox"/>
• Nutzung als Veranstaltungsfläche für Events, z.B. Beachsoccer-Turniere, AOK Beach-Tag 2014		
• Familienangebote: z.B. Beachsoccer-Camps mit den Rostocker Robben		
Kultur trifft Genuss (siehe HF 1, M 3)	Rostock Marketing	<input checked="" type="checkbox"/>
N-JOY The Beach/ stars@ndr2 (25./26.6.2014)	TZRW	
✓ 2-tägiges Open-Air Event am Warnemünder Strand		<input checked="" type="checkbox"/>
DFB Beachsoccer-Cup-Finale (23./24.8.2014)	TZRW	
✓ 2014 zum 2. Mal in Warnemünde		<input checked="" type="checkbox"/>
• Erstmals gemeinsame Eröffnungsfeier auf AIDAMar		
• Fixierung einer langfristige Kooperation mit dem DFB		
• Planung 3. DBF Beachsoccer-Cup Finale im August 2015		<input type="checkbox"/>
Maßnahme 9 – Verkehrsanbindung und Mobilität verbessern		
Mitarbeit in der EU-Projektgruppe InterCombiTicket	TZRW	
✓ Verbesserung der deutsch-dänischen Anbindung und Förderung des Tagestourismus		<input type="checkbox"/>
✓ Unterstützung des Rostocker Kulturbeitrags beim Stadtfest Nyköbing 2014		<input checked="" type="checkbox"/>
Verbesserte Ausschilderung am Kreuzfahrt- und Fährterminal (siehe HF 1, M 1)	TZRW	<input checked="" type="checkbox"/>
Mitarbeit am e-Mobilitätsforum und Aktionsplan der Hansestadt Rostock	TZRW	<input type="checkbox"/>
Arbeitsgruppe Barrierefreier Tourismus (siehe HF 3, M 10/11/12)	TZRW	<input checked="" type="checkbox"/>

