

## Drei Urlaubswelten in einem Land

TUI-SCHULUNGSREIHE MACHT REISEBÜROMITARBEITER  
MIT MECKLENBURG-VORPOMMERN BEKANNT

**Wer heute ins Reisebüro geht, hat selten schon sein Urlaubsziel vor Augen. Das ist das Ergebnis einer Marktforschung des Reiseveranstalters TUI. Stattdessen wissen die meisten ganz genau, was sie in ihren Ferien machen wollen: einfach nur baden und entspannen, stilvoll genießen oder viel erleben. Entsprechend hat die TUI ihr Angebot in drei Reisewelten unterteilt. Wie Mecklenburg-Vorpommern die unterschiedlichen Bedürfnisse erfüllt, erfahren Reisebüromitarbeiter bei einer deutschlandweiten TUI-Schulungsreihe. Das Land Mecklenburg-Vorpommern ist als Hauptsponsor mit dabei. Ziel ist es, die Region mit all ihren Stärken noch bekannter zu machen.**

Mecklenburg-Vorpommern steht zusammen mit Kuba und Bayern im Mittelpunkt der insgesamt 97 Veranstaltungen – aufgeteilt in eine Erlebnistour und Intensivtrainings. Sie finden noch bis zum 8. Dezember 2006 in ganz Deutschland statt. Bei der Erlebnistour macht der Reiseveranstalter die Teilnehmer mit den Neuheiten und Höhepunkten für den Sommer 2007 vertraut. In den Intensivtrainings üben sich die Reisebüromitarbeiter in zielgruppenspezifischer Beratung. „Reisekaufleute kennen sich in der ganzen Welt aus. Nur das eigene Land kennen die meisten noch viel zu wenig“, sagt Bernhard Gläss, Leiter der Projektgruppe Landesmarketing. Das Schulungsangebot richtet sich an rund 8.000 Mitarbeiter der TUI, ihrer Franchise-Partner und freier Reisebüros. Das Stralsunder Getränkeunternehmen Nordmann



Die „Seebrücke Ahlbeck“ ist eines der Kampagnenmotive - und steht in den TUI-Expedientenveranstaltungen als eines der zentralen Motive stellvertretend für MV.

unterstützt das Engagement des Landesmarketings und hat ein besonderes Präsent für die Schulungsteilnehmer bereitgestellt.

### OSTSEE UND VIEL MEHR

Als Partner des Landesmarketings begleiten Vertreter des Tourismusverbands Mecklenburg-Vorpommern die Intensivtrainings. Mit einem Gewinnspiel stellen sie das bereits vorhandene Wissen der Reisefachleute auf die Probe. Darüber hinaus hat sich das Landesmarketing für alle Schulungsteilnehmer noch etwas Besonderes einfallen lassen. Nach dem Vorbild der Tagesschau präsentiert Till Demtröder, bekannt aus der Fernsehserie Großstadtrevier, in einem Film die Vorzüge von MV. „Unsere Nachrichten zeigen, dass das nördliche Bundesland mehr ist als die Ostsee und Rügen“, so Gläss. Die Reisebüromitarbeiter lernen Mecklenburg-Vorpommern als Region kennen, die von Wellness, Erholung und Wassersport bis hin zu Kultur und Tagungstourismus alles zu bieten hat. „Unsere Präsentation ist bisher ein riesiger Erfolg“, so das vorläufige Fazit von Bernhard Gläss. „Ich bin mir ziemlich sicher: Die Reisebüromitarbeiter werden kräftig die Werbetrommel für unser Bundesland rühren.“ Das Unternehmen Tchibo hat bereits angekündigt, seinen Mitarbeitern den MV-Film auf Incentive-Veranstaltungen zu zeigen, die in Mecklenburg-Vorpommern stattfinden.

## EDITORIAL



Liebe Leserinnen  
und Leser,

das Landesmarketing  
und seine Partner  
blicken auf ein erfolg-  
reiches Jahr 2006

zurück. Wir haben viele neue Ideen entwickelt und viele gemeinsame Projekte umgesetzt. Im Oktober fand etwa die Premierien-Matinee zu dem vielbeachteten NDR-Film „Uwe Johnson sieht fern“ in der Landesvertretung Mecklenburg-Vorpommern in Berlin statt. Das Beispiel Uwe Johnson zeigt, wie lebendig die Kulturlandschaft Mecklenburg-Vorpommerns auch im 20. Jahrhundert war. Außerdem waren wir auf dem Bürgerfest zum Tag der Deutschen Einheit in Kiel zu Gast. Tausende Besucher informierten sich dort über Mecklenburg-Vorpommern und seine attraktiven Angebote. Am Stand des Landesmarketings gab es eine besondere Überraschung. Wir verlosteten insgesamt acht Reisen für zwei Personen nach MV. Dafür beantworteten die Besucher Fragen zu unserem Land, beispielsweise zu den meisten Sonnenstunden oder dem größten Binnensee Deutschlands.

Über weitere Aktivitäten möchten wir Sie in dieser Ausgabe unseres Newsletters informieren. Zum Beispiel über zwei erfolgreiche Veranstaltungen des Netzwerks „Pro MV“ in Rostock. Oder über unser Engagement bei der TUI. MV ist zurzeit als Partner bei mehr als 90 Expedientenveranstaltungen in ganz Deutschland präsent. Darauf setzen wir auch in Zukunft. Gemeinsam mit vielen Verbündeten zu zeigen: MV tut gut.

