rostock marketing Tourismus

2017

Geschäftsbericht

Rostocker Gesellschaft für
Tourismus und Marketing mbH

Im Tourismus
zusammen wachsen

Rostock Marketing bedankt sich bei allen Partnern für das entgegengebrachte Vertrauen

- "Ohne Barrieren" Wohnen und Sozialdienste gGmbH / Hotel Sportforum
- Abenteuer in Mecklenburg Vorpommern GmbH
- Ablig Feinfrost GmbH
- Achtern-Strand-Hus
- adebar GmbH
- ADFC Regionalverband Rostock e.V.
- AFS-sim.de
- Agentur Maritim
- AIDA Cruises
- a-ja Resort und Hotel GmbH
- Anastasia Appartements
- Ankes Restaurant und Pension
- Antik Nr. 9
- Antik und Nostalgie
- Aparthotel Strandhafer
- Apartment Fiebig
- Apartmenthaus 'Strandnähe'
- Appartement Friedrich-Franz
- Appartement Haus ART
- Aquadrom Graal-Müritz GmbH & Co. Freizeit KG
- arcona Hotel Sonne GmbH/ Hotel "Die kleine Sonne"
- arcona Hotel Sonne GmbH/ Steigenberger Hotel Sonne
- Ästhetik-Klinik
- B.+R. Schilling Ferienwohnungen
- Baltica Coast Style GmbH
- Beauty + Med
- Bernstein-Expo „Warnemünder Bernsteinmuseum"
- Bernsteinhaus Rostock
- Besitos Rostock GmbH
- BKa Deutschland GmbH - Kletterwald Hohe Düne
- blue doors Hostel
- Bootsterrassen Warnemünde
- Brummkreisel
- Bungalow Ostseenähe
- BUSKONTOR
- CarLo615
- Casita Maria
- Christel Gütschow Immobilien
- Citti Handesgesellschaft mbH & Co. KG
- City Pension
- Classic Yacht Charter
- Das gelbe Ferienhaus
- Der Warnemünder/ 3ART
- Dieter Schütt Personenschifffahrt
- DK Gastronomie GmbH Schuster Café
- Doberaner Rennverein von 1822 e.V.
- DOCK INN GmbH - DOCK INN
- DOCK INN GmbH - Hafenapartments
- easy Parken
- eat-the-world GmbH
- ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG Kröpeliner Tor Center Rostock Werbegemeinschaft
- EDEKA Nord SB-Warenhaus GmbH -Marketing und Werbung
- EIS-CAFE MILANO GmbH
- Empor Handball GmbH
- ENEOS & FRIENDS DESIGN
- Erste MÆNNERHOBBY GmbH & Co. KG
- Evang.Luth. Kirchgemeinde Münsterverwaltung
- F.C. Hansa Rostock e.V.
- Fahrgastschifffahrt "K. Brass" GmbH
- Fahrradhandlung und -verleih Dühring
- Familie Gesien Ferienwohnungen
- Familie H. Schams
- Familie Kruse Ferienwohnung
- Familie Rickert
- Familie Scholwin
- Familie Schroeder Atelier zum Meer
- Familie Sixdorf
- Familie Storm
- Familie Willner
- Ferienappartment "Beim Wetterstein"
- Ferienbungalow "Haus Rolf"
- Ferienbungalow Boeck
- Ferienbungalow Stolteraa
- Ferienhaus "Meer und Mehr"
- Ferienhaus am Yachthafen
- Ferienhaus Diekelmann
- Ferienhaus Eppler
- Ferienhaus Hirsch
- Ferienhaus Janzen
- Ferienhaus Lisa
- Ferienhäuser „Meer und Mehr"
- Ferienwohnung - mit Stil
- Ferienwohnung "Achtern Strom"
- Ferienwohnung "Ann-Charlott"
- Ferienwohnung "Charlotte S."
- Ferienwohnung "CityFlair"
- Ferienwohnung "Haus Buhne"
- Ferienwohnung "Haus Elli"
- Ferienwohnung "Ostseestrandblick"
- Ferienwohnung "Schwedenhaus"
- Ferienwohnung "Töpfern und Meer"
- Ferienwohnung "Utspann"
- Ferienwohnung "Zu den Hühnergöttern"
- Ferienwohnung Achim Heine
- Ferienwohnung Am Sanddorn
- Ferienwohnung Am Strom 50
- Ferienwohnung an der historischen Stadtmauer
- Ferienwohnung Anastasia 22
- Ferienwohnung Andre Luckmann
- Ferienwohnung Beck
- Ferienwohnung Benkner
- Ferienwohnung Boldt
- Ferienwohnung Charlotte
- Ferienwohnung Christine Kundt
- Ferienwohnung Daberkow
- Ferienwohnung Diran
- Ferienwohnung Ebel
- Ferienwohnung Fam. Liske
- Ferienwohnung Familie Krüger
- Ferienwohnung Familie Rieck
- Ferienwohnung Familie Schmitt
- Ferienwohnung Feger
- Ferienwohnung Finke c/o Alternativ Tours GmbH
- Ferienwohnung Friedrich-Franz 57
- Ferienwohnung Gerhardt Grätz
- Ferienwohnung Gieselmann
- Ferienwohnung Grothmann
- Ferienwohnung Hammerschmidt
- Ferienwohnung Handsche
- Ferienwohnung Heilmann
- Ferienwohnung Hofidyll
- Ferienwohnung im Atelierhof
- Ferienwohnung Iwan
- Ferienwohnung Jana Daevers
- Ferienwohnung Jasmin
- Ferienwohnung Jozlowski
- Ferienwohnung Kai Wikert
- Ferienwohnung Kartenraum
- Ferienwohnung Klug
- Ferienwohnung Kohlmann
- Ferienwohnung Körner
- Ferienwohnung Krüger
- Ferienwohnung Liebke
- Ferienwohnung Lüdke
- Ferienwohnung Martens
- Ferienwohnung Meyer
- Ferienwohnung Mittelbach
- Ferienwohnung Müller
- Ferienwohnung Orzechowski
- Ferienwohnung Ostseespass
- Ferienwohnung Pockrandt
- Ferienwohnung Raedel
- Ferienwohnung Scarbarth
- Ferienwohnung Schade
- Ferienwohnung Scheibner
- Ferienwohnung Schröter
- Ferienwohnung Schulze
- Ferienwohnung Schütt
- Ferienwohnung Seraphine
- Ferienwohnung Sommerfeld
- Ferienwohnung Sprenger
- Ferienwohnung St. Jürgen
- Ferienwohnung Strandgut
- Ferienwohnung Stromidylle
- Ferienwohnung Struck
- Ferienwohnung Swodenk
- Ferienwohnung Teichmann
- Ferienwohnung Thiess
- Ferienwohnung Tolkemitt
- Ferienwohnung Villa Diana
- Ferienwohnung Wiesenkrug
- Ferienwohnungen "Haus in der Düne"
- Ferienwohnungen "Zur Eule"
- Ferienwohnungen Andresen
- Ferienwohnungen Atlantic
- Ferienwohnungen Familie A. Neumann
- Ferienwohnungen im Bauernhaus
- Ferienwohnungen im Kapitänshaus
- Ferienwohnungen im Warnemünder Reformhaus
- Ferienwohnungen Markgrafenheide Goerke
- Ferienwohnungen N .Hahn
- Ferienwohnungen Seestraße 16 Deck 1/ Deck 2
- Ferienwohnungen Siegfried Muranko
- Ferienwohnungen und Appartements Warnemünde
- Ferienwohnungen Wältermann
- Ferienwohnungen Weu
- Ferienwohung Tolle
- Ferienzimmer Brümmer
- Ferienzimmer Lichtlein
- Ferienzimmer Mielenz
- Ferienzimmer Riemenschneider
- Festspiele Mecklenburg-Vorpommern gGmbH
- FEWO Heidi und Helmut Bach
- Fewo Matschek GbR
- FEWO Villa Hannah
- Fiete Fischkopp Erlebnisführung
- Firma SBG GmbH - Hotel Belvedere
- First Hotel Rostock Betrieb GmbH
- Flughafen Rostock-Laage-Güstrow GmbH
- Food and Fun GmbH
- Gästehaus "Villa Minerva"
- Gästewohnung Never
- Gästezimmer Christiane Günther
- Gästezimmer Kraschewski
- Gaststätte und Pension Schinkenkrug
- GBSE GmbH - Gastronomie-, Betriebs-, Service- & Einrichtungsgesellschaft - Hotel Garni am Hopfenmarkt
- Gesellschaft für Wirtschaft- und Technologieförderung Rostock mbH
- Getränkeland Heidebrecht GmbH & Co. KG
- GHW Golf- und Hotelresort Wittenbeck GmbH & Co. KG
- Goldschmiede Anette Klook
- Golfplatz Warnemünde GmbH & Co. KG
- Goliath Show & Promotion GmbH
- Grand Hotel Heiligendamm
- Grönfingers Rostocks Gartenfachmarkt GmbH
- Großmarkt Rostock GmbH
- Grundstücksgesellschaft Lindner mbH & Co. KG
- GüstrowTourismus e.V.
- H.+R.Winter Ferienwohnungen
- Hafen-Entwicklungsgesellschaft Rostock mbH
- Haltestelle-Bekleidungsgeschäft, Vorstadt Perlen
- Handweberei
- Hanse Dienstleistungs- und Service Kontor GmbH
- Hanse GoKart Racing
- Hanse Touristik Rostock GmbH
- Hanseatische Eventagentur GmbH
- Hanse-Menü-Service GmbH
- Hanse-Menü-Service GmbH / Ferienwohnung Fischerklause
- Hardenberg-Wilthen AG
- Hartmut-Schmied.Communications
- Haus "Möwe"
- Haus Alexandrine
- Haus der kurzen Wege
- Haus Eschenburg
- Haus Hühnergott
- Haus Leuchtfeuer
- Haus Seewind
- Haus Silko
- Haus Warnowblick
- Haus zum Anker
- HERAU Verwaltungsgesellschaft mbH
- Herrmann Werbung
- Hinstorff Verlag GmbH
- Hochschule für Musik und Theater Rostock
- Hong Fa Thai Massagen
- Hotel Bellevue
- Hotel Betriebs- und Service GbR B.+S. Fügner/ Versteck am Strom
- Hotel Godewind
- Hotel Hübner GmbH / Park-Hotel Hübner
- Hotel Hübner GmbH / Strand-Hotel Hübner
- Hotel Neptun Betriebsgesellschaft mbH
- Hotel Ostseeland
- Hotel Ringelnatz Warnemünde
- Hotel Stolteraa - WARO GmbH
- Hotel Strand 26
- Hotel Warnemünder Hof GmbH & Co. KG
- Hotel Wilhelmshöhe OHG
- Hotelbetriebsführungsgesellschaft mbH Rostock - Hotel Sanddorn
- HW-Shapes
- Idyll im Grünen
- IGA Rostock 2003 GmbH
- Ilona Walter Eisspezialitäten
- Institut für Gesundheitsmanagement Nord c/o Sorglos-Urlaub
- Institut für heilende Medizin
- Interessengemeinschaft Eigentümergemeinschaft Poststraße 26
- interSPA Gesellschaft für Betrieb Wonnemar Wismar mbH
- ivent sailing e.Kfr.
- Jedermann Festspiele Wismar c/o Hansekontor Wismar GmbH
- Johann Jonas Events
- Juni Media GmbH & Co. KG
- Karl's Markt OHG
- KD Gastronomie GmbH Schusters Strandbar
- Kempke Hof
- Kinderland-Rostock Mohr + Partner GbR
- Klatschmohn Verlag, Druck + Werbung GmbH & Co.KG
- Kleines Gästehaus/ GbR Franke/ Haferland
- Kleinkunstbühne Ringelnatz Warnemünde
- Kletterwand "Am Bunker" Rostock UG (haftungsbeschränkt)
- Kongreß- und Veranstaltungsservice
- Kulturhistorisches Museum Rostock
- Kunstmuseum Schwaan
- Kurhaus Warnemünde Betriebs GmbH
- KurparkHotel - K + K Hotel- und Gaststättenbetreibergesellschaft mbH
- kw Agentur für Kommunikation und Werbung GmbH
- Landhotel Ostseetraum & FeWo GmbH
- Landhotel Rittmeister
- Lasergame Rostock
- Little John Bikes Rostock GmbH
- LLOYD Großverbraucherservice GmbH & Co. KG
- Luftfahrt und Marketing GmbH Rostock
- Luise und Ewald Symann Ferienhaus
- Lungis Thai - Massage
- LUPCOM Media GmbH
- Maisonette-Wohnung an der Ostsee
- Marlower Brauerei
- Martin Moratz Fine Art Photography
- Mecklenburger Ballonfahrten
- Mecklenburger Biomarkt
- METRO Group Asset Management Services GmbH
- Meyer´s Mühle
- miniland MV c/o AFW Arbeitsförderungs- und Fortbildungswerk GmbH
- Motel One Germany Betriebs GmbH Motel One Rostock
- MS Baltica
- MV-IT-Systeme OHG
- Mylord Werbeagentur
- Naturabenteuer MV Roland Hollstein und Heike Haselmann GbR
- Naturheil- und physiotherapeutische Praxis Christine Heide
- Norbert & Katrin Hahn GbR / TOP-Appartements
- NORTH-FOOD GmbH
- Oelschläger GbR Schloss Lüsewitz
- Ostsee Brauhaus AG "Trotzenburg"
- Ostseebungalow Päsch
- Ostsee-Cruising
- Ostsee-Cruising GmbH
- Ostseedomizil Rader
- Ostseefarben Sabine Preiß
- Ostseehaus Windbreaker
- OstseeSparkasse Rostock
- Ostsee-Welten GmbH
- Ozeaneum Stralsund GmbH
- Pandino Spielwelt GmbH
- Papstein & Papstein GbR FW Kuddel und Hein
- Parkhotel Seeblick/ Neue Parkhotel Seeblick Betriebs GmbH
- Pension Alabama
- Pension Anna
- Pension Arielle
- Pension Katy/Haus Troja
- Pension Ostsee
- Pension Ostseeurlaub
- Pension Philipp
- PINAX Werbemedien
- pro Kunsthalle e.V.
- R&R Reisen&Rasten UG (haftungsbeschränkt)
- R. Kossow/ Hotel am Leuchtturm
- Radeberger Gruppe KG, c/o Hanseatische Brauerei Rostock
- Reit- und Ferienhof Blohm
- Residenz am Kurpark
- Residenz am Kurpark App. 9
- Residenz am Strande/ Objektgesellschaft Strandweg 11 mbH
- Restaurant - ALBERT & EMILE
- Restaurant Stilbruch
- REVILO Limousinenservice
- rostock apartment LIVING HOTEL
- Rostock City Tours
- Rostocker Fischmarkt c/o F&F Fisch und Feinkost GmbH
- Rostocker Messe- und Stadthallengesellschaft mbH
- Rostocker Personenschifffahrt
- Rostocker Straßenbahn AG
- Rostocker Transfer Service
- Rostocker Wetterfahne
- rostock-exklusiv
- Salzoase Warnemünde
- Sandras Tanzcafé Betriebsgesellschaft mbH/ Theater des Friedens
- Sarazul Cashmere Mongolia
- Sartori & Berger GmbH & Co. KG
- Scandlines Deutschland GmbH
- Schimpf & Weber GbR / Rostockfisch
- Seaside Travel GmbH & Co. Service KG
- SegTime GmbH & Co. KG
- Siam Thai Massage
- SightRunning Rostock
- Sommerrodelbahn Bad Doberan
- Sozialstation & Pflegedienst Krüger GmbH
- speedsailing
- Stadtpaddeln Rostock
- Stadtrundfahrten M. Scholz
- Staffeluhren.de
- Störtebeker Braumanufaktur GmbH Braugasthaus Rostock
- Strandkorbvermietung und Wassersport
- Strandoase Treichel
- Strandresort Warnemünde-Markgrafenheide Betriebsgesellschaft mbH
- Supremesurf Jensen & Weiß GbR
- Tanzschule Geipelt
- Taurus Werbeagentur
- Technologiepark Warnemünde GmbH
- Thomas Alisch Ferienwohnungen
- Tokon GmbH & Co.KG
- Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde
- Tourismuszentrum Mecklenburgische Ostseeküste GmbH
- Trihotel am Schweizer Wald c/o Weiß-Hotel GmbH
- TT-Line GmbH & Co.KG
- TUTOR GmbH
- Unternehmensbereich der Gelsenkirchener Logistik-, Hafen und Servicegesellschaft mbH / Best Western Hanse Hotel
- Veronika und Jörg Brückner
- Villa am Strand
- Villa Aranka
- Villa Fortuna
- Villa Hannah
- Villa Hübner
- Villa Ostseegruss /GbR Teuber
- Villa Papendorf
- Villa Schwalbe
- VIP Hanse Touring GmbH
- VIP-Parking
- vital & physio Beratung und Verkauf
- Vogel Hotel Appartements & Spa OHG
- Vogelpark Marlow gGmbH
- Volkstheater Rostock GmbH
- w.Holz GmbH Gastronomie & Catering-Team
- WANDERER - Kanu, Rad & Reisen
- Warnemünder Strandbahn
- Warnow-Personenschifffahrt
- Warnowquerung GmbH & Co. KG
- Wellnessloft Rostock GbR
- Wenzel Prager Bierstuben Warnemünde
- Wildpark-MV.de / Natur- und Umweltpark Güstrow gGmbH
- Wind is our Friend C.V.
- WIRO GmbH
- WIROtel Jugendwohnheime
- Yachtagentur Rostock Maritim- und Tourismusservice GmbH
- Yachthafenresidenz Hohe Düne GmbH
- Zoologischer Garten Rostock gGmbH
- Zum Donnerkeil
- Zur Kogge Gastro GmbH Rostock

2017

INHALTSVERZEICHNIS

Geschäftsbericht – Rostocker Gesellschaft für Tourismus und Marketing mbH

Grußwort 4-5
Oberbürgermeister Hanse- und Universitätsstadt Rostock
Geschäftsführer Rostock Marketing

Entwicklung im Tourismus 6-7

Erfolgsmodell im Tourismusmarketing 8-9

Destinationsmarketing 10

Rostock Convention 11-17
Marketing- und Vertriebsaktivitäten
Publikationen
Kooperation MeetMV
Bilanz 2017
Leistungen für Partner
Servicepartner für Veranstaltungsplaner

Rostock Tourismus 18-24
Printpublikationen
Online-Medien
Messen & Aktionstage
Gruppen

Maritimer Tourismus 26-29
MV-Kampagne 2018
Endlich Ruhe! Online-Filmkampagne MV
Printpublikationen Kreuzfahrt

Aktivurlaub 30-33
DFB Beachsoccer-Meisterschaften
Euro Beach Soccer League
AOK Active Beach Warnemünde
Sport Beach Arena Warnemünde

Gesundheitstourismus 34-35

Städte- und Kulturtourismus 36-39
Kultur trifft Genuss
Veranstaltungen Nebensaison
Imagefilm Rostock & Warnemünde im Winter
Reformation
RostockCARD

Familienurlaub 40-41
Veranstaltungen Familien
Ferienprogramm
Familienbroschüre 2018

Qualitätsoffensive 42-45
QualitätsStadt Rostock
Barrierefreiheit
Umwelt- und Küstenschutz

Auslandsmarketing 46-47
Marktübergreifende Aktivitäten
Marktspezifische Aktivitäten

Netzwerk & Kooperationen 48-53
Netzwerkveranstaltungen
Kommunikation
Kooperation Universität Rostock
Mitgliedschaften

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit 54-55

Ausblick 2018 56-59

Gesellschaft 60-61

Zahlen & Fakten 62-64

2017

ROSTOCK FEIERT HISTORISCHES DOPPELJUBILÄUM

Oberbürgermeister
Hanse- und Universitätsstadt Rostock

Sehr geehrte Damen und Herren,

„FESTmachen in Rostock“ – dieser Leitspruch zu unserem Doppeljubiläum steht nicht nur für die Feierlichkeiten zum 800. Stadtgeburtstag. Rostock wächst als attraktiver Wirtschafts-, Wissenschafts- und Investitionsstandort sowie als lebenswerter Wohnort und beliebtes Urlaubsreiseziel. Investoren, Innovatoren, Einwohner und Gäste – sie alle machen FEST in Rostock. Dieser positive Trend hat unter anderem auch dazu beigetragen, dass Rostock im Jubiläumsjahr wieder die uneingeschränkte finanzielle Handlungsfähigkeit zurückerlangen wird.