	federführend	Status
Handlungsfeld 3 – Qualitätsoffensive		
Maßnahme 10/ 11 / 12		
QualitätsStadt Rostock	TZRW und Rostock Marketing	<input type="checkbox"/>
✓ Ziel: Zertifizierung der Hansestadt zur QualitätsStadt		<input checked="" type="checkbox"/>
✓ 2 kostenfreie Schulungstermine für Partner von Rostock Marketing		<input checked="" type="checkbox"/>
✓ bereits 11 zertifizierte Unternehmen und 31 Unternehmen mit ausgebildeten QualitätsCoaches		<input checked="" type="checkbox"/>
✓ Weitere Schulungstermine und regelmäßige ERFA-Meetings in Planung		<input type="checkbox"/>
Gründung der Arbeitsgruppe Barrierefreier Tourismus (19.6.2013)	TZRW	<input checked="" type="checkbox"/>
✓ Zusammenarbeit von TZRW, Behindertenbeirat der Stadt, Tourismusverband M-V und Verein Ohne Barrieren e.V.		<input checked="" type="checkbox"/>
✓ Erstellung einer neuen Broschüre zum barrierefreien Tourismus (zur Saison 2015)		<input type="checkbox"/>
Qualitätssicherung im Seebad Warnemünde	TZRW	<input checked="" type="checkbox"/>
✓ Erhaltung des Status „Staatlich anerkanntes Seebad“		<input checked="" type="checkbox"/>
✓ Auszeichnung und Qualitätssiegel „Blaue Flagge“		<input checked="" type="checkbox"/>
✓ Zertifizierung „Familienfreundlicher Ferienort“ verlängert bis 2017		<input checked="" type="checkbox"/>
✓ Zertifizierung zum staatlich anerkannten Seeheilbad wird angestrebt		<input type="checkbox"/>
✓ Aktive Beteiligung an der Diskussion gegen die Offshore-Windkraftpläne der Landesregierung		<input type="checkbox"/>
Regelmäßige Zertifizierung der Tourist-Information mit	TZRW	<input checked="" type="checkbox"/>
✓ i-Marke „Tourist-Information“ vom DTV		<input checked="" type="checkbox"/>
✓ „Qualitätsmanagement Barrierefreier Tourismus“ (QMB)		<input checked="" type="checkbox"/>
✓ Qualitätssiegel „ServiceQualität Deutschland“ vom DTV (seit 10/2014)		<input checked="" type="checkbox"/>
Mitarbeit an der Verbesserung der touristischen Infrastruktur im Seebad Warnemünde	TZRW	<input checked="" type="checkbox"/>
✓ Errichtung einer neuen öffentlichen Toilettenanlage auf der Promenade		<input checked="" type="checkbox"/>
Handlungsfeld 4 – Marketing und Vertrieb		
Maßnahme 13 - Internetauftritt und Printmedien neu ausrichten		
Printmedien im modernen und einheitlichen Design		
✓ inhaltliche und grafische Überarbeitung aller Broschüren:		
• Gastgeber „Mein Urlaub“, Kurzreisen, Sales Guide	Rostock Marketing	<input checked="" type="checkbox"/>
• RostockCARD, Kurkarte, Kreuzfahrerbrochüren	TZRW	<input checked="" type="checkbox"/>
Relaunch des Stadtportals www.rostock.de		
✓ Europaweite Ausschreibung zur Umsetzung des Relaunch (2013): Zuschlag an die Lupcom Media GmbH aus Rostock (Vertrag seit 04/2014)	TZRW	<input checked="" type="checkbox"/>
✓ Relaunch: 12/2014		<input checked="" type="checkbox"/>
www.kurzreisen-rostock.de		
✓ Verkaufsförderung und zielgruppenorientierte Vermarktung der Kurzreisenangebote	Rostock Marketing	<input checked="" type="checkbox"/>
Social Media		
✓ Facebook-Account „Rostock & Warnemünde Erleben“ mit über 4.600 Fans (12/2014)	Rostock Marketing	<input checked="" type="checkbox"/>
Hotelbuchungs-Software		
✓ Einführung einer neuen, auf die Bedürfnisse der Branche zugeschnittenen Buchungs-Software (ab 2015)	Rostock Marketing	<input type="checkbox"/>
Maßnahme 14 - Neue Märkte im In- und Ausland erschließen		
Messepräsenz im Inland 2014		
✓ ITB Berlin, CMT Stuttgart	Rostock Marketing	<input checked="" type="checkbox"/>
Roadshow des Tourismusverband MV 2014		
✓ 4-wöchige Promotion-Tour durch Süd- und Westdeutschland	Rostock Marketing	<input checked="" type="checkbox"/>
Städtekooperation Mecklenburg-Vorpommern		
✓ Zusammenschluss der sechs größten Städte Mecklenburg-Vorpommerns zur gemeinsamen Bewerbung in den Ländern: Schweden, Dänemark, Schweiz, Österreich, Niederlande	TZRW	<input checked="" type="checkbox"/>
Werbegemeinschaft Historic Highlights of Germany e.V.		
✓ gemeinsame Bewerbung der Mitgliedsstädte in den Auslandsmärkten USA, China, Japan	TZRW	<input checked="" type="checkbox"/>
Maßnahme 15 – Tagestourismus stärken und lenken		
ACTIVE BEACH Warnemünde (siehe H 2, M 8)	TZRW	<input checked="" type="checkbox"/>
InterCombiTicket (siehe H 2, M 9)	TZRW	<input checked="" type="checkbox"/>
RostockCARD + Region		
✓ Einführung eines neuen Vertriebs- und Marketingkonzeptes für das Erlebnisticket mit Ausweitung auf die Region	TZRW	<input checked="" type="checkbox"/>
Mitarbeit am IGA-Park Entwicklungskonzept	TZRW	<input type="checkbox"/>
Einbindung eines neuen übersichtlichen Veranstaltungskalenders auf rostock.de	TZRW	<input checked="" type="checkbox"/>
Maßnahme 16 - Bausteine und Pauschalen		
Entwicklung und Vermarktung von Pauschalangeboten mit den touristischen Partnern		
✓ Durchführung von Marketingworkshops mit Hotellerie und touristischen Leistungsträgern	Rostock Marketing	<input checked="" type="checkbox"/>
✓ Inhaltliche Anpassung der Kurzreiseangebote mit marktgerechten Preisen zur Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit		<input checked="" type="checkbox"/>

