Touristikertreffen Mecklenburgische Kleinseenplatte 2024

EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

Mecklenburgische Seenplatte

MV tut gut.

Inhalt

1. Neue Urlaubsmarke und Bilddatenbank
2. Fotoshootings Modellregionen 2023
3. Marketing Beteiligungsmöglichkeiten
4. Pressereisen und Fotoshootings 2024

Neue Urlaubsmarke

Freiraum

Markenkern.
Freiraum.

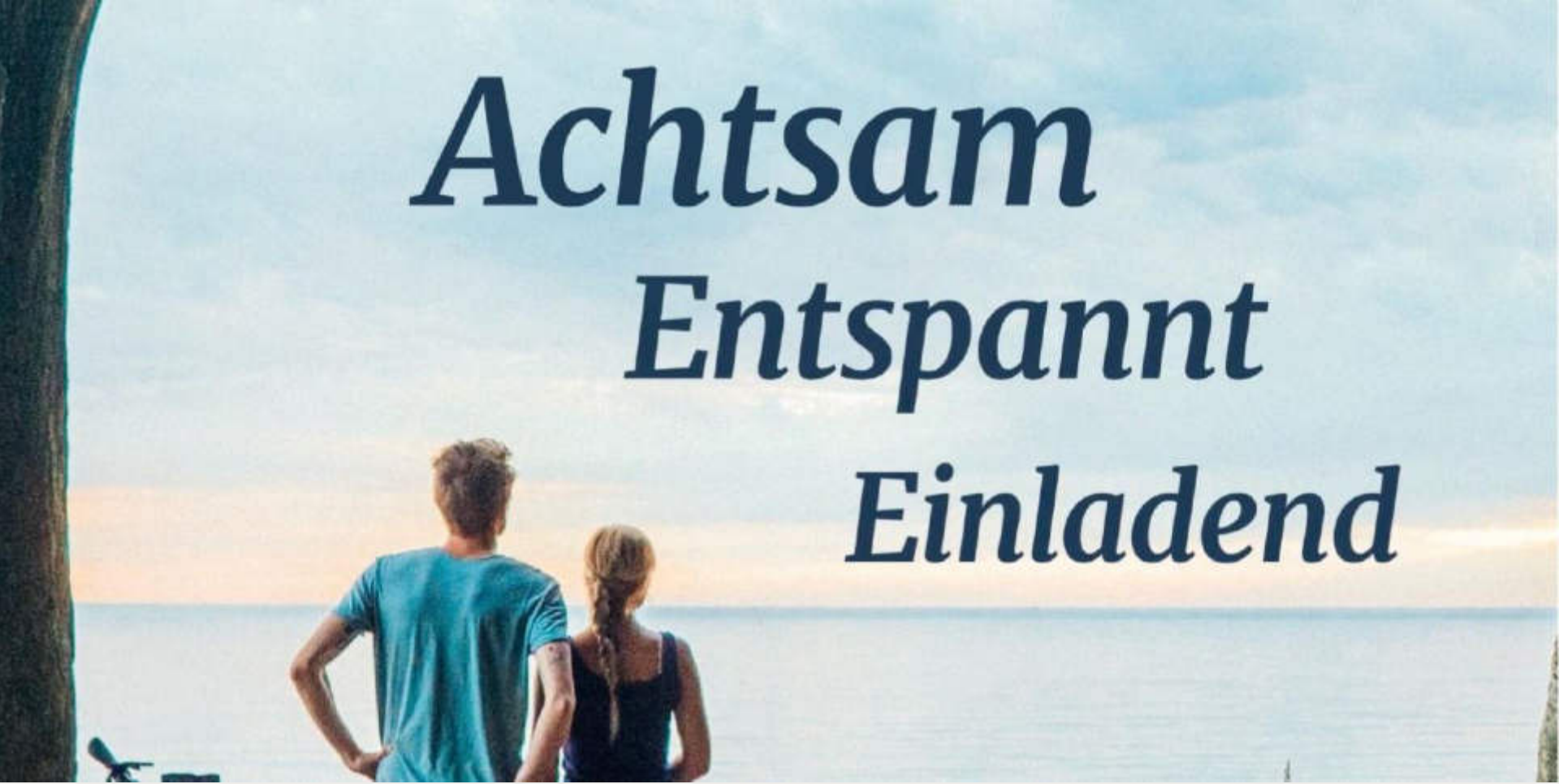
Freiraum ist der zentrale Markenkern des Urlaubslandes Mecklenburg-Vorpommern. Ein Sehnsuchtsversprechen an unsere Gäste und Einwohner, das zwei Dimensionen umfasst: Freiraum in der Landschaft und für die Seele – wenn man sich hier erholt, bewegt und wertvolle Erfahrungen sammelt.