So können wir selbstbestimmt und selbstbewusst die Feierlichkeiten zur 800-jährigen Stadtrechtsbestätigung und zu 600 Jahren Universität angehen, die Rostock in den Jahren 2018 und 2019 einmal mehr national wie international in den Fokus rücken werden. Hier können und müssen wir die Weichen für die Zukunft stellen, um nachhaltige Effekte für die wirtschaftliche, wissenschaftliche, aber auch die touristische Entwicklung unserer Hanse- und Universitätsstadt zu sichern.

Mit den zahlreichen Veranstaltungen und Highlights im Jubiläumsjahr wird sich Rostock mit Warnemünde insbesondere im touristischen Bereich als herzliche und weltoffene Gastgeberin weiter profilieren. Ich rufe jeden Einzelnen auf, die hanseatische Gastlichkeit zu leben. Denn Gelegenheiten gibt es viele: Allen voran zum 38. Internationalen Hansetag, der in weiser Voraussicht auf das Jubiläum bereits 1996 besiegelt wurde, zur Premiere des ROSTOCK CRUISE FESTIVAL im September, zum Mecklenburg-Vorpommern-Tag, zu den maritimen Großveranstaltungen Warnemünder Woche und Hanse Sail ebenso wie bei nationalen und internationalen Tagungen und Kongressen.

Ich danke allen Akteuren, die mit viel Engagement zur touristischen Entwicklung von Rostock mit Warnemünde beigetragen haben, und möchte diejenigen ermutigen, sich unserem touristischen Netzwerk anzuschließen, die bislang noch zögern. Mit gemeinsamer Anstrengung können wir das hohe Niveau im Tourismus halten, weiter ausbauen und Rostock & Warnemünde somit noch stärker als ganzjährig attraktive Urlaubsdestination positionieren.

Mit freundlichen Grüßen

Roland Methling

Oberbürgermeister Hanse- und Universitätsstadt Rostock

2017

STRATEGIEN UND CHANCEN FÜHREN ZUM LANGFRISTIGEN ERFOLG

Geschäftsführer
Rostock Marketing

Liebe Partner und Geschäftsfreunde,

Rostock belegt hinter Frankfurt/Main und München Rang 3 im Bereich der Gästeübernachtungen. Die Ergebnisse des Städterankings der IW.consult haben uns mit Stolz erfüllt und auch der erneute Anstieg der Übernachtungen um 1,5 % auf rund 1,99 Millionen unterstreichen einmal mehr die positive touristische Entwicklung der vergangenen Jahre. Dieser Erfolg ist Ansporn und Verantwortung zugleich. Um den Erwartungen unserer Urlauber und Gäste auch künftig entsprechen zu können, muss die Branche die Zusammenarbeit weiter intensivieren, Themen wie Qualität noch stärker in den Fokus rücken und den Ausbau der touristischen Infrastruktur vorantreiben. Aber auch die Erschließung der touristischen Zukunftsfelder wie dem Tagungs- und Kongresstourismus und dem Gesundheitstourismus sowie die Förderung der Barrierefreiheit sind von besonderer Bedeutung. Auf der Internationalen Tourismusbörse in Berlin lag in 2018 die gesamte Aufmerksamkeit der nationalen wie internationalen Tourismusbranche auf Mecklenburg-Vorpommern, das in diesem Jahr als Partnerland aufgetreten ist. Rostock & Warnemünde hat sich dieses besondere Interesse zu Eigen gemacht, um innerhalb der Branche, bei der Presse und bei den Gästen erfolgreich für das Doppeljubiläum zu werben. Mecklenburg-Vorpommern wird auch in den kommenden zwei Jahren im Rampenlicht der nationalen wie internationalen Tourismusbühne stehen. So findet der Deutsche Tourismustag 2019 in Rostock statt und für 2020 ist die Bewerbung für die Austragung des Germany Travel Mart in MV geplant. Lassen Sie uns gemeinsam diese prädestinierten Chancen dazu nutzen, um das Image und die Marke „Rostock & Warnemünde“ sowohl bei den Branchenvertretern als auch bei den Gästen weiter positiv zu prägen und somit ein nachhaltiges und qualitatives Wachstum zu sichern.

Seit vielen Jahren werden wir nun auf unserem Weg begleitet und ich hoffe, dass wir die Unterstützung auch in den kommenden Jahren erfahren. Mein ausdrücklicher Dank gilt daher den Gesellschaftern, dem Aufsichtsrat, dem Fachbeirat und insbesondere den Partnern von Rostock Marketing, die alle Teil der positiven Entwicklung sind und wesentlich dazu beitragen, dass wir „Im Tourismus zusammen wachsen“.

Mit freundlichen Grüßen

Matthias Fromm

Geschäftsführer Rostock Marketing

2017

TOURISMUSINTENSITÄT AUF HOHEM NIVEAU

Tourismus ist Wirtschaftsmotor für Rostock & Warnemünde

Die Partner IW Consult, Wirtschaftswoche und Immobilien Scout24 untersuchen regelmäßig die sozio-ökonomischen Strukturen und Entwicklungen der 70 deutschen Großstädte anhand von Wirtschaft, Lebensqualität, Arbeits- und Immobilienmarkt mit Hilfe verschiedener Indizes. Die Resultate sind das Niveauranking, das den Status Quo einer Stadt abbildet sowie das Dynamikranking, das deren Entwicklung zeigt. Ein untersuchter Indikator ist „Gästeübernachtungen pro Einwohner". Im Niveauranking liegt Rostock in den Jahren 2013 bis 2016 konstant auf dem dritten Rang. 2016 hinter Frankfurt/Main und München. Umso bemerkenswerter ist die Entwicklung der Gästeübernachtungen pro Einwohner. Rostock konnte sich im Dynamikranking innerhalb der letzten Jahre trotz des sehr hohen Ausgangsniveaus von Rang 37 in 2013 nun den zweiten Rang in 2016 (hinter Frankfurt/Main) sichern. Diese Dynamik unterstreicht das Potential und die Bedeutung des Tourismus für Rostock & Warnemünde und spiegelt sich ebenso in der für den Tourismus wichtigen Kennzahl „Tourismusintensität" (Übernachtungen/Einwohner = Tourismusintensität) wider. Mittels dieser lässt sich ableiten, welche Rolle der Tourismus als Wirtschaftsfaktor für eine Stadt spielt.

Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft Köln Consult GmbH

Anke Knitter
Vorsitzende des Ausschusses für Wirtschaft und Tourismus der Hanse- und Universitätsstadt Rostock, stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende Rostock Marketing

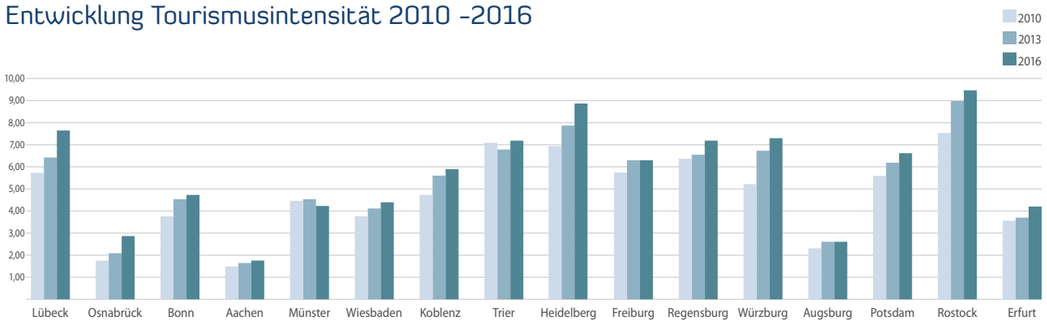
„Beim Blick auf das Städteranking wird deutlich, dass Rostock & Warnemünde sich selbstbewusst dem Wettbewerb mit anderen Städten in Deutschland stellen kann. Die positiven Ergebnisse der Neuausrichtung des touristischen Marketings kommen Jahr für Jahr mehr zum Tragen. Rostock Marketing setzt dabei nicht auf den kurzfristigen Erfolg, sondern die ganzheitliche und qualitative Entwicklung als beliebte Ganzjahresdestination. Damit wird der wirtschaftliche Erfolg und die daraus resultierende Wertschöpfung für unsere Destination langfristig gesichert."

Rostock führt bei Tourismusintensität und Gästeübernachtungen

Im Vergleich mit den 16 Städten der Werbegemeinschaft „Historic Highlights of Germany" wird die positive Entwicklung und Bedeutung des Tourismus in der Hanse- und Universitätsstadt einmal mehr deutlich. Rostock führt in 2016 bei der Tourismusintensität mit 9,48 vor Heidelberg (8,84) und Lübeck (7,63). Ebenso an der Spitze ist Rostock bei den Gästeübernachtungen im Jahr 2016 mit 1.966.750 Übernachtungen vor Lübeck (1.653.105) und Bonn (1.539.367). Die herausragenden Ergebnisse unterstreichen die Bedeutung des Tourismus für Rostock & Warnemünde als wichtigen Wirtschaftsfaktor.

Quelle: Statistisches Bundesamt

Entwicklung Tourismusintensität 2010 -2016



Quelle: Statistisches Bundesamt | Statistik: Rostock Marketing

2017

ERFOLGSMODELL IM TOURISMUSMARKETING

Netzwerk von Rostock Marketing seit Gründung verdoppelt

Ziele der Gesellschaft:

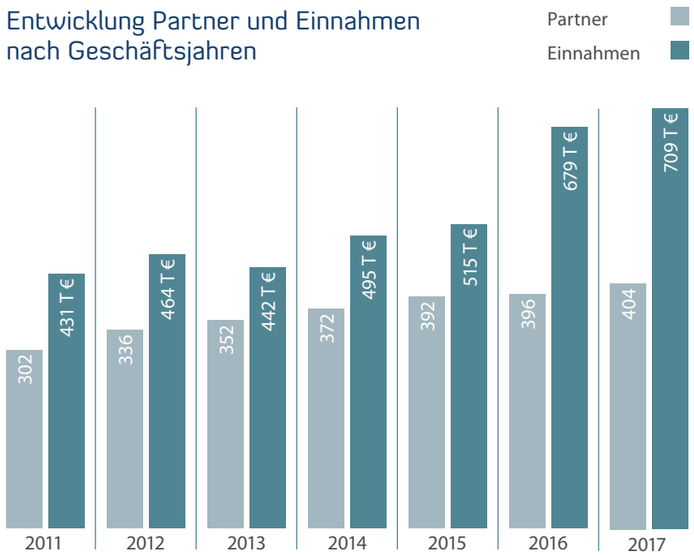
- Etablierung von Rostock & Warnemünde als beliebte Ganzjahresdestination
- Profilierung der Hanse- und Universitätsstadt Rostock als Tagungs- und Kongressstandort
- Schaffung und Förderung touristischer Angebote im Segment „Barrierefreier Tourismus“
- Positionierung von Rostock & Warnemünde als attraktive Gesundheitsdestination
- Etablierung von Rostock & Warnemünde als QualitätsStadt
- Erschließung von finanziellen Mitteln für das Tourismusmarketing mit zweckbestimmtem Einsatz
- konstanter Impulsgeber für die Tourismuswirtschaft

Eckdaten der Gesellschaft:

- Gründung: 01.06.2010
- 100%ige Tochter der Rostocker Versorgungs- und Verkehrs-Holding GmbH
- Vorsitzender des Aufsichtsrates: Oliver Brünnich
- Geschäftsführer: Matthias Fromm
- Netzwerk: 404 Partner

Seit der Gründung von Rostock Marketing in 2010 hat sich die Zahl der Partner mehr als verdoppelt. Waren es anfangs knapp 200 Partner, haben sich bis 2017 bereits rund 400 Partner dem touristischen Netzwerk angeschlossen. Rostock Marketing hat sich somit erfolgreich als zentraler Ansprechpartner und Motor für ein starkes touristisches Netzwerk in der Hanse- und Universitätsstadt etabliert. Neue Mitglieder wie das Grand Hotel Heiligendamm, Hotel Am Leuchtturm, blue doors hostel, Ostseesparkasse Rostock oder Marlower Brauerei bereichern die Angebotsvielfalt und sichern gleichzeitig die Finanzierungsbasis der Gesellschaft. Über sieben Jahre erfolgreiche Geschäftstätigkeit bestätigen: das gemeinschaftliche Finanzierungsmodell der freiwilligen Marketingumlage ist innovativ, beispielgebend, eine echte Alternative zu Pflichtabgaben und ermöglicht ein erfolgreiches, modernes und qualitativ hochwertiges Tourismusmarketing. Die Marketingumlage sowie alle weiteren generierten Einnahmen fließen in vollem Umfang in das touristische Marketing für Rostock & Warnemünde.

Entwicklung Partner und Einnahmen nach Geschäftsjahren



Oliver Brünnich
Aufsichtsratsvorsitzender Rostock Marketing,
Geschäftsführer Rostocker Versorgungs- und Verkehrs-Holding GmbH

„Im Konzernverbund der Rostocker Versorgungs- und Verkehrs-Holding GmbH erfüllt Rostock Marketing alle Aufgaben, die das Ziel unterstützen, die Zusammenarbeit in der für die Hanse- und Universitätsstadt Rostock wichtigen Tourismusbranche zu stärken. Als zentraler Ansprechpartner stärkt Rostock Marketing das touristische Netzwerk innerhalb Rostocks und entfaltet somit ein wirkungsvolles und zielorientiertes Destinationsmarketing. Hervorzuheben ist zum Beispiel die Gründung des Rostock Convention Bureau oder die Positionierung als Thalasso-Seebad. Ich danke allen Akteuren für ihre Unterstützung, denn nur durch gemeinsame Anstrengung kann Rostock & Warnemünde mit der dynamischen Entwicklung im Tourismus Schritt halten und wettbewerbsfähig bleiben.“

2017

SCHLAGKRÄFTIGES DESTINATIONSMARKETING

Unsere Vision: Rostock & Warnemünde wird beliebte Ganzjahresdestination

Die Tourismuskonzeption 2022 für die Hansestadt Rostock mit dem Seebad Warnemünde ist die strategische Grundlage für die Ausrichtung des touristischen Marketings. Aus der SWOT-Analyse leiten sich Handlungsfelder und Themenschwerpunkte ab. Entscheidende Schwerpunkte sind zum Beispiel die Professionalisierung des MICE-Marketings, der Aufbau des Gesundheitstourismus, die Stärkung des maritimen Tourismus sowie des Städte- und Kulturtourismus und die Entwicklung der Themenwelt Erlebnis StadtNatur. Zur Erreichung der Ziele wurden konkrete Maßnahmen festgeschrieben, die mittels eines gezielten Einsatzes verschiedener Marketinginstrumente wie Printpublikationen, digitale Medien, Messen, Veranstaltungen, Kooperationen und Netzwerkaktivitäten umgesetzt werden.

Um eine größere Reichweite zur Erschließung wichtiger Quellmärkte und Zielgruppen zu generieren, bedient sich Rostock Marketing der Zusammenarbeit in thematischen, regionalen und überregionalen Werbegemeinschaften. Die Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde ist dabei der stärkste Kooperationspartner. Durch die Nutzung gemeinsamer Ressourcen werden eine große Aufmerksamkeit und eine einheitliche Darstellung der Destination erzeugt. Ebenso sind weitere Kooperationen wie zum Beispiel mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern, der Deutschen Zentrale für Tourismus, dem Deutschen Tourismusverband und der Werbegemeinschaft „Historic Highlights of Germany“ zur Steigerung der nationalen und internationalen Bekanntheit der Destination von großer Bedeutung.

Rostock Convention
Rostock Tourismus **Maritimer Tourismus**
Aktivurlaub Gesundheitstourismus
Städte- und Kulturtourismus Familienurlaub
QualitätsStadt Umwelt- und Küstenschutz
Auslandsmarketing

2017

TAGUNGEN & KONGRESSE

Rostock & Warnemünde schärft Profil als Tagungs- und Kongressstandort

2 Jahre Rostock Convention Bureau

Seit nunmehr zwei Jahren bündelt das Rostock Convention Bureau als zentraler Ansprechpartner erfolgreich die Angebotsvielfalt der lokalen Partner im MICE-Segment und vermarktet diese aktiv im nationalen und internationalen Tagungs- und Kongressmarkt. Die Schwerpunkte der intensiven Marketing- und Vertriebsaktivitäten lagen 2017 insbesondere in der Akquise von MICE-Kunden, der Beteiligung an branchenrelevanten Netzwerkveranstaltungen und Messen, dem Aufbau des lokalen Branchennetzwerkes und in dem Kontakt zu regionalen wie nationalen Schlüsselpartnern.
Zur Etablierung des Convention Bureau gewährt die Hanse- und Universitätsstadt Rostock eine Anschubfinanzierung in Höhe von insgesamt 300.000 € von 2016 bis Ende 2018. Im zweiten Jahr der Geschäftstätigkeit betrug die Zuwendung 100.000 €.