Handlungsfelder – Maßnahmen – Projekte

	federführend	Status
Maßnahme 17 – Zielgruppengerechte Angebote erstellen Vermarktung von Pauschalangeboten (siehe H 4, M 16) Produktentwicklung <ul style="list-style-type: none"> ✓ Kreuzfahrttourismus (siehe H 1, M 1) ✓ RostockCARD (siehe H 4, M 15) Projektentwicklung <ul style="list-style-type: none"> ✓ ACTIVE BEACH (siehe H 2, M 8) ✓ Kultur trifft Genuss (siehe H 1, M 3) 	Rostock Marketing Rostock Marketing TZRW TZRW Rostock Marketing	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
Maßnahme 18 – Marketingstrategie der HRO und touristisches Kommunikationskonzept des Landes verbinden Aktive Mitarbeit im Kompetenznetzwerk des Tourismusverbandes MV (TMV) <ul style="list-style-type: none"> ✓ regelmäßige Teilnahme an den Netzwerktreffen „Familie“ und „Lifestyle“ sowie den Themen-Workshops und Entwicklung der Urlaubswelten Beteiligung am TMV PR-Pool Anzeigenschaltung in verschiedenen Broschüren des TMV, wie z.B. Urlaubsmagazin, Sales Guide, Familie Nutzung der Internetseiten des TMV auf www.auf-nach-mv.de <ul style="list-style-type: none"> ✓ Präsentation von Angeboten bzw. Leistungen auf den Internetseiten des TMV 	TZRW TZRW TZRW & Rostock Marketing	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
Handlungsfeld 5 – Kooperationen		
Maßnahme 19 – Innenmarketing stärken und neue Netzwerke aufbauen Regelmäßige Netzwerkveranstaltungen für die Branche <ul style="list-style-type: none"> ✓ Jahresempfang der Rostocker Touristiker <ul style="list-style-type: none"> • in Kooperation mit TZRW, Tourismusverein Rostock & Warnemünde e.V. und Familiengeführte Hotels und Pensionen in Rostock, Warnemünde und Umgebung e.V. • seit 2012 Ausrichtung durch Rostock Marketing ✓ Tourismusfrühstück (1-2 Veranstaltungen im Jahr) <ul style="list-style-type: none"> • Impulsreferate aus der Branche und Vorstellung von Best Practice Beispielen • 2014: „Trends und Perspektiven des wachsenden Kreuzfahrtmarktes“ (23.5.14 auf AIDAbella) ✓ Marketingworkshops <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung von Schlüsselthemen unter aktiver Beteiligung der Branche • Themen 2014: u.a. MICE, Einführung neue Hotel- Buchungssoftware ✓ Fit für 2014 (5.11.2013) <ul style="list-style-type: none"> • B2B-Infoveranstaltung zur Information über Veranstaltungen und neue Serviceangebote • Zielgruppe: Mitarbeiter aus dem Gastgewerbe, insbesondere Marketing, Guest Relation, Front Office B2B Homepage www.rostock-marketing.de <ul style="list-style-type: none"> ✓ Transparente Berichts- und Informationsquelle sowie Kommunikationsplattform zur direkten Kontaktaufnahme B2B Newsletter (Versand: zweimal im Jahr) <ul style="list-style-type: none"> ✓ Informiert regelmäßig über die Aktivitäten von Rostock Marketing und touristisch relevante Themen Geschäftsbericht (erscheint: einmal im Jahr) <ul style="list-style-type: none"> ✓ Wichtigste Publikation zur transparenten Darstellung der Struktur, Mittelverwendung, Strategie, Aktivitäten und des Erfolges 	Rostock Marketing Rostock Marketing Rostock Marketing TZRW Rostock Marketing Rostock Marketing Rostock Marketing	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
Maßnahme 20 – regionale, landesweite und internationale Kooperationen Erweiterte Zusammenarbeit mit dem Verband Mecklenburgische Ostseebäder e.V. (VMO) <ul style="list-style-type: none"> ✓ Präsentation der Hansestadt Rostock im Urlaubskatalog des VMO und Gemeinschaftsstand auf Tourismusbörsen Mitglied im Bäderverband Mecklenburg-Vorpommern e.V. (siehe H 1, M 4) Städtekooperation Mecklenburg-Vorpommern (siehe H 4, M 14) Mitglied in der Werbegemeinschaft Historic Highlights of Germany e.V. (siehe H 4, M 14)	Rostock Marketing TZRW TZRW TZRW	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
Handlungsfeld 6 – Organisation und Finanzierung		
Maßnahme 21 – Strukturen und Aufgaben weiterentwickeln Europaweite Ausschreibung der Aufgabe „Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“ der TZRW <ul style="list-style-type: none"> ✓ in Prüfung: Abstimmung mit dem Hauptamt der Hansestadt Rostock 	TZRW	<input type="checkbox"/>
Maßnahme 22 – Finanzierung sichern und Transparenz erhöhen Freiwillige Marketingumlage <ul style="list-style-type: none"> ✓ rund 360 Partner aus Hotellerie, Gastronomie und Freizeit (Stand 12/2014) haben sich dem Netzwerk von Rostock Marketing angeschlossen und ständige Akquise neuer Partner 	Rostock Marketing	<input type="checkbox"/>

✓ erledigt | ☒ laufend

HF= Handlungsfeld | M= Maßnahme