Freiraum
fürs Leben

Freiraum
teilen

Freiraum schaffen

Freiraum bewahren


Achtsam
Entspannt
Einladend

Markenversprechen

Mecklenburg-Vorpommern
Das Urlaubsland.
MV

Markenvision - wofür soll die Marke in Zukunft stehen:	**Freiraum fürs Leben.** Mecklenburg-Vorpommern erzeugt in Zukunft ein werthaltigeres Bild von sich – über den Tourismus hinaus. Als Land mit viel Freiraum und großen Chancen zur Verwirklichung von Lebenszielen und Träumen balancieren wir die Entwicklung und Ressourcennutzung zwischen Natur, Einwohnern und Gästen aus.
Markenkern und Essenz - die Marke auf das Wesentliche reduziert:	**Freiraum.**
Leitgeschichte, die man weitererzählen kann:	Mecklenburg-Vorpommern mit seinen weiten wasserreichen Landschaften ist ein wunderbarer Rückzugsort für Mensch und Tier zugleich – den es behutsam zu erwandern, erradeln und erstaunen gilt. Mecklenburg-Vorpommern stillt die Sehnsucht nach Wasser und Weitblick. Hier finden Gäste und Einwohner Freiraum für die Seele.
Mission:	Freiraum teilen. / Freiraum schaffen. / Freiraum bewahren.
Werte, die uns prägen. Innenwirkung der Marke:	Wir sind einladend. / Wir sind entspannt. / Wir sind achtsam.
Markenversprechen:	**Freiraum-Garantie.** Als sympathische Gastgeber*innen schaffen wir Freiraum zum Wohlfühlen. / Unsere entspannte und unkomplizierte Art ermöglicht Freiraum für individuelle Entfaltung. / Wir achten Mensch und Natur.
Stilistik und Außenwirkung der Marke:	originell / inspirierend / sinnlich / emotional / klar
Bedürfnisse der Markenzielgruppen:	Neugier / Spontanität / Offenheit / Fantasie / Sinnlichkeit / Leichtigkeit / Toleranz
Markenclaim, bringt selbstbewusst auf den Punkt: Wir verstehen uns als erstklassiges Land zum Urlaub machen und bieten Spitzen-Expertise im Tourismus.	**Mecklenburg-Vorpommern. Das Urlaubsland.**

Was macht die Mecklenburgische Seenplatte und Schweiz besonders?

Die Positionierung der Mecklenburgischen Seenplatte und Schweiz innerhalb der Urlaubsmarke soll Gästen eine Orientierung bei der Urlaubsentscheidung bieten und der Region helfen sich von Mitbewerbern im Land und außerhalb von MV abzugrenzen.

MV Kampagne
SUP in der Kleinseenplatte

- 88 000 views bei Youtube bisher
- Umfangreiche Print- und Digitalkampagne
- Finanzierung durch den Verband MSE, Partner und den TMV

https://www.youtube.com/watch?v=kjCnIDvJdgk

Alles über die Marke
https://urlaubsmarke.tourismus.mv/

- Urlaubsmarke im Überblick
- Zielgruppen
- Vorlagen (Schriften, Layouts)
- Bilddatenbank mit hochwertigem Content

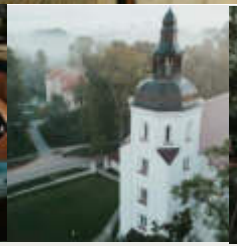
Sehnsucht nach Wasser und Weitblick | Mecklenburg-Vorpommern - Das Urlaubsland.