Marketing- und Vertriebsaktivitäten 2017

- ✓ Akquise potentieller Neukunden in den definierten Zielmärkten und Branchen
- ✓ Durchführung von branchenrelevanten Netzwerkveranstaltungen und Messen in den definierten Zielmärkten → vollständige Refinanzierung aller Veranstaltungen
- ✓ Durchführung von Site Inspections
- ✓ Akquise regionaler Partner
- ✓ Netzwerkaufbau und Teilnahme an lokalen Branchenveranstaltungen
- ✓ Publikation zielgruppenrelevanter Anzeigen und Advertorials
- ✓ Erstellung Landing Page zur Kontingentverwaltung Deutsch/Englisch
- ✓ Veröffentlichung Tagungsbroschüre in Deutsch/Englisch

Claus Ruhe Madsen
Präsident Industrie- und Handelskammer zu Rostock

„Die Gründung des Rostock Convention Bureau ist ein bedeutender Meilenstein, um künftig das Potenzial für Rostock & Warnemünde im hart umkämpften Tagungs- und Kongressmarkt zu heben. Die Industrie- und Handelskammer unterstützt daher die Arbeit, da sowohl die regionale Tourismuswirtschaft als auch angrenzende Dienstleistungen von der professionellen und zielgerichteten Vermarktung als Standort für Tagungen profitieren. Konferenzen bringen in unsere Stadt auch Menschen, die unsere Region zum ersten Mal besichtigen und dann im besten Fall auch jenseits von Konferenzen immer wiederkommen.“

2017

QUALIFIZIERTE KUNDEN-ANSPRACHE IN ZIELMÄRKTEN

ITB Berlin 2017
- 08. - 10.03.2017
- 110.000 Fachbesucher
- 14 qualifizierte Kundentermine
- Teilnahme an ITB MICE Days und Workshops

Destination Roadshow Köln 2017
- 29.03.2017
- 250 Fachbesucher
- 22 qualifizierte Kundentermine
- gemeinsame Präsentation mit AIDA Cruises, VIP Hanse Touring und der Rostocker Messe- und Stadthallengesellschaft

Sales Week Hamburg 2017
- 06. - 07.04.2017
- 9 qualifizierte Kundentermine
- gemeinsame Präsentation mit AIDA Cruises vor potentiellen Tagungs- und Kongressplanern

Destination Roadshow Berlin 2017
- 03.05.2017
- 300 Fachbesucher
- 19 qualifizierte Kundentermine
- gemeinsame Präsentation mit AIDA Cruises und der Rostocker Messe- und Stadthallengesellschaft

IMEX Frankfurt/Main 2017
- 16. - 18.05.2017
- über 9.000 Fachbesucher
- 23 qualifizierte Kundentermine
- gemeinsame Präsentation mit Rostock Airport unter dem Dach des German Convention Bureau

Info Tag Verband & Tagung Berlin
- 28.06.2017
- 300 Fachbesucher
- Generierung von 16 qualifizierten Kontakten
- gemeinsame Präsentation mit AIDA Cruises, VIP Hanse Touring, Hotel NEPTUN, TRIHOTEL und Rostock Fisch

25. Landespresseball Mecklenburg-Vorpommern Rostock
- 04.11.2017
- rund 1.000 Gäste aus Medien, Politik und Wirtschaft
- gemeinsame Präsentation mit Grand Hotel Heiligendamm, Theater des Friedens und Lupcom Media GmbH

STARKE PRÄSENZ IN FACHPUBLIKATIONEN

Universitätsmagazin "Traditio et Innovatio"
- Februar 2017
- Auflage: 3.500
- 1/1 Anzeige auf der U4

IHK „WIR" Magazin
- Mai 2017 und Dezember 2017
- Auflage: 33.000
- redaktionelle Beiträge

MERIAN Rostock
- Deutsch: Juli 2017, Englisch: Dezember 2017
- Erstauflage 80.000
- 1/1 Anzeige

Unternehmerverband Rostock-Mittleres Mecklenburg e.V.
- August/ September 2017
- redaktioneller Beitrag im Newsletter

Wirtschaftsstandort Mecklenburg-Vorpommern
- November 2017
- Auflage: 5.000
- 2/1 Seiten redaktioneller Beitrag

STÄRKUNG DER TAGUNGSREGION MECKLENBURG-VORPOMMERN

Um die Region Mecklenburg-Vorpommern stärker im nationalen und internationalen Tagungs- und Kongressmarkt zu positionieren, wurde mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern eine Kooperation geschlossen. Unter Fortführung der bestehenden Marke MeetMV wird das Wirkungsfeld des Convention Bureau auf das landesweite Netzwerk des Tourismusverbandes ausgeweitet und eine Vertriebsstruktur für die Tagungsregion MV unter dem Dach von Rostock Marketing aufgebaut. Das Convention Bureau bündelt dabei die vielfältigen Tagungs- und Veranstaltungsangebote der Region und präsentiert diese gegenüber interessierten Veranstaltungsplanern auf Unternehmens- und Agenturseite. Damit rückt das gesamte Bundesland als attraktive Tagungsregion in den Fokus von Veranstaltungsplanern und –einkäufern. Gleichzeitig stärkt das Rostock Convention Bureau damit auch überregional seine Rolle als zentraler Ansprechpartner im MICE-Segment und schafft zudem Mehrwerte für seine Kunden. Die Leistungen des Rostock Convention Bureau auf Landesebene werden durch neu entwickelte Beteiligungsmodelle, die auf der freiwilligen Marketingumlage basieren, durch die MeetMV-Partner finanziert. Im Rahmen einer Informationsveranstaltung am 21. November 2017 wurde den ehemaligen Partnern der Initiative MeetMV das neue Angebot sowie das Konzept inklusive der Beteiligungsmodelle präsentiert und im Anschluss an 430 touristische Leistungsträger im Land versendet. Weitere Schritte zur Stärkung der Außenwahrnehmung der Marke MeetMV waren zum Beispiel der Ausbau der Website www.rostock-convention.de.

Bernd Fischer
Geschäftsführer Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.

„Als Landesverband haben wir mit der Kooperation die Chance ergriffen, die etablierte Marke ´MeetMV´ fortzuführen und die zielgerichtete und neutrale Vermarktung des gesamten Bundeslandes in die professionellen Hände des Rostock Convention Bureau gegeben. Somit profitiert künftig ganz Mecklenburg-Vorpommern von den Leistungen des Convention Bureau und wird stärker als Tagungs- und Kongressregion bei den wichtigen Entscheidern wahrgenommen."

POSITIVE BILANZ NACH ZWEI-JÄHRIGER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

Nach zweijähriger Geschäftstätigkeit zieht das Rostock Convention Bureau eine positive Bilanz. In 2017 hat das Convention Bureau ein definitives Buchungsvolumen von 1.000 Übernachtungen und rund 100.000 € Umsatzvolumen vermittelt. Darüber hinaus wurden 60 qualifizierte Veranstaltungsanfragen von Neukunden generiert, wovon 90% in der Hanse- und Universitätsstadt realisiert werden. Insgesamt wurde ein Anfragevolumen von rund 800.000 € für den Zeitraum von 2017 bis 2022 bedient. Rund 70% aller Anfragen kamen von Deutschen Verbänden. Die restlichen 30% waren Anfragen von regionalen Institutionen, vorwiegend aus dem Segment Bildung und Wissenschaft.

Zudem konnte in Zusammenarbeit mit der Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde und dem Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern der erfolgreiche INTERSPORT-Event „FitGesund“ in 2017 fortgesetzt werden. Rund 200 Teilnehmer haben vom 17. bis 22. September 2017 in der Yachthafenresidenz Hohe Düne das attraktive Sportprogramm genutzt und neueste Sportartikel erprobt. Die Ausrichtung der Konferenz für Langfahrtsegler „Yacht Bluewater“ konnte ebenfalls zum zweiten Mal vom 9. bis 11. Juni 2017 in die Yachthafenresidenz Hohe Düne geholt werden.

Daniel Bojahr
General Manager Radisson Blu Hotel, Rostock

„Das Rostock Convention Bureau bündelt die Vielfalt der Tagungslandschaft und präsentiert die Destination und ihre Leistungsträger bei den Veranstaltungsplanern und –einkäufern. Die ganzheitliche und objektive Vermarktung von Rostock & Warnemünde als attraktive Tagungsdestination gibt uns Vertrauen und Sicherheit, die sehr gute Zusammenarbeit mit dem Convention Bureau fortzuführen. Wir spüren in unserem Haus bereits nach kurzer Zeit die positiven Effekte der Arbeit und rechnen langfristig mit zunehmendem Tagungsgeschäft.“

RUNDUM-SERVICE AUS EINER HAND

Leistungen für Partner

Die Partner von Rostock Marketing können über das Rostock Convention Bureau ihre Leistungen im MICE-Segment zielgerichtet den Veranstaltungsplanern und –einkäufern präsentieren. Mit dem zusätzlichen Vertriebskanal wird die Reichweite und Bekanntheit der Partner als qualifizierter Dienstleister im Tagungs- und Kongressbereich erhöht und gleichzeitig das Potential für zusätzlichen Umsatz gesteigert.

- ✓ **Professionelle Vermarktung** der Hanse- und Universitätsstadt Rostock als Tagungs- und Kongressstandort
- ✓ **Zielkundenakquise** in den definierten Zielmärkten und Zielbranchen in Form von Kundenterminen und Telemarketing
- ✓ Vermarktung der Partnerangebote und **Verkaufsförderung** im Tagungs- und Kongressbereich im Rahmen der Marketing- und Vertriebsaktivitäten
- ✓ **Beteiligung an Messen**, Sales Weeks, Destination Roadshows, Educational Trips, Branchenveranstaltungen u.v.m. im Segment MICE
- ✓ Einladung zu **Netzwerkveranstaltungen** und Zugang zu einem starken Branchennetzwerk
- ✓ Schaffung von **Buchungsanreizen** in Zusammenarbeit mit den Partnern
- ✓ ganzjährige **Präsenz im Location Finder** auf www.rostock-convention.de, dem MICE Portal der Hanse- und Universitätsstadt Rostock

Service für Veranstaltungsplaner

Als zentraler Ansprechpartner für Veranstaltungsplaner und -einkäufer bündelt das Rostock Convention Bureau die Angebotsvielfalt der regionalen Partner im MICE-Segment und vermarktet diese aktiv im nationalen und internationalen Tagungs- und Kongressmarkt. Damit entspricht das Serviceangebot des Rostock Convention Bureau der Erwartungshaltung der Branche und kann unterschiedlichste Dienstleister wie Locationanbieter, Hotels, Caterer und Agenturen individuell und flexibel aus einer Hand anbieten.

- ✓ **Beratung:** Unterstützung bei der Planung von Business-Veranstaltungen
- ✓ **Hotelkontingent:** Verhandlung der Kontingente im gewünschten Preis-Leistungs-Spektrum
- ✓ **Landing Page:** Erstellung einer webbasierten Übersicht der Hotelkontingente
- ✓ **Location-Suche:** Suche nach passenden Tagungs- und Veranstaltungsräumlichkeiten gemäß Anforderungsprofil
- ✓ **Incentives:** Unterstützung bei der Planung von Rahmenprogrammen
- ✓ **Site Inspections:** Planung und Organisation gemeinsamer Standortbesichtigungen
- ✓ **Kongressbegleitende Dienstleistungen:** Unterstützung bei der Suche nach passenden Service-Dienstleistern
- ✓ **Netzwerk:** Kontaktvermittlung zu relevanten Leistungsträgern der Destination
- ✓ **Vermittlung von Grußworten:** Organisation von Empfänge und Grußworte durch offizielle Vertreter der Hanse- und Universitätsstadt Rostock und Mecklenburg-Vorpommern
- ✓ **Informationsmaterial:** Bereitstellung von Broschüren, Werbefilmen, druckfähigen Bildern und Stadtplänen
- ✓ **DB Veranstaltungsticket:** An- und Abreise zu vergünstigten Preisen
- ✓ **Welcome! Ticket:** Vergünstigungen im öffentlichen Nahverkehr Rostocks ab zweitägigen Kongressen

Handlungsfeld 1 – Themenschwerpunkte – Maßnahme 2 – MICE-Marketing und –Vertrieb neu gewichten und professionalisieren
Handlungsfeld 6 – Organisation und Finanzierung – Maßnahme 21 – Strukturen und Aufgaben weiterentwickeln – Maßnahme 22 – Finanzierung sichern und Transparenz erhöhen

2017

IMAGEBILDUNG DURCH ZIELGERICHTETES MARKETING

Rostock & Warnemünde – facettenreiche Urlaubsdestination

Auflage: 65.000
Umfang: 82 Seiten
Sprachen: Deutsch/Englisch

Inhalt:
- Special zum Doppeljubiläum 2018/2019 und Chronik
- Imageseiten und Urlaubstipps zu den verschiedenen Urlaubsthemen
- Gastgeberverzeichnis
- Qualitätsbetriebe in Rostock & Warnemünde
- Veranstaltungshighlights
- Stadtpläne
- Service, allgemeine Informationen
- Barrierefreiheit
- Vermittlungs- und Geschäftsbedingungen

Zielgruppen:
- potentielle Gäste aus dem In- und Ausland

Distribution:
- Messen und Veranstaltungen
- Tourist-Informationen
- Onlineversion auf rostock.de mit Buchungsfunktion und auf rostock-marketing.de
- Versand auf Anfrage

Mein Urlaub Rostock & Warnemünde 2018

Das wichtigste touristische Printmedium „Mein Urlaub“ wurde für die Ausgabe 2018 mit einem Special zum Doppeljubiläum 2018/2019 sowie einigen Neuerungen erstellt. Ziel dieser ist es, mit der neu konzipierten, emotionalen, direkten Ansprache die Urlaubsgäste für Rostock & Warnemünde zu begeistern. Zu jedem Themenbereich schlägt ihnen „Mein Urlaub Rostock & Warnemünde 2018“ passende Urlaubstipps für eine abwechslungsreiche Freizeitgestaltung vor. Das anschließende Gastgeberverzeichnis und die Jahreshighlights inklusive der Events zum 800. Stadtgeburtstag runden dieses Hauptinformationsmedium für Urlaubsgäste ab.

2017

MERIAN ROSTOCK

Merian: Erste Rostock-Edition erschienen

Das Magazin MERIAN gehört zu den bedeutendsten nationalen Reisepublikationen und erscheint seit 1948 monatlich mit jeweils einer Schwerpunktdestination. Im Juli 2017 erschien erstmalig eine Rostock-Ausgabe des MERIAN. Mit dieser Ausgabe profitiert Rostock von der nationalen wie internationalen Medienpräsenz dieser Premiummarke. In Verantwortung des Projektbüros HRO 800 erfolgte in Zusammenarbeit mit der Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde eine inhaltliche Mitwirkung bei der Herausgabe. Die Rostock-Edition transportiert redaktionell die wichtigsten touristischen Kernthemen wie Städte- und Kultururlaub, MICE, Maritimer Tourismus und die Rostocker Heide. Insgesamt 80.000 Exemplare sind deutschlandweit im Handel, pro Ausgabe werden bis zu 770.000 Leser erreicht. Die englische Ausgabe des MERIAN ist im Dezember 2017 in einer Auflage von 20.000 Stück erschienen.

Auflage: 80.000 Deutsch
20.000 Englisch
Umfang: 138 Seiten

Inhalt:
- Reportagen zu verschiedenen Themen wie Urlaub, Wirtschaft, Wissenschaft, Stadtgeschehen
- Interviews mit Joachim Gauck und Marteria
- MERIAN Kompass mit Tipps und Adressen

Zielgruppen:
- potentielle Leser und Gäste aus dem In- und Ausland

Distribution:
- im gut sortierten Buch- und Zeitschriftenhandel
- Onlinevertrieb z.B. über Amazon
- Abonnementkunden von MERIAN
- Tourist-Informationen

MIT GEZIELTEM ONLINE-MARKETING NEUE GÄSTE GEWINNEN

Bedeutendstes Eingangsportal für Urlauber

Die Website www.rostock.de - das bedeutendste touristische Eingangsportal - wird in Verantwortung der Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde kontinuierlich weiterentwickelt. So wurde das Stadtportal 2017 bei 3,7 Mio. Seitenaufrufen von 977.000 Nutzer besucht und verzeichnete damit ein Wachstum von 10%. Der Anteil der mobilen Nutzer wuchs mit 30% besonders stark: 57% aller Besucher informierten sich mobil über Smartphones und Tablets auf der Website, nur 44% nutzten dazu einen PC. Der verstärkte Einsatz von mobilfähigen Modulen auf der Website und die Anpassung von Inhalten für die Darstellung und Interaktion auf mobilen Endgeräten trugen diesem Trend Rechnung. Die englischsprachige Website erzielte mit 33.000 Nutzern ein Plus von 81% im Vergleich zu 2016, dem Jahr ihrer Veröffentlichung.

Neben der fortlaufenden Aktualisierung der Informationen auf www.rostock.de wurden ausgesuchte Veranstaltungen und Aktionen in Rostock & Warnemünde digital begleitet. Weitere Projekte waren zum Beispiel der Relaunch eines optimierten Veranstaltungskalenders, eine neue Themenseite für Stadtpläne in traditioneller wie digitaler und interaktiver Form, die verbesserte Darstellung der Leistungen der Tourist-Information und die Überarbeitung der Angebote und Akteure im Gesundheitstourismus. Zur Stärkung der Nebensaison informierten Kampagnen auf Facebook und bei Google AdWords potentielle Urlauber über die Angebote der Leistungsträger. www.rostock.de ist ein Gemeinschaftsprojekt der Stadt und seiner Unternehmen in der Verantwortung der Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde.

Vertriebsstarke Buchungstechnologien

Die Einbindung der Buchungsmaschinen FLEXXbooker für Hotels und HRS DS Booking Solution für Ferienwohnungen und Pensionen unterstreicht die Bedeutung von www.rostock.de. Neben diesem Premiumkanal verfügt Rostock Marketing im Bereich der Vermittlung von Ferienunterkünften und Pensionen über ein breites Vertriebsnetz mit mehr als 20 Urlaubsportalen, über die die Ferienunterkünfte überregional vermittelt werden. Im 3. Quartal wurde das Vertriebsnetzwerk um den deutschlandweiten Marktführer Booking.com erweitert. Vom 1. Januar bis 31. Dezember 2017 wurden insgesamt 2.473 Online-Buchungen mit einem Umsatz von rund 871.000 € vermittelt. Um eine Buchbarkeit der Destination auf allen Vertriebskanälen zu gewährleisten, ist es umso wichtiger, dass Hotellerie und Ferienunterkünfte aus Rostock und Warnemünde ausreichend Zimmerkontingente zu marktgerechten Preisen zur Verfügung stellen.

VERSTÄRKUNG DER PRÄSENZ IN DEN SOZIALEN MEDIEN

Neue Strategie für Social Media

Ein wichtiger Schwerpunkt im Onlinebereich war die weitere Professionalisierung in den sozialen Medien. Im Mai 2017 wurde dazu in einem Workshop ein modernes Konzept ausgearbeitet mit dem Ziel, die Online-Sichtbarkeit von Rostock & Warnemünde auszubauen, die Destination als Marke in den sozialen Medien zu etablieren sowie auf digitalem Wege neue Gäste anzusprechen. Durch die neue Strategie, den gezielten Einsatz von bezahlten Anzeigen und die verstärkte Einbeziehung von Partnern konnte die durchschnittliche monatliche Reichweite auf Facebook von 66.000 Personen im 1. Halbjahr auf 194.000 Personen im 2. Halbjahr fast verdreifacht werden. Insgesamt erzielte die Facebookseite „Rostock & Warnemünde Erleben“ in 2017 eine Reichweite von 1,6 Mio. Menschen und gewann 4.500 neue Fans.

Offizieller Facebook-Account: Rostock & Warnemünde erleben

Social-Media-Tags für die Markenbildung

#WasserWeiteWarnemünde
#HOCHfahrenundRUNTERkommen
#STADTleben #STRANDfühlen
#ROSTOCKanderOSTSEE
#HANSEstadtROSTOCK
#allesROSTOCK #allesGUT
#365TageFERIEN
#mehrTagmehrUrlaub

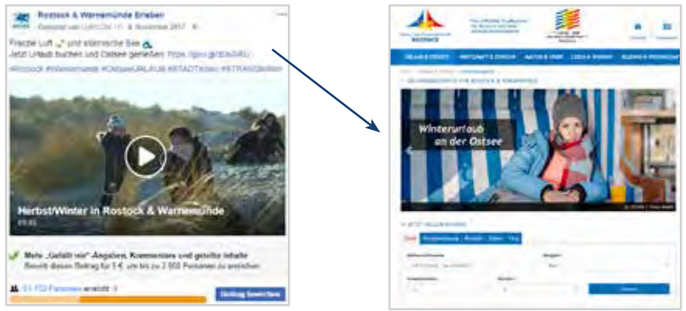
Reichweite auf Facebook 2017

"Gefällt mir"-Angaben

14.395
Stand Mai 2018

Beispiele Buchungskampagnen

Nebensaison



Zeit zu zweit

WICHTIGE QUELLMÄRKTE IM PERSÖNLICHEN KONTAKT EROBERN

CMT Stuttgart 2017 Caravan-Motor-Touristik

- 14. - 22.01.2017
- 235.000 Besucher
- 2.052 Aussteller aus 93 Ländern
- Präsentation unter dem Dach des Tourismusverbandes MV

f.re.e München 2017 Freizeit . Reisen . Erholung

- 22. - 26.02.2017
- 122.000 Besucher
- 1.200 Austeller aus 60 Ländern
- gemeinsame Präsentation mit Rostock Airport unter dem Dach des Tourismusverbandes MV

51. ITB Berlin 2017 Internationale Tourismusbörse Berlin

- 08. - 12.03.2017
- 60.000 Privatbesucher
- 109.000 Fachbesucher
- rund 10.000 Aussteller aus 184 Ländern
- gemeinsame Präsentation mit Zoo Rostock, Rostock Airport und Ostsee-Zeitung unter dem Dach des Tourismusverbandes MV

Mit der Präsentation der Destination auf bedeutenden Tourismusmessen und Aktionstagen mit hohem Besucheraufkommen werden der Bekanntheitsgrad von Rostock & Warnemünde gesteigert, wichtige Quellmärkte erschlossen und Traditionsmärkte gesichert. Außerdem ermöglicht diese Präsentationsform den direkten Kontakt zu Gästen und potentiellen Gästen und ist damit gleichzeitig Seismograph für deren Interessen und Bedürfnisse.

WICHTIGE QUELLMÄRKTE IM PERSÖNLICHEN KONTAKT EROBERN

Interessenschwerpunkte Besucher

B2C

- Suche nach geeigneten Unterkünften inkl. Camping
- Erlebnis- und Ausflugstipps
- maritime Events wie Hanse Sail, Kreuzfahrtanläufe, Warnemünder Woche
- Aktivurlaub
- Doppeljubiläum mit dem 38. Internationalen Hansetag
- RostockCard
- Direktflugverbindungen von/nach Stuttgart und München

B2B

- Rostock Convention Bureau
- Direktflugverbindungen von/ab Rostock-Laage
- Akquise potentieller Partnerschaften und Geschäftskontakten

Besucher nach Zielgruppen

- Aktive Paare
- Familien mit Kindern
- Traditionsverbundene Ältere
- Alleinreisende

41. Brandenburgischer Reisemarkt im Berliner Ostbahnhof

- 01.04.2017
- 18.000 Besucher
- 200 Aussteller
- in Kooperation mit der Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde

828. Hamburger Hafengeburtstag in Hamburg

- 04. - 07.05.2017
- 1.000.000 Besucher
- in Kooperation mit der Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde & Verbund Maritime Feste

Bürgerfest zum Tag der Deutschen Einheit in Mainz

- 01. - 03.10.2017
- 500.000 Besucher
- Präsentation unter dem Dach des Tourismusverbandes MV

Handlungsfeld 4 – Marketing und Vertrieb – Maßnahme 14 - Neue Märkte im In- und Ausland erschließen

ANGEBOTE FÜR GRUPPENTOURISTIKER 2017

Gruppenangebote 2017/2018

Auflage: 1.000
Umfang: 32 Seiten
Sprachen: Deutsch/Englisch

Zielgruppen:
- Reiseveranstalter, Busunternehmen, Gruppen, Vereine und Verbände aus Deutschland und dem Ausland

Inhalt:
- umfassende Informationen für die Planung von Gruppenreisen
- Stadtführungen, Reiseleitungen und thematische Führungen
- Sehenswürdigkeiten, Museen, Kultur, Veranstaltungshöhepunkte, maritime Angebote, Erlebnis- und Ausflugstipps, Restauranttipps
- ausgewählte Angebote

Distribution:
- nationale und internationale Messen, Präsentationen und Veranstaltungen
- Tourist-Informationen
- Online-Version auf www.rostock.de
- Versand auf Anfrage

Das Gruppen- und Busreisegeschäft ist ein wichtiger Markt für die Entwicklung des Tourismus in der Hanse- und Universitätsstadt. Mit der Präsentation auf B2B-Veranstaltungen für Gruppenreiseveranstalter und der Herausgabe eines umfangreichen Verkaufshandbuchs für den Gruppenbereich erhalten Reiseveranstalter, Busunternehmen, Vereine oder Firmen alle wichtigen Informationen für die Planung und Organisation ihrer individuellen Gruppenreise.

FAM-Trip MV 2017

- 31.03 - 01.04.2017
- 20 Partner aus Mecklenburg-Vorpommern
- Hauptpartner: Ozeaneum Stralsund und Weiße Flotte
- einzelne Touren nach Rostock, Rügen und durch die Mecklenburgische Seenplatte
- 80 Teilnehmer aus 51 Reiseunternehmen aus Deutschland, Österreich, Polen und den Niederlanden

Maritimer Tourismus

Aktivurlaub

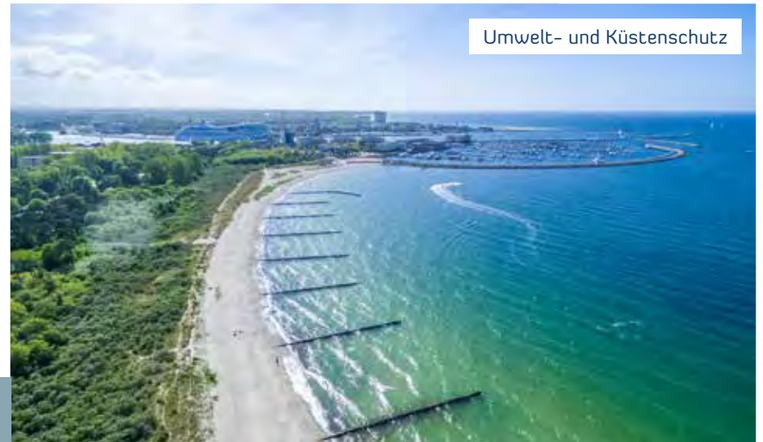
Gesundheitstourismus

Städte- und Kulturtourismus

Familienurlaub

QualitätsStadt Rostock

Barrierefreiheit


Umwelt- und Küstenschutz

Auslandsmarketing

2017

MARITIMER TOURISMUS IST BUCHUNGSGRUND NR. 1

Markenpositionierung als Großstadt am Meer

Reichweite MV-Kampagne 2018 (Auszug)

Urlaubsmagazin 2018
Auflage: 20.000
Vertrieb: Postversand, Messen, Präsentationen

Zeitungsbeilage
Auflage: 400.000
Vertrieb: „Westdeutsche Allgemeine Zeitung“ und „Kölner Stadtanzeiger“/ „Kölnische Rundschau“ (Nordrhein-Westfalen)

Zeitschriftenbeilage
Auflage: 400.000
Vertrieb: „Bild der Frau“ und „Hörzu“ (Nordrhein-Westfalen, Hessen, Saarland, Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg)

Thematische Beilage „Aktiv“ Deutschland
Auflage: 150.000
Vertrieb: „Globetrotter“ (Nordrhein-Westfalen, Hessen, Saarland, Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg, Bayern)
Schweiz
Auflage: 16.000
Vertrieb: Verkehrsclub Schweizer VCS-Magazin

Englischsprachiges Urlaubsmagazin
Auflage: 15.000
Vertrieb: Postversand, Messen, Präsentationen

Online-Reisemagazine
www.holidaycheck.de/away
www.marcopolo.de
www.reisereporter.de

Gesamtreichweite: rund 17 Mio.

„Rostock ist Deutschlands Surfer-Hauptstadt“

Mit der crossmedialen reichweitenstarken MV-Kampagne 2018 wirbt der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern für einen abwechslungsreichen Urlaub zwischen Ostsee und Seenplatte. Rostock Marketing setzte dieses Jahr den Schwerpunkt auf „Aktivurlaub am und im Wasser“ und präsentierte Rostock & Warnemünde gemeinsam mit den Partnern: Hotel NEPTUN, DOCK INN Hostel Warnemünde, Zoo Rostock und Yachthafenresidenz Hohe Düne. Durch den Storytelling-Ansatz mit den Protagonisten von Supremesurf und Charter & Sail werden die maritimen und aktiven Vorzüge der Destination emotional und bildreich transportiert. Damit setzt Rostock & Warnemünde auf die direkte Ansprache der wassersportaffinen Zielgruppe und kann sich zugleich als Aktivreiseziel an der Ostsee präsentieren. Für die diesjährige Kampagne wurde eigens eine Reportage inklusive eines Videos und korrespondierender Bilder produziert. Die Hauptsäulen der Kampagne bestehen wieder aus einem Printmagazin, thematischen Auskopplungen zu den Urlaubsthemen Familie, Städte & Kultur und Aktiv, Online-Reisemagazinen, Videos und Social Media.

Christoph Krause
Geschäftsführer DOCK INN GmbH,
Gewinner Deutscher Tourismuspreis 2017

„Ich freue mich, dass Rostock & Warnemünde sich mit diesem frischen Thema in der MV-Kampagne positioniert hat. Auf sympathische Weise transportiert die Reportage den maritimen, jungen und aktiven Charakter unserer Destination. Genau dieser Lifestyle spricht auch unsere Gäste im DOCK INN an. Aus diesem Grund haben wir uns für den aufmerksamkeitsstarken Auftritt unserer Destination als Partner eingebracht.“

Deutscher Tourismuspreis 2017 1.PREIS

ONLINE-FILMKAMPAGNE FÜR MV

Endlich Ruhe!

Der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern hat in 2017 zur Gesamtvermarktung des Urlaubs- und Filmlandes MV die multimediale, reichweitenstarke erste reine Online-Filmkampagne „Endlich Ruhe!“ aufgelegt. In Verantwortung der Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde wurde eine der insgesamt fünf Episoden in Warnemünde produziert. Die Kombination aus norddeutscher Gastlichkeit und ausdrucksstarken Bildern präsentiert die Destination auf originelle Art und Weise. Auf der ITB 2018 wurde die Webserie mit dem ersten Preis des internationalen Multimedia-Tourismus-Awards „Goldenes Stadttor“ ausgezeichnet.

Ziele für Rostock & Warnemünde

- Steigerung der **Bekanntheit** der Urlaubs- und Filmdestination Rostock & Warnemünde
- **Imageförderung**
- Steigerung der **Sympathie**
- Schaffung von **Buchungsanreizen**
- Verbesserung der **Wettbewerbsposition**
- Erschließung neuer, medienaffiner **Zielgruppen**
- Generierung natürlicher **Reichweite** im siebenstelligen Bereich

Grimme-Preisträgerin Anneke Kim Sarnau

Grimme-Preisträger Hinnerk Schönemann

PRINTPUBLIKATIONEN ZUR KREUZFAHRTSAISON

Kreuzfahrt 2017

Das gebundene Datenheft zur Kreuzfahrtsaison 2017 gibt einen Überblick über alle anlaufenden Kreuzfahrtschiffe und Reedereien. Neben den Abbildungen sind viele Zahlen, Daten und Fakten zu jedem anlegenden Kreuzfahrtschiff enthalten. Ebenso werden der Rostocker Kreuzfahrthafen und die wichtigsten Häfen der Ostsee vorgestellt. Die Broschüre ist ein Sammlerstück für alle Kreuzfahrtbegeisterten.

Auflage: 1.500
Umfang: 74 Seiten
Sprachen: Deutsch

Inhalt:
- Übersicht aller Kreuzfahrtanläufe
- Informationen zu Kreuzfahrtschiffen und Reedereien
- Präsentation des Kreuzfahrthafens Rostock-Warnemünde
- Vorstellung der wichtigsten Kreuzfahrthäfen in der Ostsee

Zielgruppen:
- alle Kreuzfahrtbegeisterten

Distribution:
- Tourist-Informationen
- Pier 7 – Cruise Passenger Information
- Büro Hanse Sail
- Direktversand
- neu ab 2017: im gut sortierten Buchhandel von Rostock

Kreuzfahrtanläufe 2018

Zur Vorbereitung der bevorstehenden Kreuzfahrtsaison 2018 wurden alle erwarteten Kreuzfahrtschiffsanläufe übersichtlich in einem Flyer zusammengestellt. Zusätzlich sind Informationen zu den Reedereien der Schiffe, den An- und Ablegezeiten sowie zu den stattfindenden Port Partys enthalten.

Auflage: 10.000
Umfang: 10 Seiten
Sprachen: Deutsch

Inhalt:
- Übersicht aller Kreuzfahrtanläufe und Port Partys

Zielgruppen:
- alle Kreuzfahrtbegeisterten

Distribution:
- Tourist-Informationen
- Messen
- Onlineversion auf rostock.de
- Versand auf Anfrage

PROFILIERUNG ALS AKTIVREISEZIEL AM MEER

Aktive Zielgruppe mit großem Potential

Beachsoccer-Elite trifft sich in Warnemünde

- 19. bis 20. August 2017 Deutsche Beachsoccer Meisterschaften
- 25. bis 27. August 2017 Euro Beach Soccer League

Mecklenburg Vorpommern MV tut gut.
Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit

EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Fonds für regionale Entwicklung

Bereits zum fünften Mal fanden die Deutschen Beachsoccer Meisterschaften am Ostseestrand von Warnemünde statt. Durch die erfolgreiche Kooperation mit dem DFB hat sich Rostock-Warnemünde national als Top-Standort für diese wachsende Trendsportart fest etabliert.

Mit der gewonnenen Expertise konnte sich Warnemünde in 2017 erstmalig für die Austragung eines internationalen Turniers empfehlen. Somit fand das deutschlandweit erste Qualifikationsturnier der Euro Beach Soccer League im Seebad statt. Die acht Nationalmannschaften von England, Italien, Deutschland, Niederlande, Ukraine, Litauen, Rumänien und Aserbaidschan traten am Warnemünder Strand an, um sich für das anschließende Europafinale im September in Italien zu qualifizieren. Das Interesse der nationalen und internationalen Presse war sehr groß, wodurch Rostock mit seinem Seebad Warnemünde beste Werbung und mediale Wahrnehmung als einzigartiger Sport- und Eventstandort im In- und Ausland erhielt.

Zur Realisierung der Euro Beach Soccer League und damit großartiger sportlicher und touristischer Werbung für ganz Mecklenburg-Vorpommern, wurde die Veranstaltung von der Europäischen Union mit Mitteln aus dem Europäischen Fond für regionale Entwicklung (EFRE) zur Förderung von Werbemaßnahmen für den Tourismus unterstützt.

BEACHSOCCER TURNIERE MIT HOHER MEDIALER RESONANZ

Mediale Reichweite insgesamt: rund 3,56 Mio.

- mehr als 20 akkreditierte internationale Medien
- breites Interesse regionaler/ überregionaler Medien
- weltweite Übertragung der Turniere via Live-Stream
- Liveübertragung der deutschen Partien im Free-TV Sport1
- Liveübertragung über DFB-TV
- Berichterstattung in Fernsehen, Rundfunk, Printmedien
- ca. 8.000 Zuschauer
- zweiwöchige City-Light-Kampagne auf 88 Flächen in Rostock und Warnemünde
- Pressekonferenz am 17.08.2017
- Pressemitteilungen am 17., 25. und 26.08.2017

BEACH SOCCER EURO BEACH SOCCER LEAGUE

BEACHSOCCER

AOK ACTIVE BEACH WARNEMÜNDE 2017

Sport frei – am Warnemünder Sandstrand

→ Juni bis Ende August 2017

Zum sechsten Mal hieß es am Strandaufgang 13 – pritschen, baggern und bewegen. Die Auswahl der Betätigungsmöglichkeiten am AOK ACTIVE BEACH war neben dem immer populärer werdenden Strandfußball breit gefächert. Volleyball, Basketball, Handball und Angebote von Yoga bis Qi Gong boten für jeden Geschmack und jeden Sportsfreund das Passende. Erstmalig begeisterte ein Strandhandball-Camp die Hobbyathleten der beliebten Freiluftsportarena, womit sich Handball in diesem Jahr als ein Schwerpunkt neben dem Strandfußball etablieren konnte. Das Angebot des Warnemünder Sport- und Spielstrandes zum Zuschauen und Mitmachen spiegelt den Trend zur aktiven Erholung im Urlaub wider, der viele Gäste anspricht. Mit dem Engagement des langjährigen Gesundheitspartners AOK Nordost wird die Wahrnehmung Warnemündes als wachsender Aktiv- und Gesundheitsstandort gestärkt.