271.971 Aufrufe • vor 9 Monaten

https://www.youtube.com/watch?v=FWR_fi-Flqs

Fotoshootings Modellregion

Hochwertiger Foto- und Videocontent

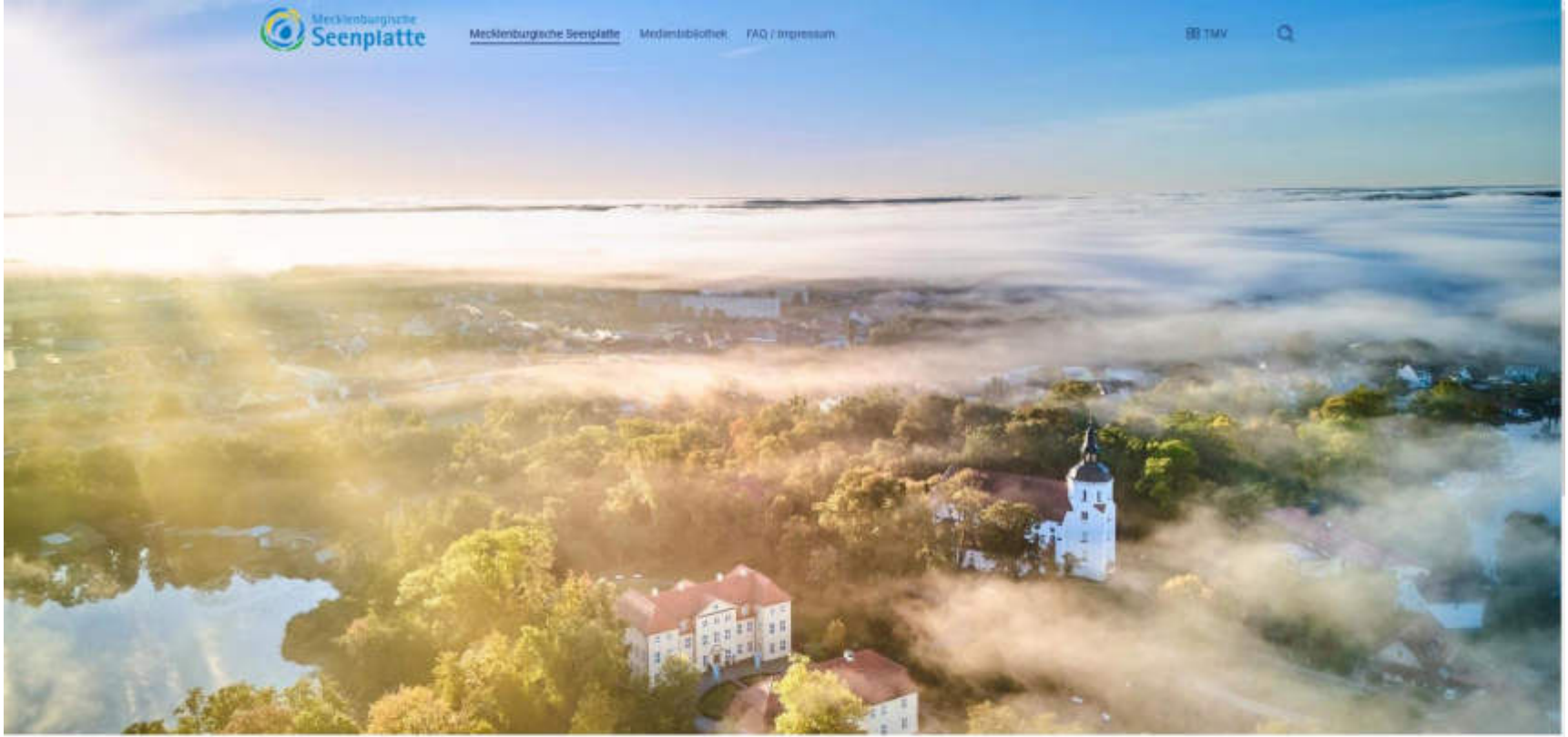


Video und Audio

Mecklenburgische Kleinseenplatte

https://vimeo.com/desirelinesagentur/review/906774939/2506e11a19

Audiobeitrag Mirow



Die Mecklenburgische Seenplatte

Das Gebiet zwischen Berlin und der Ostsee bildet ein endlos erscheinendes Revier aus Seen und Kanälen. Mit seinen 600 Kilometern führerscheinfreier Wasserstraßen ist es ein Eldorado für Hausbooturlaub und Rundtouren im Kanu.

Die Müritz ist der größte Binnensee Deutschlands (117 km²). An die unverbauten Ufer grenzen Bruchwälder, Naturschutzgebiete und Feuchtwiesen. Südlich davon schließt die Kleinseenplatte an: Ein Seen-Labyrinth mit einsamen Ankerbuchten, schilfbewachsenen Ufern und Seerosenparadiesen.

Foto und Video

- Eigener Zugang der Mecklenburgischen Seenplatte zur Bilddatenbank: https://urlaubsmarke.tourismus.mv/seenplatte
- Partner können die Fotos kostenfrei nutzen