Veranstaltungshighlights:

- → 13. - 14.05. Saisonauftakt German Beach Soccer League
- → 12.06. - 17.07. montags 18:00 -19:00 Uhr Qi Gong
- → 17.06. E-Jugend Fußballturnier mit 12 Mannschaften
- → 01. - 02.07. MV-Beachsoccer-Tour des Landesfußballverbandes MV
- → 09.07. Rostocker Völkerball-Meisterschaft
- → 16.07. robBENEFIZ der Rostocker Robben
- → 24.07. - 01.09. AOK Robben Camp
- → 26.07. AOK-Familien-Beach-Tag
- → 31.07. - 04.09. montags 18:00-19:00 Uhr Yoga
- → 06. - 10.08. Handball-Camp

Dank an die Partner

Ihr Gesundheitspartner

SPORT BEACH ARENA WARNEMÜNDE 2017

Aktiv mit Meerblick

→ Juni bis Anfang September

In 2017 öffnete die Sport Beach Arena Warnemünde erstmals über einen Zeitraum von drei Monaten. In Regie der Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde fanden von Juni bis Anfang September diverse Sportveranstaltungen vor beeindruckender Kulisse statt, die zahlreiche Zuschauer begeisterten. Darüber hinaus bot die Arena den Gästen auch die Möglichkeit, selbst aktiv zu werden. Neue Trendsportarten wie Skim Boarden, Stand-up-Paddeln oder Beach Tennis luden zum Ausprobieren und Mitmachen ein.
Zusätzlich wurde die Arena mit dem hochwertigen Veranstaltungszelt von Unternehmen als Tagungs- und Eventlocation mit bester Aussicht auf die Ostsee gebucht.

Veranstaltungshighlights:

- → 23. - 25.06. Beach Polo Masters
- → 01. - 02.07. 23. Beachhandballtage
- → 13. - 15.07. DLRG Rescue Cup
- → 21. - 23.07. Kitesurf-Trophy
- → 19. - 20.08. Deutsche Beachsoccer Meisterschaft
- → 24. - 27.08. Euro Beach Soccer League
- → wöchentlich Beach Yoga und Beach Tennis Training

2017

GESUNDHEITSTOURISMUS IM AUFWÄRTSTREND

Warnemünde auf dem Weg zum Thalasso-Seebad

Rostock & Warnemünde schärft das gesundheitstouristische Profil zunehmend, um künftig noch wettbewerbsfähiger auf diesem Markt zu agieren. Damit wird den gesundheitsbewussten Gästen ein Anreiz gegeben, die Region auch im Frühling, Herbst und Winter zu besuchen.

In Zusammenarbeit mit den regionalen gesundheitstouristischen Leistungsträgern, wurde 2017 intensiv an der Entwicklung Warnemündes zum ersten Thalasso-Seebad an der Ostseeküste gearbeitet. In diesem Zusammenhang wurden die Terrainkurwege für die Klimatische Bewegungstherapie leistungsphysiologisch vermessen und universitär begutachtet.

Im November reisten Vertreter von touristischen und medizinisch-therapeutischen Anbietern und der Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde zur Thalasso-Insel Norderney. Das Fazit der Reise: Warnemünde ist unter dem Dach „Thalasso" hervorragend aufgestellt. Die gesammelten Erfahrungswerte bilden ein solides Fundament für die zukünftige Netzwerkarbeit, die schwerpunktmäßig die Imagebildung und Bewusstseinsschärfung, die Angebotsentwicklung und den Aufbau von Fachkompetenz forciert.

Auf www.rostock.de wurden die Angebote der gesundheitstouristischen Akteure unter der Rubrik „Gesundheit & Wellness" gebündelt und übersichtlich dargestellt. Darüber hinaus ist das Seebad Warnemünde weiterhin Teil der FOCUS Liste der besonders empfohlenen Heilbäder und Kurorte, die im November 2017 veröffentlicht wurde.

Auch auf Landesebene wurde die Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern fortgesetzt. Auf dem Webportal www.gesundes-mv.de werden die Gesundheitsorte vorgestellt und Partner können ihre gesundheitstouristischen Leistungen präsentieren. Die Partner von Rostock Marketing erhalten hierfür exklusiv 15 % Kostenvorteil. Erstmalig hat der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern eine Broschüre „Gesundheitsreisen zwischen Ostsee und Seenplatte" herausgegeben. Die Vorzüge von Warnemünde wurden mit einer einseitigen Anzeige im Magazin präsentiert.

Wilhelm Loth
Geschäftsführer Staatsbad Norderney GmbH

„Unsere Erfahrungen im Gesundheitstourismus haben bewiesen, dass wir als Urlaubsdestination mit der Fokussierung auf Thalasso den richtigen Weg eingeschlagen haben. Der Austausch mit den Kollegen aus Rostock & Warnemünde hat gezeigt, dass auch Warnemünde in Bezug auf Thalasso bereits hervorragend aufgestellt ist. Durch konsequente Imagebildung und vielfältige Nutzung der natürlichen Gegebenheiten wie Sonne, Wasser und Wind, wird es auch hier gelingen, das Potential im Gesundheitstourismus erfolgreich zu heben."

Rene Portwich
Geschäftsführer vital & physio GmbH

„Ein Urlaubsaufenthalt im milden Ostseereizklima bietet ideale Voraussetzungen zur Prävention und allgemeinen Gesundheitsförderung. Die Infrastruktur und Vielfalt an bereits vorhandenen gesundheitstouristischen Angeboten zwischen Diedrichshagen und Markgrafenheide ist groß. Stellvertretend für die Gesundheitsanbieter vor Ort, begrüße ich die Profilschärfung als Thalasso-Seebad. Unter diesem Dach finden wir uns alle direkt bzw. indirekt wieder und setzen gleichzeitig einen naturverbundenen, imageprägenden Akzent, um zielgerichtet gesundheitsbewusste Gäste zu gewinnen."

2017

STÄDTE- UND KULTUR-TOURISMUS FÖRDERN

Rostock bietet hohe Themenkompetenz

Marketingaktivitäten

- jeweils zweiwöchige City-Light-Kampagne in Rostock
- Veranstaltungsbroschüren und Plakate
- Website www.kultur-trifft-genuss.de
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Kooperation mit Medienpartnern
- Onlinekampagnen über Facebook und Google

Restaurants Rostock

- SPOT 66 im TRIHOTEL Rostock
- Steigenberger Hotel Sonne
- Besitos
- Lokschuppen
- Fischbratküche
- CarLo 615
- Forsthausbrauerei Trotzenburg
- Landhotel Rittmeister
- Hopfenkeller
- Steakhaus Leon´s

Restaurants Warnemünde

- Panorama-Restaurant RIVA in der Yachthafenresidenz Hohe Düne
- Sky-Bar im Hotel NEPTUN
- Strandrestaurant & Bar „blaue boje“
- Paulo Scutarro im Kurhaus
- Hotel Warnemünder Hof
- Teepott Restaurant
- Hotel Ostseeland
- Restaurant Casa Mia
- Ringelnatz Warnemünde
- Meyers Mühle

KULTUR TRIFFT GENUSS IN ROSTOCK UND WARNEMÜNDE

- 29. April 2017 in der Rostocker Innenstadt
- 18. November 2017 in Warnemünde

Das erfolgreiche Veranstaltungsformat „Kultur trifft Genuss“ wurde in 2017 erstmals in Kooperation mit der Hochschule für Musik und Theater Rostock weiterentwickelt. Junge Studenten und Absolventen der Hochschule inszenierten mit ihren frischen, innovativen Ideen das künstlerische Programm, das die Gäste in ihrem selbstgewählten Restaurant mit den eigens für diesen Abend kreierten kulinarischen Menüs genießen konnten. Insgesamt wurden rund 1.100 Gäste begrüßt.
Rostock Marketing setzt mit „Kultur trifft Genuss“ gezielte Highlights in der Nebensaison, um neue Buchungsanreize zu schaffen sowie die Hanse- und Universitätsstadt als ganzjähriges Urlaubsziel zu etablieren. „Kultur trifft Genuss“ ist eine Koproduktion von Rostock Marketing und der Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde mit der Hochschule für Musik und Theater Rostock.

Dank an die Partner:

hmt Hochschule für Musik und Theater Rostock

Hanse- und Universitätsstadt ROSTOCK

Antenne MV · NNN Neueste Nachrichten · Autoraus Rostock · TAURUS Werbeagentur · LUPCOM media · tv.rostock · Handelshof · PIANOHAUS MÖLLER Meisterbetrieb

2017

BUCHUNGSANREIZE IN DER NEBENSAISON

Warnemünder Turmleuchten

- 1. Januar 2017

Der spektakuläre Jahresauftakt aus Licht, Laser und Live-Performance stand ganz unter dem Motto „Sehnsucht“. Die 18. Auflage begeisterte rund 85.000 Zuschauern aus ganz Deutschland und Skandinavien. Die Veranstaltung bewies sich einmal mehr als beliebter Publikumsmagnet im Seebad Warnemünde und als idealer Anlass zur Verlängerung des Urlaubsaufenthaltes. Rostock Marketing unterstützt und vermarktet gezielt Veranstaltungen in der Nebensaison.

Ball Legèr im Radisson blu Hotel, Rostock

- 14. Oktober 2017

Zum zweiten Mal verwandelte sich das Radisson blu Hotel in Rostock in eine beeindruckende Event-Location. Auf verschiedenen Ebenen konnten die rund 650 Gäste unter dem Motto „Flanieren bis über die Dacher der Stadt“ tanzen, schlemmen und plaudern. Bis in die frühen Morgenstunden erlebten die Gäste interessante Begegnungen und gute Unterhaltung. Rostock Marketing unterstützt und vermarktet gezielt Veranstaltungen in der Nebensaison.

Rostock & Warnemünde im Winter – mit schönen Bildern die Nebensaison stärken

- Premiere: 15. März 2017

Mit der Produktion eines touristischen Imagefilms für die Nebensaison sollen künftig potentielle Gäste für einen Urlaub im Herbst und Winter an der Ostsee begeistert werden. Mittels emotionaler Impressionen wurde die Schönheit unserer Destination in der kalten Jahreszeit eingefangen. Das Video wurde gezielt auf sämtlichen Online- und Social Media-Kanälen gestreut, um Buchungsanreize für die Nebensaison zu setzen und die Bettenauslastung zu erhöhen.

Handlungsfeld 1 – Themenschwerpunkte / Maßnahme 3 – Städte- und Kulturtourismus stärken
Handlungsfeld 2 – Infrastrukturentwicklung / Maßnahme 8 – Optimierung und Lückenschluss des Kultur- und Freizeitangebotes begleiten
Handlungsfeld 4 – Marketing & Vertrieb / Maßnahme 17 – Zielgruppengerechte Angebote erstellen

THEMENJAHR: 500 JAHRE REFORMATION IN DEUTSCHLAND

Informationsbroschüre Die Hansestadt Rostock im Reformationsjahr erleben

Auflage: 20.000
Umfang: 6 Seiten
Sprachen: Deutsch/Englisch

Inhalt:
- Informationen zur Reformation in Rostock
- thematische Stadtführung und Ausstellung
- Pilgerwege durch Rostock und Ausgabestellen für Pilgerstempel

Zielgruppen:
- Touristen, Tagesgäste, Einheimische, Pilger

Distribution:
- Tourist-Informationen
- Messen
- Onlineversion auf rostock.de
- Versand auf Anfrage
- Aktion „Reformation im Strandkorb“ (als Teil der "Weltausstellung Reformation" vom 20.05. - 10.09. in Wittenberg)

Sonnabend/Sonntag, 22./23. April 2017 HANSESTADT ROSTOCK OSTSEE-ZEITUNG 13

Reformation füllte Rostocks Kirchen

Die Stadt wurde 1531 offiziell evangelisch / Viel Beteiligung am Jubiläumsjahr / Unter anderem mit Führungen

Von Claudia Tupeit

Stadtmitte. Sie haben sich getraut, Ja zueinander gesagt. Joachim hat seine Katharina geehelicht. Was daran so besonders ist? Heute nicht viel, damals im 16. Jahrhundert so ziemlich alles. Joachim Slüter ist zu diesem Zeitpunkt, als das Zölibat noch vorherrschte, Prediger und wird später in die Geschichtsbücher eingehen als derjenige, der die Lutherische Reformation nach Rostock brachte.

Zum Auftakt der Stadtrundgänge anlässlich der Reformation vor 500 Jahren und des 799. Stadtgeburtstages wurde gestern Nachmittag Slüters Hochzeit in Kurzform aufgeführt - eine vom Plattdeutschverein konzipierte Aufführung. Und die Kulisse für die Darsteller hätte dafür nicht besser sein können: die Petrikirche. In Rostock gibt sie als wichtigste Stätte des Umbruchs. Slüter reformierte die Hansestadt und sorgte einst wieder für volle Ränge im Gotteshaus. „Es passten gar nicht alle rein, die zu seinen Predigten wollten“, erzählt Klaus Armbruster, der als Stadtführer gemeinsam mit Kollegen, Pastoren und Kulturschaffenden ein besonderes Programm zum Reformations-Jubiläum erstellt hat.

Gelockt habe die Rostocker damals vor allem die verständliche Sprache Slüters, erzählt Hans Druckrey, Pastor im Ruhestand, den Besuchern des Stadtrundgangs. „Er hat Niederdeutsch gesprochen und das konnten im Gegensatz zum bisher vorherrschenden Latein alle verstehen“, erklärt er. Dass Druckrey kurzfristig bei der Auftaktveranstaltung für den eigentlich vorgesehenen Pastor der Innenstadtjemeinde Reinhard Scholl eingesprungen ist, merkt ihm kaum jemand an. „Er hat den Text von Pastor Scholl übernommen“, erklärt Armbrüster. Das sei nicht ungewöhnlich, da der Pastor nur zu den drei Hauptveranstaltungen sprechen wird, nicht aber bei den zwölf weiteren thematischen Führungen in diesem Jahr. „Da übernehmen dann immer Gastredner die Parts der Pastoren und den Vortrag von Herrn Stuth.“

In seinem Kulturhistorischen Museum wird Steffen Stuth ab dem 7. Juli eine Ausstellung präsentieren, die sich mit der Reformation in Rostock und natürlich auch mit Slüter befasst. Bei den nächsten Hauptveranstaltungen am 24. Juni, dem Stadtgeburtstag sowie am 31. Oktober, dem Reformationstag, soll auch er seinen Redebeitrag leisten.

In Rostock feiert die Reformation indes noch nicht ihren 500. Jahrestag. Offiziell evangelisch wurde die Hansestadt erst im Jahre 1531, also vor 486 Jahren. „Die Reformation war ja ein langer Prozess. Sie wurde ja auch nicht sofort von den Kleinkern angenommen“, berichtet Pastor a.D. Hans Druckrey. Vielle hätten sich verweigert, weil sie ihre finanzielle Existenz bedroht sahen. Klostervermögen und die Ländereien der Klöster seien unter Landfürsten und Städten aufgeteilt wurden. „Manche Katholiken wurden plötzlich bettelarm“, ruft Druckrey in Erinnerung. Dennoch sei die Zeit für eine Reformation der Kirche, in der andere Blickwinkel auf Gotten Worte in der Bibel ermöglicht wurden, reif gewesen.

An der Theologischen Fakultät – eine der insgesamt sieben Stationen der gestrigen Führung – geht es schließlich um den bedeutendsten Theologen David Chytraeus. Er lehrte an der Rostocker Universität und trug so über seine Studenten die Reformation nach Skandinavien. Viele, die der Theologe in Rostock ausgebildet hat, suchten ihren Weg in Norwegen oder Schweden und verbreiteten dort erst die Gedanken der Reformationen, nachdem sie mit diesen in Rostock in Berührung gekommen waren.

Im Jubiläumsjahr der Reformation gibt es neben den besonderen Stadtführungen auch noch viele weitere Angebote in der Stadt.’
www.rostock.de/reformation

Haben gestern das Brautpaar Joachim Slüter und Katharina in der Petrikirche gemimt: Ralph Kinzel und Anett Merkhaus-Kuhr. FOTOS: CLAUDIA TUPEIT

Slüters Hochzeit nicht bei allen Führungen

Zum Reformations-Jubiläum und 799. Geburtstag Rostocks hat die 16. „Historischer Stadtrundgang zum Stadtgeburtstag“ ein Programm ausgearbeitet. Es wird 14 Reformations-Führungen mit Vortrügen geben.

Die Auftführung der Slüter-Hochzeit in verkürzter Form gibt es allerdings nur zu den Rundgängen am 24. Juni und 31.Oktober. Die Veranstaltungen beginnen jeweils um 14 Uhr in der Petrikirche und dauern etwa drei Stunden.

Das Kulturhistorische Museum zeigt vom 7. Juli bis 5. November im Kloster zum Heiligen Kreuz zudem die Ausstellung „Das Netz des wenen Glaubens. Rostock, Mecklenburg und die Reformation im Ostseeraum“.