- Videos werden alle bei youtube eingebunden und sind auch für die Partnerkanäle nutzbar

Marketing Beteiligungsmöglichkeiten

Website & Social Media

Beteiligungsmöglichkeit 2024

Landingpage: www.mecklenburgische-seenplatte.de

- Platzierung direkt auf der Startseite im oberen Bereich. Aktuelle oder inspirierende Urlaubsthemen werden in 3 Fenstern vorgestellt.
- Das 3. Fenster kann mit Urlaubsthemen, einem POI, einer Veranstaltung etc. belegt werden.
- Laufzeit: 1 bis 4 Wochen.
- Format: Foto oder Video, dahinter Verlinkung zum POI, Angebot/ Veranstaltung oder zu einer Story.
- Jährlich 1,4 Mio Aufrufe der Startseite

Kosten für Mitglieder:

1 Woche:	500 €	3 Wochen:	1200 €
2 Wochen:	900 €	4 Wochen:	1400 €

Sichtbarkeit erhöhen Themenseiten

Themenseite: z.B. www.mecklenburgische-seenplatte.de/familie

- Platzierung im oberen Teil der Themenseite mit einem Angebot, einer Story oder Verlinkung zur eigenen Website
- Angebote können zwischenzeitlich getauscht werden.
- Laufzeit ab 1 Monat

Kosten für Mitglieder:

1-3 Monate:	pro Monat 500 €
4-6 Monate:	pro Monat 400 €
7-12 Monate:	pro Monat 300 €