Schmarl räumt heute auf

Schmarl. Heute heißt es „Schmarl wird 40 und räumt auf“. Zum 15. Mal in Folge wird diese Aktion vom Schmarler Ortsbeirat zusammen mit dem Stadtteilbüro organisiert. Treffpunkt ist heute um 9 Uhr auf dem Parkplatz am Eichenwäldchen. „Der Schwerpunkt des Einsatzes ist das Schmarler Zentrum“, informiert Dietmar Drovse, Vorsitzender des Ortsbeirates Schmarl. Und er verspricht: „Die mobile Getränkeversorgung ist gesichert, ebenso der kleine Imbiss zum Abschluss gegen 13 Uhr.“ Die Teilnehmer sollen möglichst Arbeitshandschuhe und Arbeitsgerät mitbringen.
Schmarl räumt auf: 22. April, 9 Uhr, Treffpunkt: Parkplatz am Eichenwäldchen

Studentenrat: Auftakt zur Wahl

Rostock. Im Juni starten die Studenten der Universität Rostock in die Gremienwahlen. Vorher haben die mehr als 13 000 Studierenden die Möglichkeit, selbst für ein Mandat zu kandidieren. Zur Wahl stehen die 55 Mandate des Studentenrates (StuRa) sowie die Plätze im akademischen Senat und Konzil. Für Interessierte findet am 26. April um 19 Uhr auf dem Ulmenscampus, Haus 1, Raum 224, eine Auftaktveranstaltung zur Wahl statt. Es sollen die Grundsätze der Gremienarbeit vorgestellt und alle Fragen rund um ein Mandat in der Hochschulpolitik beantwortet werden. Eine Teilnahme verpflichtet nicht zu einer Kandidatur, die Veranstaltung ist rein informativ.
Info: wahlausschuss@stura-rostock.de

STÄRKUNG DES TAGESTOURISMUS

RostockCARD – Erlebnisticket

- ✓ **RostockCARD 24/48h**
- ✓ **RostockCARD + *Region* 24/48h**
- ✓ **RostockCARD*smart* 2017**

- 120 Rabattangebote und Vorteile in Rostock und Region (von Kühlungsborn bis Graal-Müritz und Warnemünde bis Güstrow)
- freie Fahrt mit Bus, Bahn und Fähre (ausgenommen Molli und bei der RostockCARDsmart)
- kostenfreier Eintritt in Rostocker Museen und den IGA Park Rostock
- kostenfreie Führungen in Rostock und Warnemünde
- kostenfreier Audioguide
- kostenfreie geführte ADFC-Radtour (After-Work-Tour)
- RostockCARD Erlebnisführer

Erlebnisführer 2017/2018

Auflage: 40.000
Umfang: 68 Seiten
Sprachen: Deutsch/Englisch

Inhalt:
- Thematische Übersicht aller Leistungen und Angebote
- Tourenvorschläge, Karten und Liniennetzpläne

Zielgruppen:
- Touristen, Tagesgäste, Einheimische

Distribution:
- Tourist-Informationen und weitere Vertriebsstellen
- Messen
- Onlineversion auf rostock.de
- Versand auf Anfrage

Stadtplan 2018 Rostock & Warnemünde

Der Stadtplan ist ein wichtigstes Informationsmedium für Gäste und Urlauber. Er beinhaltet Kartenausschnitte von Rostock gesamt, dem Rostocker Stadtzentrum sowie den Seebadbereichen von Diedrichshagen bis Markgrafenheide. Wichtige Informationen zu Sehenswürdigkeiten, kulturellen Einrichtungen, Führungen und empfohlenen Stadtrundgängen sind ebenfalls enthalten.

Auflage: 520.000
Umfang: 20 Seiten
Sprachen: Deutsch/Englisch, Spanisch/Italienisch
Französisch/Niederländisch
Schwedisch/Dänisch
Russisch/Polnisch

Inhalt:
- Kartenausschnitte Rostock und Seebadbereich
- Sehenswürdigkeiten und kulturelle Einrichtungen
- empfohlene Rundgänge

Zielgruppen:
- Übernachtungsgäste und Tagestouristen aus dem In- und Ausland
- Einheimische

Distribution:
- Tourist-Informationen
- Direktversand bei Prospektbestellungen
- Hotelpartner und Freizeiteinrichtungen
- Messen und Veranstaltungen

2017

POSITIONIERUNG ALS FAMILIEN-FREUNDLICHER FERIENORT

Familien & Kinder als potentielle Stammgäste sichern

„Junge Familien“ sind eine der vier Kernzielgruppen für den Tourismus in Rostock & Warnemünde. Um den besonderen Ansprüchen und Bedürfnissen dieser Zielgruppe gerecht zu werden, ist ein breit gefächertes Angebot familienfreundlicher Aktivitäten, Unterkünfte und Veranstaltungen unabdingbar. Das Gütesiegel für das Qualitätsmanagement Familienurlaub (QMF) MV dient den Familien als Orientierungshilfe bei der Wahl ihres Ferienorts, denn dort sind ganzjährig abwechslungsreiche Familienangebote garantiert. Seit 2005 ist das Seebad Warnemünde als „Familienfreundlicher Ferienort“ vom Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern ausgezeichnet. Mit zielgruppenspezifischen Maßnahmen und Marketingaktivitäten wie zum Beispiel dem Ferienprogramm, Familienveranstaltungen, Printprodukten und Online-Aktivitäten positioniert sich Rostock & Warnemünde als attraktives Familienreiseziel. Die Umsetzung erfolgt durch die Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde in Kooperation mit Rostock Marketing und weiteren Partnern.

2017

ANGEBOTE UND HIGHLIGHTS FÜR DIE GANZE FAMILIE

Warnemünder Wintervergnügen

→ 3. bis 5. Februar 2017

Das 8. Warnemünder Wintervergnügen an Strand, Promenade und Alten Strom hat erneut gezeigt, dass ein Ostseeurlaub zu jeder Jahreszeit reizvoll ist. Auf die zahlreichen Besucher wartete ein Erlebniswochenende mit abwechslungsreichem Programm für die ganze Familie. Vom Fasching der Eisbader, Pferdeshow, Lagerfeuer, Drachenfest bis hin zu verschiedenen Konzerten war alles dabei. Rostock Marketing unterstützt und vermarktet gezielt Veranstaltungen in der Nebensaison.

Wald-Kultur-Nacht

→ 13. Mai 2017

Die Premiere der Wald-Kultur-Nacht entstand in Kooperation mit der Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde und dem Stadtforstamt Rostock. Die Besucher erwartete an insgesamt drei Standorten auf rund 3,5 Kilometern zwischen Markgrafenheide und Hinrichshagen ein Abend mit Theateraufführungen, Feuershow, Live-Musik und Lagerfeuer. Das kulturelle Erlebnis soll die Rostocker Heide bei den Urlaubern stärker in den Fokus rücken und gleichzeitig die Nebensaison um einen Höhepunkt erweitern.

Abwechslungsreiches Ferienprogramm das ganze Jahr

Für Familien mit Kindern bietet die Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde das ganze Jahr ein abwechslungsreiches Ferienprogramm in den Hauptschulferien aller Bundesländer. Damit wird den Bedürfnissen dieser Zielgruppe nach einer aktiven und unterhaltsamen Freizeitgestaltung im Urlaub begegnet. Zu den Angeboten gehören zum Beispiel Kinderveranstaltungen wie Lagerfeuerkonzerte, Piratenfahrten, Alpaka-Wanderungen oder auch der AOK Active Beach.
In der Familienbroschüre wird über zahlreiche Erlebnis- und Ausflugtipps rund um Rostock, Markgrafenheide und den familienfreundlich zertifizierten Ferienort Warnemünde informiert.

Familienbroschüre 2018

Auflage:	30.000
Umfang:	40 Seiten
Sprachen:	Deutsch

Inhalt:
- → Infos A-Z für Familien
- → Veranstaltungskalender
- → Erlebnis- und Ausflugtipps
- → Übersichtskarten von Warnemünde und Markgrafenheide
- → Kinderquiz: Kleine Stadtrallye

Zielgruppen:
- → Familien

Distribution:
- → Tourist-Informationen
- → Messen
- → Onlineversion auf rostock.de
- → Versand auf Anfrage

2017

QUALITÄTSOFFENSIVE FÜR ROSTOCK & WARNEMÜNDE

Imagebildung durch Service & Qualität auf vielen Ebenen

Aktivitäten & Präsentationen:

- DEHOGA MV Saisonauftakt am 28.03.2017
- Netzwerkveranstaltung 12min.SUN am 11.05.2017
- 12. Tourismusfrühstück von Rostock Marketing am 02.11.2017
- Branchentreff für die Gastronomie und Hotellerie der GASTRO am 12.11.2017
- 3 Schulungstermine zum QualitätsCoach im März, August, November 2017
- 3 Pressekonferenzen mit Zertifikatsübergaben im Juli, August, November 2017

Rostock weiter auf dem Weg zur QualitätsStadt

Qualität gewinnt bei der Wahl des Reiseziels immer mehr an Bedeutung, zufriedene Gäste kommen wieder und bleiben länger. Somit ist Qualität der zentrale Erfolgsfaktor im immer stärker werdenden Wettbewerb und steigert gleichzeitig die Kundenzufriedenheit und –bindung nachhaltig. Rostock Marketing und die Tourismuszentrale widmen sich bereits seit 2013 in Kooperation mit der Hotel- und Gaststätten Marketing GmbH der Weiterentwicklung der Qualität. Damit wird auf die wachsenden Qualitätsansprüche der Kunden reagiert und das Image von Rostock & Warnemünde im nationalen Wettbewerb gestärkt. Durch die Entwicklung neuer Partnerpakete und die Einbindung von externen Beratern, konnten in 2017 neun Unternehmen für die Initiative gewonnen und mit der Zertifizierung „ServiceQualität Deutschland“ ausgezeichnet werden. Damit rückt die Hanse- und Universitätsstadt Rostock ihrem Ziel, größte „QualitätsStadt“ in Deutschland zu werden, immer näher.

Guido Zöllick
General Manager Hotel NEPTUN,
Präsident Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V.

„Gerade im Hotel- und Gaststättengewerbe ist es heutzutage schwer, sich von Wettbewerbern abzuheben und Neukunden zu generieren. Gleichbleibend hohe Qualität ist ein entscheidendes Buchungsargument, das alle Gäste gleichermaßen überzeugt. Durch ServiceQualität Deutschland wird den Unternehmen ein Handlungsrahmen gegeben, der es ermöglicht, bestehende Arbeitsabläufe und Strukturen dauerhaft zu überprüfen. Auch im Hotel NEPTUN haben wir unsere Serviceabläufe in allen Bereichen hinterfragt. So können wir die Prozesse im Sinne der Kunden weiter optimieren und den Qualitätsansprüchen unserer Gäste, ebenso wie unseren eigenen, entsprechen. Gern motiviere ich alle Unternehmen, sich der Initiative ServiceQualität Deutschland anzuschließen, damit im eigenen Haus die Qualität gesichert wird und wir Rostock gemeinsam als größte QualitätsStadt Deutschlands auf den Weg bringen können.“

31 zertifizierte Unternehmen in Rostock und Warnemünde

- AFZ Aus- und Fortbildungszentrum Rostock GmbH
- Ankes Restaurant & Pension „Koje 7“
- arcona HOTELS & RESORTS
- Baltic Reisebüro GmbH – Lufthansa City Center
- Best Western Hanse Hotel Warnemünde
- Braugasthaus “Zum Alten Fritz” Rostock
- BVCD Camping-Akademie
- BVCD Mecklenburg-Vorpommern e.V.
- DEHOGA Mecklenburg-Vorpommern e.V.
- ETL Unternehmensberatung AG / Niederlassung Rostock
- Fahrradverleih Warnemünde
- Ferienhaus Am Strom 50
- Hotel „Am Alten Strom“
- Hotel Belvedere
- Hotel- und Gaststätten Marketing GmbH
- Hotel NEPTUN
- Hotel Warnemünder Hof
- Kaufmann & Kirner - mystery shopping and more
- Hotel Ostseeland Alexander Soyk e.K.
- LUPCOM media GmbH
- MV-IT-Systeme
- PINAX Werbemedien
- Rostocker Gesellschaft für Tourismus und Marketing mbH
- Rostocker Messe- und Stadthallengesellschaft mbH
- Sorglos-Urlaub
- Strandoase Treichel
- Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde / Tourist-Information
- Transcom Rostock
- vital & physio GmbH
- Warnowquerung
- Zoologischer Garten Rostock

ROSTOCK ERLEBBAR FÜR ALLE

Im barrierefreien Tourismus wurden 2017 im Rahmen der Qualitätsentwicklung und Vermarktung weitere Schwerpunkte gesetzt. Besondere Aufmerksamkeit wurde auf die Stärkung der touristischen Infrastruktur und Erweiterung des barrierefreien Angebots gelegt. So wurde im Februar 2017 die Tourist-Information Rostock mit dem Qualitätssiegel „Reisen für Alle“ zertifiziert und im Mai 2017 ein neuer barrierefreier Strandaufgang im Seebad Markgrafenheide eingeweiht.

Auch auf Landesebene zeigten sich die positiven Effekte des wachsenden Engagements mit einer prominenten Platzierung Warnemündes als Titelmotiv auf der ersten Broschüre zum Thema Barrierefreier Urlaub in MV vom Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.

Die Zusammenarbeit mit der AG Barrierefreie Reiseziele Deutschlands wurde im ersten Jahr in Verantwortung der Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde intensiviert. So war die Arbeitsgruppe im September erstmalig in Rostock im Hotel Sportforum zu Gast. Die Kooperation mit der AG ist ein wichtiger Schritt zur Förderung des barrierefreien touristischen Angebotes in der Hanse- und Universitätsstadt. Im Fokus stehen der intensive Austausch mit erfahrenen Tourismusdestinationen auf diesem Gebiet und die Bekanntmachung von Rostocks Vorzügen als barrierefreies Reiseziel. Partner von Rostock Marketing profitieren von der Bewerbung auf der neuen AG-Website und der Einbindung in die nationale Pressearbeit. Weiterhin präsentierte sich Rostock der Zielgruppe 2017 auf wichtigen Reise- und Fachmessen.

Barrierefreiheit geprüft

Messen im Verbund mit der AG Barrierefreie Reiseziele in Deutschland

- ITB Berlin vom 08. - 12.03.2017
- REHAB Karlsruhe vom 11. - 13.05.2017
- Rehacare Düsseldorf vom 04. - 07.10.2017

KREATIVES UND NACHHALTIGES UMWELTMANAGEMENT

Die Reduzierung von Müll an Stränden und Meeren gehört zu den wichtigsten Herausforderungen, denen sich Küstenregionen stellen müssen. Die Folgen für Flora und Fauna sind international vielerorts bereits deutlich spürbar. Daher engagiert sich die Hanse- und Universitätsstadt Rostock, federführend durch die Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde, gemeinsam mit Kooperationspartnern wie EUCC Die Küstenunion Deutschland, AIDA Freunde der Meere e.V. und DRK-Wasserrettung für verstärkte Aufklärung und nachhaltiges Umweltmanagement. Neben den positiven Effekten der Umweltförderung, werden gleichzeitig gezielt Familien und gesundheitsbewusste Aktivurlauber angesprochen, die bei der Wahl ihres Urlaubsorts verstärkt auf dessen Umweltbewusstsein achten.

Projekte

- Kampagne **„Kein Plastik bei die Fische“**
- Aufstellung **„Ostsee-Ascher“** an fünf Standorten am Strand von Warnemünde
- Verteilung **Strandaschenbecher** im Seebadbereich

INTERNATIONALE MÄRKTE

Mit Kooperationen erfolgreich im Auslandsmarketing

In Verantwortung der Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde präsentiert sich die Hanse- und Universitätsstadt in den wichtigsten ausländischen Zielmärkten. Dafür bedient sie sich verschiedener Werbegemeinschaften. In den Zielmärkten Schweden, Dänemark, Österreich, Schweiz und Niederlande werden zahlreiche Marketingaktivitäten im Rahmen der Städtekooperation Mecklenburg-Vorpommern (Zusammenschluss der sieben größten Städte MVs: Schwerin, Rostock, Wismar, Greifswald, Stralsund, Neubrandenburg und Güstrow) und in Kooperation mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern sowie der Deutschen Zentrale für Tourismus initiiert. Zur Vermarktung in den Potentialmärkten USA und Großbritannien wirbt Rostock im Verbund mit dem Historic Highlights of Germany e.V.

Marktübergreifende Aktivitäten

GTM – 43. Germany Travel Mart 2017

Der GTM der Deutschen Zentrale für Tourismus ist die wichtigste B2B-Plattform für den deutschen Incoming-Tourismus und fand vom 7. bis 9. Mai 2017 in Nürnberg statt. Mehr als 500 internationale Einkäufer, Journalisten und Reiseexperten aus 50 Ländern informierten sich bei 329 deutschen Anbieter aus Hotellerie, Incoming und Transport sowie lokalen und regionalen Tourismusorganisationen über die neuesten Trends, Entwicklungen und touristischen Produkte deutscher Reiseanbieter.

German Rail Pass

Rostock ist Partner des „German Rail Pass“ der Deutschen Bahn und wird somit weltweit vermarktet. Durch den Kauf einer speziell auf außereuropäische Touristen zugeschnittenen Fahrkarte erhält deren Inhaber viele Vergünstigungen und kostenfreie Angebote vor allem von den Städten aus dem Werbeverbund “Historic Highlights of Germany”. Inhaber erhalten bei Vorlage in den Tourist-Informationen in Rostock und Warnemünde eine kostenfreie RostockCARD.

Internationale Onlinekampagne

Im September 2017 startete eine zweijährige internationale Onlinekampagne in Zusammenarbeit mit der Deutschen Zentrale für Tourismus. „Kleine historische Städte – Großartige Geschichten“ bringt die Historie der Hansestadt, das Jubiläumsjahr und die kommenden Veranstaltungshighlights auf www.germany.travel, in den sozialen Medien und mit Hilfe einer Kampagne im Google-Netzwerk in die Zielmärkte Deutschland, Schweiz, Österreich, Dänemark, Italien, Großbritannien.

MARKTSPEZIFISCHE AKTIVITÄTEN

Österreich

- **Crossmedia-Kampagne „Großes Kino“**
  der DZT mit der Städtekooperation MV
- **Pressereise zum Erstflug Wien-Rostock/Laage**
  vom 26. - 27.05.2017
- **Kooperation mit EUROTOURS INTERNATIONAL**

Schweiz

- **Pressereise zum Erstflug Zürich-Rostock/Laage**
  vom 19. - 20.05.2017
- **Medienkooperation mit Radio Zürisee**
  - Pressereise einer Moderatorin vom 18. - 20.06.2017 mit anschließendem Erlebnisbericht on-air, online und auf Social Media-Kanälen des Radiosenders
  - Radiosendung über Rostock und Gewinnspiel im Programm von Radio Zürisee

Dänemark

- **Teilnahme an der Messe FERIE FOR ALLE**
  in Herning vom 24. - 26.02.2017
- **Crossmedia-Kampagne „Ein smuttur“**
  der DZT mit der Städtekooperation MV
- **Pressereise im Rahmen der „Ein smuttur“ Kampagne** vom 12. - 14.07.2017

Skandinavien (SE, DK, FIN, N)

- **Crossmediale Skandinavien-Kampagne**
  der DZT mit der Städtekooperation MV
  - Vermarktung der Städte als Reiseziel in allen vier nordischen Märkten
  - Advertorials über die Städte in marktrelevanten Medien sowie Vermarktung über DZT-Website, Newsletter-Versand (B2C) und skandinavische Social-Media Kanäle der DZT
  - Kampagnenlaufzeit: August - Oktober 2017

Auslandsmarketing über Werbegemeinschaft „Historic Highlights of Germany“

Großbritannien

- **Pressereise für Discover Germany Magazin**
- **OTT Online Travel Training**
- **Teilnahme am DZT London Workshop**
  „Germany OFF the beaten track“ vom 05. - 07.06.2017

USA

- **Pressereise mit dem „German Life Magazin“**
  vom 05. - 07.06.2017
- **Einbindung einer Kulinarik Kampagne im MATADOR Network**

NETZWERK & KOOPERATIONEN

Starkes Innenmarketing für erfolgreiches Außenmarketing

„Im Tourismus zusammen wachsen" – ist der Leitgedanke von Rostock Marketing und gleichzeitig die Botschaft an alle im Tourismus aktiven Unternehmen. Als zentraler Ansprechpartner für die Tourismuswirtschaft ist Rostock Marketing Netzwerker, Dienstleister und konstanter Impulsgeber. Das Innenmarketing und der Ausbau des Partnernetzwerkes sind von zentraler Bedeutung für die Arbeit von Rostock Marketing. Wesentliche Bestandteile der Netzwerkarbeit sind der persönliche Kontakt, regelmäßige Netzwerkveranstaltungen sowie die B2B-Kommunikation. In der Bündelung der Potentiale der mittlerweile rund 400 Partner sowie der gemeinschaftlichen Finanzierung des Tourismusmarketings liegt die Chance begründet, Rostock & Warnemünde auf Grundlage der Tourismuskonzeption 2022 als Top-Destination zu positionieren und den Tourismus als starken Wirtschaftsfaktor langfristig zu festigen.

Darüber hinaus sind Kooperationen mit Institutionen und die Zusammenarbeit mit weiteren Netzwerken in der Region, auf Landes- und auf Bundesebene ein wesentlicher Bestandteil für ein erfolgreiches Tourismusmarketing. Durch die Nutzung gemeinsamer Ressourcen wird effektiv und reichweitenstark eine hohe Aufmerksamkeit erzeugt, die nationale wie internationale Bekanntheit der Destination gesteigert und im Innenmarketing die Bedeutung des Tourismus platziert.

NETZWERKVERANSTALTUNGEN

Jahresempfang der Rostocker Touristiker 2017

In gemütlichem Ambiente wurde das Tourismusjahr 2016 gemeinsam verabschiedet und den Gästen ein Ausblick auf die Höhepunkte und Aufgaben für 2017 gegeben.

- 12.01.2017
- Lokschuppen
- 150 Gäste aus der Tourismusbranche, Politik und Verwaltung

Grußworte

- Frank Martens
  Vorsitzender des Tourismusvereins Rostock & Warnemünde e.V.
- Holger Matthäus
  Senator für Bau und Umwelt

Gastgeber

- Rostock Marketing, Tourismusverein Rostock & Warnemünde e.V., Familiengeführte Privathotels & Pensionen in Rostock, Warnemünde und Umgebung e.V. und Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde

Informationsveranstaltung "Wir machen Sie fit – Fit für 2017"

Lokale Erlebnisanbieter präsentierten ihre Angebote und Mitarbeiter aus der Tourismusbranche erhielten einen Ausblick auf die Saisonhighlights 2017. Anschließend fand ein thematischer Stadtrundgang zur 500-jährigen Geschichte der Reformation statt.

- 28.03.2017
- Hochschule für Musik & Theater Rostock
- rund 30 Gäste aus der Tourismusbranche
- 19 Unternehmen präsentierten ihre Angebote

Grußworte

- Matthias Fromm
  Geschäftsführer Rostock Marketing/ Tourismusdirektor

Referenten

- Kristin Gütschow
  Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde
- Michael Knüppel
  Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde
- Angelika Thönes
  Hochschule für Musik & Theater Rostock

Gastgeber

- Rostock Marketing, Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde, Tourismusverein Rostock & Warnemünde e.V.

NETZWERKVERANSTALTUNGEN

11. Tourismusfrühstück in der Sport Beach Arena

Direkt am schönen Strand von Warnemünde wurde das Thema Kreuzfahrt in den Fokus genommen und über die Chancen des wachsenden Kreuzfahrttourismus für die Region diskutiert.

- 08.06.2017
- Sport Beach Arena am Strand in Warnemünde
- 90 Gäste aus der Tourismusbranche, Politik und Verwaltung

Grußworte
- Matthias Fromm Geschäftsführer Rostock Marketing/ Tourismusdirektor

Referenten
- Jens Aurel Scharner Geschäftsführer ROSTOCK PORT GmbH

Gastgeber
- Rostock Marketing, Tourismusverein Rostock & Warnemünde e.V., Familiengeführte Privathotels & Pensionen in Rostock, Warnemünde und Umgebung e.V. und Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde

Hanse Sail Ausfahrt 2017

In Kooperation mit der Tourismuszentrale hat Rostock Marketing zu einer Ausfahrt auf der „Royal Helena“ eingeladen. In maritimer Atmosphäre wurde sich über Ideen und anstehende Projekte ausgetauscht.

- 13.08.2017
- Segelschiff „Royal Helena“
- 55 Gäste aus der Tourismusbranche, Politik und Verwaltung

Gastgeber
- Rostock Marketing, Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde, Büro Hanse Sail

12. Tourismusfrühstück im Kulturhistorischen Museum

Mit Blick auf das bevorstehende Stadtjubiläum erhielten die Gäste einen Ausblick auf den 38. Internationalen Hansetag sowie die Sonderausstellung „Rostock. Jetzt 800“.

- 02.11.2017
- Kulturhistorisches Museum
- 70 Gäste aus der Tourismusbranche, Politik und Verwaltung

Grußworte
- Matthias Fromm Geschäftsführer Rostock Marketing/ Tourismusdirektor

Referent
- Dr. Steffen Stuth Leiter Kulturhistorisches Museum
- Rita Berkholz Projektkoordinatorin 38. Internationaler Hansetag

KOMMUNIKATION MIT DEN PARTNERN

Partnerprogramm Rostock Marketing

Für die übersichtliche Darstellung der Leistungen von Rostock Marketing und zur Gewinnung potentieller Partner wurden individuelle Broschüren zum Partnerprogramm erstellt. Diese sind speziell auf die Leistungen für Hotels, Ferienunterkünfte und touristische Leistungsträger zugeschnitten.

Auflage: insgesamt 1.250

Zielgruppe:
- Partner und potentielle Partner

Distribution:
- Versand an potentielle Partner
- Veröffentlichung auf der Homepage rostock-marketing.de

www.rostock-marketing.de

Mit dem Onlineauftritt von Rostock Marketing erhalten alle Partner und potentielle Partner eine übersichtliche und transparente Berichts- und Informationsquelle zu den neuesten Themen und Marketingaktivitäten. Gleichzeitig ist die Seite eine effiziente Kommunikationsplattform, die den Kontakt zwischen den Partnern erleichtert. In der Mediathek können die Nutzer auf Formulare sowie wichtige Printpublikationen zurückgreifen und runterladen. Zusätzlich informiert ein RSS-Feed Abonnement über aktuelle Themen, Veranstaltungen und Presseveröffentlichungen.

B2B-Newsletter

Zwei Mal jährlich erhalten die Partner von Rostock Marketing einen B2B-Newsletter, der über aktuelle Themen der Gesellschaft informiert und eine Übersicht zu den Marketingaktivitäten sowie touristisch relevante Themen gibt.

Zielgruppen:
- Partner und potentielle Partner

Distribution:
- Onlineversand an das Partnernetzwerk
- Veröffentlichung auf der Homepage rostock-marketing.de

KOOPERATION MIT DER UNIVERSITÄT ROSTOCK

Ideenwettbewerb „inspired“: Sonderpreis „Tourismus“

Bereits zum vierten Mal hat Rostock Marketing im Rahmen des Ideenwettbewerbs „inspired“ der Universität Rostock seinen Sonderpreis in der Kategorie „Tourismus“ vergeben. Am 21. Juni erhielten Tom Meyer und Tom Adnan Hobe die Prämie von 1.000 Euro für die Idee, den Trend der „Virtuellen Realität (VR)“ in einer Spielhalle einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Mit speziellen „VR-Brillen“, können Nutzer in Echtzeit moderne Computerwelten erleben und in dieser agieren. Das Anwendungsgebiet beschränkt sich jedoch nicht bloß auf Unterhaltungssoftware. Auch virtuelle Hausbesichtigungen oder medizinische Therapien sind denkbar. Ein solches Konzept im Bereich der digitalen Freizeitbeschäftigung ist einzigartig in Rostock und schafft darüber hinaus ein attraktives Ganzjahresangebot.

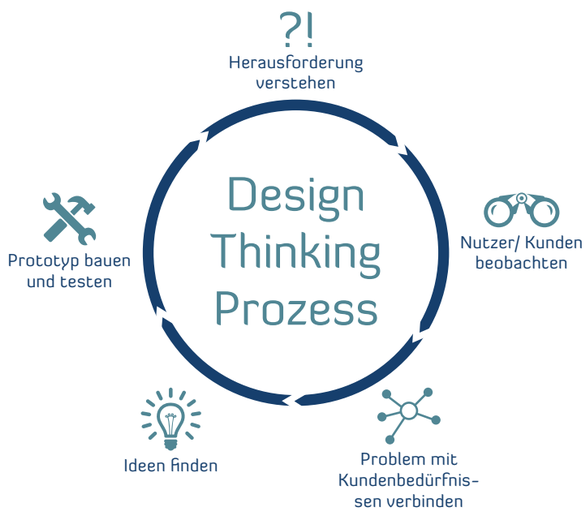
Rostock Marketing schreibt den Sonderpreis „Tourismus“ aus, um Studierende für die Chancen im Tourismus zu sensibilisieren und innovative Gründungsideen im touristischen Bereich zu gewinnen.

Design Thinking Challenge

Die gute Zusammenarbeit mit der Universität Rostock im Bereich Forschung und Entwicklung wurde in 2017 weiter intensiviert. So hat Rostock Marketing im Wintersemester 2017/2018 Studierenden der Universität Rostock im Rahmen eines Seminars eine Problemstellung – Design Thinking Challenge – zur Bearbeitung der potentiellen Zielgruppen „Junge Leute“ folgende initial formulierte Aufgabe eingereicht:

„Mit welchen Urlaubsthemen, Aktivitäten und Standortfaktoren kann die Tourismusmarketingorganisation die Zielgruppe Junge Leute im Alter von 19 – 29 Jahren für einen Urlaub in Rostock & Warnemünde begeistern? Über welche Marketingkanäle (crossmedial) und in welcher Ansprache kann diese Zielgruppe am besten erreicht werden?“

Eine Projektgruppe von fünf Studenten unterschiedlicher Fachrichtungen hat diese Challenge als Ausgangsbasis mit der Design Thinking Methode bearbeitet und die Ergebnisse vor einer Prüfungskommission präsentiert. Es handelt sich hierbei nicht um repräsentative Ergebnisse, dennoch werden zum Beispiel Erkenntnisse zur Nutzung der verschiedenen Social-Media-Kanäle in das Online-Marketing integriert.



NETZWERKE ZUR SCHAFFUNG VON SYNERGIEN

Mitgliedschaften Rostock Marketing

DTV Deutscher Tourismusverband e.V.

MARKETING CLUB ROSTOCK

REGION ROSTOCK MARKETINGINITIATIVE

Kooperationen & Mitgliedschaften Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde

Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern

HISTORIC HIGHLIGHTS OF GERMANY

BÄDERVERBAND MECKLENBURG-VORPOMMERN e. V.

RDA Internationaler Bustouristik Verband

Tourismusverein Rostock & Warnemünde e.V.

Arbeitsgemeinschaft Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde

BARRIEREFREIE REISEZIELE IN DEUTSCHLAND

2017

PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Mit Medienpräsenz für neue Gäste werben

Mit der fortlaufenden Positionierung der Hanse- und Universitätsstadt in den Medien wurde die Wahrnehmung von Rostock & Warnemünde als attraktive Urlaubsdestination sowohl national als auch international weiter gefestigt.

Medienarbeit:

- 33 Pressemitteilungen
- 13 Pressekonferenzen
- 23 Pressereisen (federführend Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde)
- Pressestammtisch 15.03.2017

Lokal

ROSTOCK

Top-Adresse für Kongresse: Rostock wirbt um Tagungen

Gleich 125 Mal: Uni verleiht „Hut der Hoffnung"

Ostsee-Zeitung
→ 13. Januar 2017

Rostock

Aufwind für Nebensaison

Dampf-Eisbrecher laufen ein

Immobilien-Käufer zahlen 3,6 Millionen

Norddeutsche Neueste Nachrichten
→ 7. März 2017

OSTSEEBAD WARNEMÜNDE

Sandstürmer eröffnen ihre Saison

Hotelmitarbeiter entspannen

Linden in Friedrich-Franz-Straße bleiben vorerst

Ostsee-Zeitung
→ 11. Mai 2017

Warnemünde / Rostock

Große Auftritte am Essenstisch

Anklage fordert Haftstrafe für Internetbetrüger

Norddeutsche Neueste Nachrichten
→ 20. November 2017

National

Hier gibt's Luther im Norden

Hamburger Abendblatt
→ 28. März 2017

Crucero
Das Kreuzfahrtmagazin
→ 1. Juli 2017

Frau Aktuell
→ 10. Juli 2017

Glücklich gestrandet

Westdeutsche Allgemeine Zeitung
→ 9. September 2017

Im Reich der Buchen und Eichen

Freie Fahrt auf berühmter Straße

Nordwest-Zeitung
→ 21. Oktober 2017

International

Travel Junkie (Bloggerin aus Dänemark)
→ 10. Juli 2017

Zentralschweiz am Sonntag
→ 30. Juli 2017

Ensuite – Zeitschrift zu Kultur & Kunst (Schweiz)
→ 1. August 2017

2017

AUSBLICK AUF DAS JAHR 2018

Viele Highlights und spannende Aufgaben im Jubiläumsjahr

Premiere an der Ostseeküste: ROSTOCK CRUISE FESTIVAL 14. bis 16. September 2018

Der Kreuzfahrttourismus in der Ostsee ist ein wichtiges wirtschaftliches und touristisches Segment in Mecklenburg-Vorpommern und Rostock gewinnt als internationaler Kreuzfahrthafen immer mehr an Bedeutung. Um diese Position weiter zu stärken, wurde auf Initiative von Rostock Marketing und der Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde im engen Schulterschluss mit den regionalen Akteuren aus Tourismus, Politik, Stadtverwaltung, Wirtschaft und Universität die neue Veranstaltung ROSTOCK CRUISE FESTIVAL entwickelt. Nach vorangegangener Ausschreibung hat die Agentur BEEFTEA group GmbH mit Sitz in Hamburg und Berlin den Zuschlag zur Durchführung der Veranstaltung erhalten.

Das ROSTOCK CRUISE FESTIVAL wird den Blick der internationalen maritimen Industrie auf die Hanse- und Universitätsstadt lenken und soll sich langfristig als Plattform für die gesamte maritime Wirtschaft profilieren. Gleichzeitig ist die Veranstaltung hervorragende Werbung für die Region und den gesamten maritimen Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern. Urlauber und Gäste erleben die Ozeanriesen hautnah am Strand vor einer der schönsten Kulissen im deutschen Ostseeraum. Als zusätzliches nebensaisonales Highlight wird dieses Festival ein weiterer Baustein, um sich im nationalen und internationalen Wettbewerb zu behaupten. Das ROSTOCK CRUISE FESTIVAL findet zukünftig alle zwei Jahre, abwechselnd mit den Hamburg Cruise Days, statt.

Das ROSTOCK CRUISE FESTIVAL wird aus Mitteln der Standortoffensive Mecklenburg-Vorpommern gefördert.

Die Partner

Harry Glawe

Minister für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit Mecklenburg-Vorpommern

„Das ROSTOCK CRUISE FESTIVAL wird als neues Format seine Magnetwirkung über die Landesgrenzen hinaus entfalten und viele Besucher nach Mecklenburg-Vorpommern locken. Mit dem Festival hat unser Bundesland die Chance sich als starker Wirtschafts-, Tourismus- und Investitionsstandort für die Schiffsbau- und Kreuzfahrtindustrie zu präsentieren. Wir begrüßen die Initiative von Rostock Marketing und unterstützen die Premiere des ROSTOCK CRUISE FESTIVAL, um die positiven Effekte der Veranstaltung für Mecklenburg-Vorpommern zu nutzen. Der gesamte Kreuzfahrtmarkt bietet noch weiteres Wachstumspotenzial mit sich. Es ist wichtig, dass unser Land bei den Gästen noch stärker als international einzigartiges Urlaubsziel wahrgenommen wird. Neue Veranstaltungsformate, wie das ROSTOCK CRUISE FESTIVAL, tragen dazu bei.“

Key Visual ROSTOCK CRUISE FESTIVAL

AUSBLICK AUF DAS JAHR 2018

Rostock Convention Bureau expandiert

2018 wird mit dem Projekt „Aufbau einer Vertriebsstruktur im Landkreis Rostock zur Profilierung der Akteure im Tagungs- und Kongresssegment“ der Landkreis Rostock in das Wirkungsfeld des Convention Bureau einbezogen und als dynamischer Wachstumsraum im Segment MICE positioniert.
Das Projekt konzentriert sich auf die Gewinnung potentieller Akteure (Hotels, Locations, Veranstaltungsagenturen und Dienstleister) des Landkreises und des damit verbundenen nachhaltigen Netzwerkaufbaus sowie auf die Vermarktung der Akteure mit geeigneten Marketing- und Vertriebsmaßnahmen. Um der zunehmenden Nachfrage gerecht zu werden, wird das Convention Bureau ab 2018 personell unterstützt.
Das Projekt wird durch die Europäische Union aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF) des Landes Mecklenburg-Vorpommern zur Förderung von Strukturentwicklungsmaßnahmen gefördert.
Des Weiteren konzentriert sich das Convention Bureau auf den Ausbau des Partnernetzwerks, sowohl auf regionaler als auch auf Landesebene zur Stärkung der Marke „MeetMV. Die Umsetzung der zielgerichteten Vermarktungsstrategie, die Intensivierung der aktiven Akquise nationaler Veranstaltungsplaner und -entscheider und die Teilnahme an bedeutenden Messen, Roadshows, Foren und Branchenveranstaltungen stehen ebenfalls im Fokus.

Europäische Fonds EFRE, ESF und ELER in Mecklenburg-Vorpommern 2014-2020

EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Sozialfonds

Warnemünde — Aktiv und sportlich

Warnemünde kann sich auch 2018 seinen Platz als Austragungsort für nationale und internationale Beachsoccer-Turniere sichern. Die Turnierhighlights sind die Deutschen Beachsoccer-Meisterschaften des DFB vom 17. bis 19. August und ein europäisches Beachsoccer-Turnier innerhalb der European Champions League vom 24. bis 26. August. Selbst aktiv können die Gäste wieder am AOK ACTIVE BEACH und in der Sport Beach Arena Warnemünde werden.