Socialmediapaket

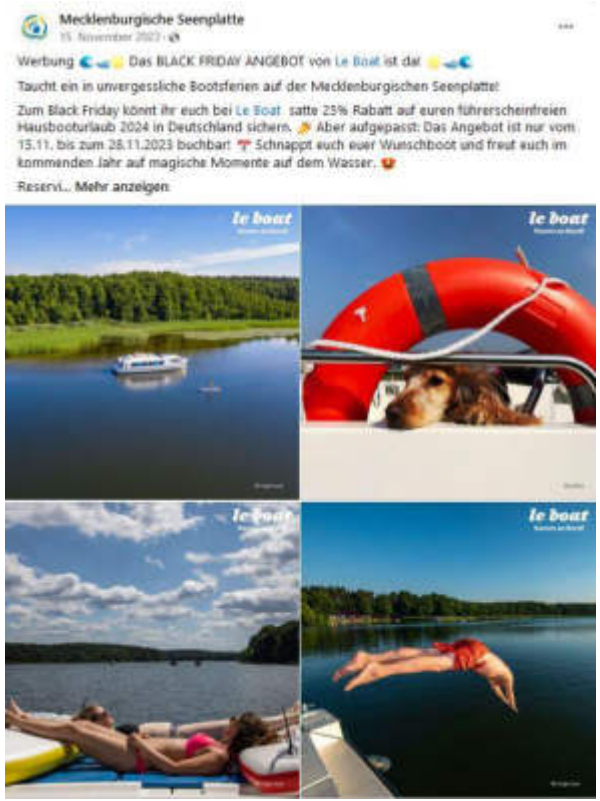
Facebook/Instagram

- Sie können Ihre Werbebotschaft/Ihr Angebot direkt an unsere Follower bringen, die an Urlaub in der Mecklenburgischen Seenplatte interessiert sind.
- Sie liefern Text und Fotos.
- Der Beitrag muss als *gesponsort* markiert sein.
- Facebook: 32 000 Follower
- Instagram: 4 000

Kosten für Mitglieder:

Crossposting FB/Insta

(für beide Kanäle zusammen): 150 €



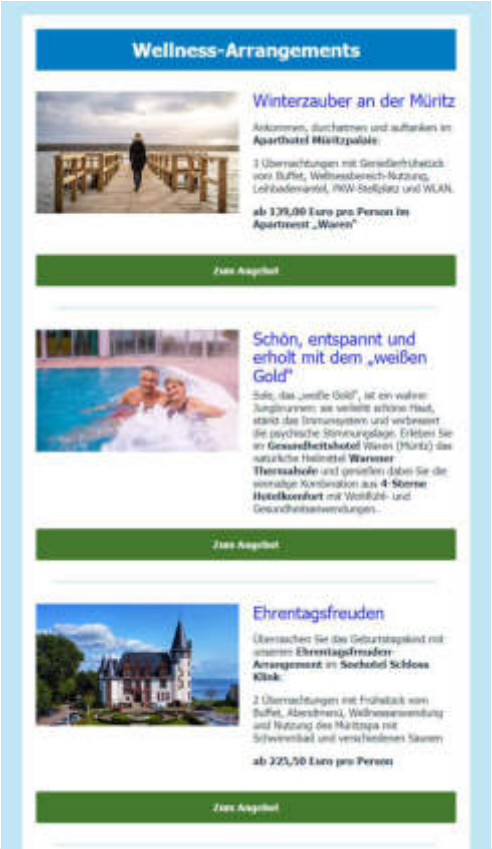
Gästenewsletter

Monatliches Mailing an Endkunden

- Monatlicher Versand, in der Regel am letzten Wochenende im Monat
- Pro Ausgabe stellen wir bis zu vier direkt buchbare Arrangements vor.
- Der Newsletter informiert über aktuelle Reisethemen und Angebote für die Mecklenburgische Seenplatte
- 20 000 Abonnenten, Öffnungsrate ca. 20 %

Kosten für Mitglieder:

200 €/Eintrag



Reisemagazin

Printbroschüre für Versand, Messen / Promotion

- Imagekatalog über die Mecklenburgische Seenplatte
- Vorwiegend Anzeigenfrei (Die Präsentation im Magazin ist nur Städten/ Gemeinden und Mitgliedern in bestimmten Themenbereichen vorbehalten.)
- Ausschließlich für die Neukundengewinnung
- Distribution via Versand, Messen und Promotion
- Auflage: 30.000 Stück

Pressereisen und Fotoshootings

Pressereisen

- Pressereise Berlin-Kopenhagen-Radweg
- Rbb Doku über Fahrgastschifffahrt
- „Reise zu den Sternen“ – Deutsches Handwerksblatt
- Pressereise Hausboot 55 Plus Magazin
- Blogger und Influencerreisen

Fotoshootings

- Die MV-Kampagne heißt zukünftig Die Kampagne. Reine digitale Ausspielung, keine Partnerbeteiligung mehr. Thema für 2025 Gravelbike
- Key Visual für die Mecklenburgische Seenplatte