Tourismustrend Gesundheitsurlaub

Um die Positionierung als Gesundheitsdestination zu festigen, werden in 2018 zahlreiche Aktivitäten initiiert, die die Entwicklung Warnemündes zum Thalasso-Seebad fördern. Die bedeutendsten Projekte sind die Weiterentwicklung der ehemaligen Terrainkurwege zu Thalasso-Kurwegen inklusive einer einheitlichen Beschilderung, die Herausgabe eines Flyers zu den Wegen sowie einer Gesundheitsbroschüre, die die Vorzüge der Destination und gesundheitstouristische Angebote präsentiert. Auf www.rostock.de wird die Themenseite zum Gesundheitstourismus inhaltlich überarbeitet und informiert dann umfangreich zu allen Aktivitäten und Angeboten.

Städte- und Kulturtourismus boomt im Jubiläumsjahr

Im Jahr des 800. Stadtjubiläums gibt es viele Highlights und Ausstellungen, die Rostock Marketing zur Förderung des Städte- und Kulturtourismus in der Vermarktung unterstützt. Besonders hervorzuheben ist der 38. Internationale Hansetag vom 21. bis 24. Juni, der mit europaweiter Strahlkraft nicht nur tausende Delegierte und Kulturgruppen nach Rostock ziehen, sondern auch zahlreiche Besucher anlocken wird. Darüber hinaus wird auch das eigene Veranstaltungsformat „Kultur trifft Genuss“ am 14. April in der Rostocker Innenstadt und am 17. November in Warnemünde in Kooperation mit der Hochschule für Musik und Theater Rostock veranstaltet. Etablierte Publikumsmagneten wie das „Warnemünder Turmleuchten“, „Stromerwachen“, „Stromfest“ oder der „Rostocker Weihnachtsmarkt“ sind bedeutende Events zur Belebung der Nebensaison und werden daher ebenso unterstützt bzw. touristisch vermarktet.

Mit zielgerichteter Qualitätsoffensive stark im Wettbewerb

Um den Weg für Rostock als größte „QualitätsStadt“ in Deutschland zu ebnen, werden dem Partnernetzwerk von Rostock Marketing auch in 2018 persönliche Beratungstermine und Schulungstermine zum QualitätsCoach angeboten. Darüber hinaus werden weitere Branchennetzwerke und -veranstaltungen als Multiplikatoren zur Akquise neuer Teilnehmer für die Initiative „ServiceQualität Deutschland“ genutzt.

AUSBLICK AUF DAS JAHR 2018

Zur intensiven Vermarktung von Rostock als barrierefreies Reiseziel wird in 2018 eine neue, umfangreiche Broschüre "Mein Urlaub barrierefrei" erscheinen und gleichzeitig die Inhalte der barrierefreien Urlaubsangebote auf www.rostock.de angepasst und ausgebaut. Zum Ausbau der Servicequalität ist in 2018 die Zertifizierung der Tourist-Information Warnemünde mit dem nationalen Qualitätssiegel "Reisen für Alle" geplant. In Kooperation mit der AG Barrierefreie Reiseziele in Deutschland wird sich Rostock 2018 auf der Fespo Zürich, der ITB Berlin, der Fachmesse Rehacare Düsseldorf, dem Seniorentag Dortmund und auf dem 2. Weltkongress "Destinations for All" in Brüssel präsentieren.
Um Gäste und Urlauber weiter für einen umweltschonenden Umgang mit Strand und Ostsee zu sensibilisieren, werden die Aktivitäten unter der Kampagne "Kein Plastik bei die Fische" in 2018 weiter ausgebaut. So kommen zu den bereits bestehenden „Ostsee-Aschern“ in Warnemünde fünf weitere dazu, zwei davon erstmals im Seebad Markgrafenheide. Auf Initiative der Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde in Kooperation mit dem Amt für Umweltschutz wird künftig der Einsatz von biologisch abbaubarem Geschirr am Strand gefördert. An der Aktion teilnehmende Strandbewirtschafter erhalten eine Plakette zur Kennzeichnung des umweltfreundlichen Geschirrs und werden in die flankierenden Marketingmaßnahmen eingebunden.

Crossmediale Vermarktung der Urlaubsdestination

Zur Vermarktung der Destination werden auch in 2018 übergreifende Marketinginstrumente eingesetzt. Dazu gehört die Herausgabe des Urlaubskatalogs „Mein Urlaub Rostock & Warnemünde 2019“ und die stetige Weiterentwicklung der Website www.rostock.de sowie die Intensivierung der Social Media-Aktivitäten. Darüber hinaus erfolgt die Präsentation auf den publikumsstärksten Endverbraucher- und Fachbesuchermessen: CMT in Stuttgart, f.re.e in München und ITB in Berlin. Flankierend zu den Messeauftritten wird auf dem Brandenburgischen Reisemarkt, dem Hamburger Hafengeburtstag und dem Bürgerfest zum Tag der Deutschen Einheit in Berlin geworben.

Netzwerk & Kooperationen — Im Tourismus zusammen wachsen

Rostock Marketing setzt auch in 2018 zur Förderung und Stärkung des Netzwerkes auf die bewährten Veranstaltungen wie den Jahresempfang der Rostocker Touristiker und das zwei Mal jährlich stattfindende Tourismusfrühstück. Darüber hinaus werden die Partner in Hoteliersrunden zu ausgewählten touristischen Fragestellungen und Themen eingebunden.
Auch die Kooperation mit Partnern, Institutionen und touristischen Akteuren auf regionaler, Landes- und Bundesebene wird zur Schaffung von Synergieeffekten und zur Steigerung der nationalen und internationalen Bekanntheit der Destination fortgeführt.

Ziel aller Aktivitäten ist es, den Tourismus als Wirtschaftsfaktor mit hoher Wertschöpfung und Impulsgeber für die Hanse- und Universitätsstadt zu stärken. Diese Aufgabe kann Rostock Marketing nur gemeinsam mit der Unterstützung aller am Tourismus Teilhabenden erfüllen.
Tourismus ist und bleibt eine Gemeinschaftsaufgabe.

2017

ORGANE DER GESELLSCHAFT

Rostock Marketing

Der Aufsichtsrat von Rostock Marketing

Oliver Brünnich
Vorsitzender Aufsichtsrat,
Geschäftsführer, Rostocker Versorgungs- und Verkehrs-Holding GmbH

Anke Knitter
stellvertretende Vorsitzende Aufsichtsrat,
Bürgerschaft der Hanse- und Universitätsstadt Rostock, Fraktion der SPD

Dr. Helmut Schmidt
Bürgerschaft der Hanse- und Universitätsstadt Rostock, CDU-Fraktion

Margit Glasow
Bürgerschaft der Hanse- und Universitätsstadt Rostock, Fraktion DIE LINKE

Thorsten Ries
Geschäftsführer, Heinrich Hünicke GmbH & Co. KG

Christian Weiß
Geschäftsführer, Gesellschaft für Wirtschafts- und Technologieförderung Rostock mbH

Alexander Soyk
Vorstandsmitglied, Tourismusverein Rostock & Warnemünde e.V.

Die Gesellschafterversammlung

Oliver Brünnich
Geschäftsführer,
Rostocker Versorgungs- und Verkehrs-Holding GmbH

Jochen Bruhn
Geschäftsführer,
Rostocker Versorgungs- und Verkehrs-Holding GmbH

Der Fachbeirat von Rostock Marketing

Alexander Soyk
Vorsitzender Fachbeirat,
Vorstandsmitglied, Tourismusverein Rostock & Warnemünde e.V.

Udo Nagel
Geschäftsführer, Zoologischer Garten Rostock gGmbH

Petra Burmeister
stellvertretende Vorsitzende Fachbeirat,
Geschäftsführerin, inRostock GmbH
Messen, Kongresse & Events

Christian Hardt
Leiter Unternehmenskommunikation & Kreuzschifffahrt, ROSTOCK PORT GmbH

Hans-Hendrik Kopplow
Vorsitzender, Familiengeführte Privathotels und Pensionen in Rostock, Warnemünde und Umgebung e.V.

Bernd Fischer
Geschäftsführer, Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.

Kai Dau
Vorsitzender, DEHOGA MV e.V.
Regionalverband Rostock

Ulrich Kunze
Pressesprecher,
Hanse- und Universitätsstadt Rostock

Inga Knospe
Geschäftsführerin,
Großmarkt Rostock GmbH

Guido Zöllick
Präsident DEHOGA Bundesverband e.V.,
General Manager, Hotel NEPTUN

Christian Seifert
Handels- und Gewerbeverein Ostseebad Warnemünde e. V.

City-Kreis Rostock e.V.
zur Zeit unbesetzt

Das Team von Rostock Marketing

Matthias Fromm
Geschäftsführer

Michael Kulisch
Projektmanager

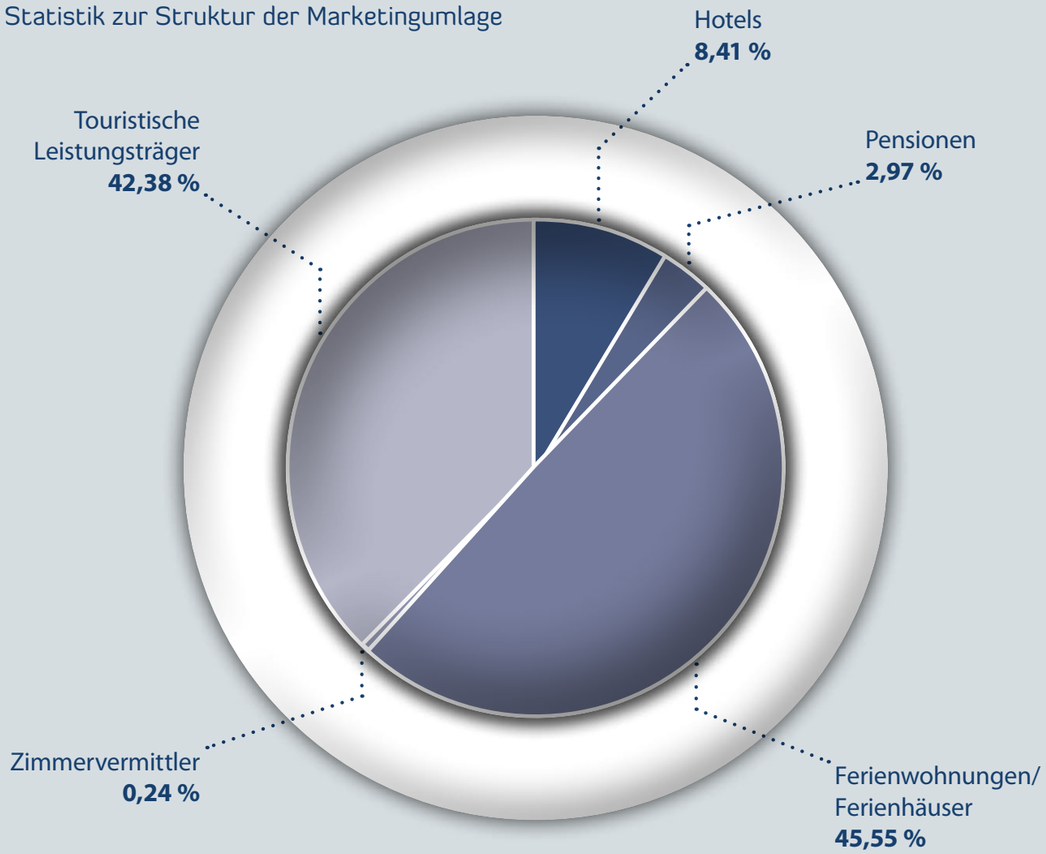
Sophie Lorenz
Projektmanagerin

Anke Vogelsang
Leitung Rostock Convention Bureau

2017

ZAHLEN UND FAKTEN

Statistik zur Struktur der Marketingumlage



Partner 2017	404
Hotels	34
Pensionen	12
Ferienwohnungen/Ferienhäuser	184
Zimmervermittler	1
Touristische Leistungsträger	173

Ertragslage 2017

Einnahmen	in T €
Umsatzerlöse	556
→ Marketingumlage	260
→ Werbung, Messen, Veranstaltungen	136
→ Provision, Sonstiges	160
sonstige betrieblichen Erträge	153
Summe:	**709**
Ausgaben	
betriebliche Aufwendungen	443
→ Werbung, Messen, Veranstaltungen	82
→ Printprodukte / Onlinevermarktung	77
→ Standortmarketing	93
→ Provision Zimmervermittlung Dritter/ Systemgebühren	84
→ sonstige Aufwendungen	107
Personalaufwand	226
Abschreibungen	17
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	8
Summe:	**694**
Jahresergebnis	**15**

Steuerbüro: Ley & Coll. • Wolfgang Molka StB • Kirsten Sprave StB • Ralf Plagemann RA/StB
Steuerberater Rechtsanwalt GbR
Wirtschaftsprüfer: AWADO Deutsche Audit GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Ankünfte 2017 (im Vergleich zum Vorjahr)

Januar	40.176	3,0 %
Februar	40.770	- 9,4 %
März	57.890	2,8 %
April	63.854	13,2 %
Mai	70.496	- 4,3 %
Juni	79.597	7,9 %
Juli	87.726	5,9 %
August	85.396	3,6 %
September	74.659	- 0,3 %
Oktober	66.948	- 0,9 %
November	52.523	- 1,8 %
Dezember	58.374	9,7 %
gesamt 2017	**774.927**	**2,1 %**

Übernachtungen 2017 (im Vergleich zum Vorjahr)

Januar	93.517	- 2,7 %
Februar	99.155	- 7,2 %
März	128.016	- 7,8 %
April	162.339	26,9 %
Mai	167.783	- 6,2 %
Juni	201.771	6,8 %
Juli	258.281	1,1 %
August	262.798	- 0,7 %
September	195.093	- 2,6 %
Oktober	185.808	5,2 %
November	116.045	0,1 %
Dezember	130.356	12,1 %
gesamt 2017	**1.996.539**	**1,5 %**

Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern

Beteiligungsmodelle für Gastgeber

Leistungspakete für Gastgeber nach Bettenzahl	Bildeintrag im Gastgeberverzeichnis „Mein Urlaub“	Zimmervermittlung rostock.de und Tourist-Informationen zzgl. Provision und gesetzlicher MwSt.	Vermarktung und Vermittlung im MICE-Segment zzgl. Provision und gesetzlicher MwSt.	Darstellung im Location Finder auf rostock-convention.de	Jahresbeitrag zzgl. gesetzlicher MwSt.
1 - 8 Basis A	x				200 €
1 - 8 Basis B	nur online	x			200 €
1 - 8 Gesamtpaket (= Basis A+B)	x	x			300 €
9 - 20	x	x	x	x	500 €
21 - 50	x	x	x	x	1.250 €
51 - 100	x	x	x	x	2.500 €
101 - 150	x	x	x	x	4.000 €
151 - 300	x	x	x	x	6.000 €
> 300	x	x	x	x	8.000 €

Beteiligungsmodelle für touristische Leistungsträger

Nettoumsatz des Unternehmens pro Jahr	Basiseintrag auf rostock.de	Auslage der Flyer in den Tourist-Informationen nach Verfügbarkeit	Verkauf bzw. Vermittlung in den Tourist-Informationen zzgl. Provision und MwSt.	Vermarktung und Vermittlung im MICE-Segment zzgl. Provision und MwSt.	Darstellung im Location Finder auf rostock-convention.de	Jahresbeitrag in Euro zzgl. gesetzlicher MwSt.
bis 250.000 €	x	x	x	x	x	500 €
250.001 € - 500.000 €	x	x	x	x	x	1.000 €
500.001 € - 1.000.000 €	x	x	x	x	x	1.500 €
ab 1.000.001 €	x	x	x	x	x	2.000 €

Beteiligungsmodelle für MeetMV-Partner

Leistungen	MeetMV-Premium Partner	MeetMV-Partner
Professionelle Vermarktung als Tagungslocation	x	x
Zielkundenakquise in definierten Zielmärkten	x	x
Einbindung in Marketing- und Vertriebsaktivitäten	x	x
ganzjährige Präsenz auf rostock-convention.de	x	x
Beteiligung an Messen und Branchenveranstaltungen	x	nur Flyer
Einladung Netzwerkveranstaltungen	x	
Vermittlunugsprovision zzgl. gesetzlicher MwSt.	10% Logis 5% F&B	15% Logis 10% F&B
Jahresbeitrag zzgl. gesetzlicher MwSt.	5.000 €	Special Locations bis 150 PAX: 1.000 € Special Locations ab 151 PAX: 2.000 € Tagungshotels bis 150 PAX: 2.000 € Kongresshotels und -hallen ab 150 PAX: 3.000 € Agenturen: 1.000 €

Im Tourismus zusammen wachsen

rostock marketing Tourismus

Impressum
Rostocker Gesellschaft für Tourismus und Marketing mbH
Geschäftsführer Matthias Fromm (V.i.S.d.P.)
Warnowufer 65
18057 Rostock

Telefon +49 (0) 381 381 - 2991
Telefax +49 (0) 381 381 - 2999
info@rostock-marketing.de
www.rostock-marketing.de

Konzeption & Redaktion
Rostocker Gesellschaft für Tourismus und Marketing mbH

Design, Satz & Produktion
Mylord Werbeagentur

Bildnachweis
Kristina Becker – Photovisionen, Taurus Werbeagentur, Natalie Kriwy/MERIAN/seasons.agency, Benno Kraehahn, Margit Wild, Speedsailing Grost, Mathias Rövensthal/IHK zu Rostock, Rostock Marketing, TMV/Duerst, Michael Lutz, Mirko Runge, Ernst-Dieter Alex, Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde, Ozeaneum Stralsund, Pepe Hartmann, TZRW/Joachim Kloock, TZRW/Timo Roth, Rostock Marketing/Thomas Ulrich, Matthias Marx, Andrey Popov/Fotolia.com, TMV/Thomas Ulrich, Rostock Marketing/Sebastian Krauleidis, Neil Gussey, TMV/Krauss, Dock Inn GmbH, Mylord Werbeagentur, nele-martensen.de, Rostock Marketing/Anne Katrin Hapke, Mirko Runge, TZRW/Thomas Ulrich, DEHOGA Bundesverband, avarooa/Fotolia.com, Rostock Marketing/Birgit Döring, Joachim Kloock, Rostock Marketing/Martin Moratz, Hanse Sail Rostock/Lutz Zimmermann, Rostock Marketing/Thomas Ulrich, pixflut/Jessica Brach

rostock marketing
Tourismus

Rostocker Gesellschaft für
Tourismus und Marketing mbH