Bernhard Gläss  
Leiter der Projektgruppe Landesmarketing

## Netzwerk „Pro MV“ erfolgreich für die Region

Der ehemalige UNO-Botschafter Dr. Gunter Pleuger und die Balletttänzerin Anja Behrend unterstützen das Netzwerk „Pro MV“. Mit einer Vorlesung und einem Tanzabend warben sie für ihre Heimat Mecklenburg-Vorpommern. Bereits im Sommer hatten der Kanute und Olympiasieger Andreas Dittmer sowie das Topmodel Amina Suzanne Köppinger mit medienwirksamen Veranstaltungen auf die Region aufmerksam gemacht. Unter dem Motto „MV tut gut.“ engagiert sich das Netzwerk „Pro MV“, um den Standort Mecklenburg-Vorpommern zu stärken und das Image des Landes zu profilieren – in MV und über seine Grenzen hinaus.

### Weltpolitik mit Dr. Gunter Pleuger

Mit einer Gastvorlesung an der Universität Rostock gewährte Deutschlands ehemaliger UNO-Botschafter Dr. Gunter Pleuger am 26. Oktober 2006 einen Blick hinter die Kulissen der Vereinten Nationen. Vor mehr als 300 Studenten und Gästen sprach der gebürtige Wismarer über seine Zeit als Chefdiplomat bei der UNO in New York. Sein Vortrag zum Thema „Zwischen Machtpolitik und Interessenungleich? Neue Herausforderungen und Bedrohungen der internationalen Staatengemeinschaft. Einblicke und Perspektiven“ beschäftigte sich mit den weltpolitischen Krisen der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft. Im Anschluss stellte sich Dr. Pleuger den Fragen des Publikums: Wie reagiert die UNO auf Terrorangst, nukleare Bedrohung und humanitäre Katastrophen? Ist sie überhaupt noch handlungsfähig? Welche Rolle

spielt Deutschland in der Weltorganisation? Bis in den späten Abend diskutierten Studenten und Gäste mit Dr. Pleuger, der als deutscher UNO-Botschafter zwischen 2002 und 2006 viele wichtige diplomatische Entscheidungen, beispielsweise im Vorfeld des Irakkriegs, begleitet hat.

„Aus seinem Rückblick auf diese Zeit und aus seinen Einsichten können wir alle lernen“, sagte Prof. Dr. Thomas Strothotte, Rektor der Universität Rostock. Auch Dr. Pleuger zog eine positive Bilanz: „Ich freue mich sehr, mit einem jungen und interessierten Publikum ins Gespräch gekommen zu sein.“ Die Gastvorlesung fand auf Initiative des Netzwerks „Pro MV“ statt. Dr. Pleuger unterstützt das Netzwerk, um auf seine Heimat Mecklenburg-Vorpommern aufmerksam zu machen.



UNO-Botschafter a.D. Dr. Gunter Pleuger im Audimax der Universität Rostock

### Exklusiver Ballettabend mit Anja Behrend



Ballettabend an der HMT Rostock

Aufmerksamkeit bescherte auch Anja Behrend am 5. November 2006 ihrer Heimatstadt Rostock. Die Tänzerin des Hamburger Balletts John Neumeier, die sich ebenfalls für das Netzwerk „Pro MV“ engagiert, sorgte mit einer exklusiven Ballettvorstellung für ein ausgebuchtes Haus in der Hochschule für Musik und Theater Rostock (HMT): Gemeinsam mit drei Kollegen - der ersten Solistin Heather Jurgensen sowie den Tänzern Emil Faskhoudtinov und Yaroslav Ivanenko - führte die Rostockerin das Stück „Herzstreik“ auf. Yaroslav Ivanenko hatte das Werk eigens für diesen Abend choreographiert. Das Tanzquartett wurde begleitet vom CONCERTINO Ensemble der HMT Rostock unter der Leitung von Prof. Petru Munteanu. Zudem sprachen Caroline Erdmann und Lisa Flachmeyer, Schauspielstu-

dierende an der Hochschule für Musik und Theater, Texte von Wladimir Wyssotskij und Jewgeni Jewtuschenko.

Nicht nur die etwa 400 Zuschauer, auch Anja Behrend war begeistert: „Es ist ein tolles Gefühl, nach so vielen Jahren wieder in meiner Geburtsstadt zu tanzen.“ Sie erhielt ihren ersten Ballettunterricht im Alter von sieben Jahren am Rostocker Konservatorium. Seit 1997 tanzt sie im berühmten John-Neumeier-Ballett in Hamburg. Dessen Tournée führten die Tänzerin um die ganze Welt. Der Ballettabend in Rostock ging auf ihre Initiative zurück, da sie sich der Region Mecklenburg-Vorpommern weiterhin eng verbunden fühlt. Veranstaltet wurde „Herzstreik“ von der Hochschule für Musik und Theater Rostock und dem Netzwerk „Pro MV“.

# „Mecklenburg-Vorpommern ist für Wassersportfans ein wahres Eldorado“

INTERVIEW MIT HARALD KUHNLE, GESCHÄFTSFÜHRER DES TOURISTIKUNTERNEHMENS UND HAUS-BOOTSPESIALISTEN KUHNLE-TOURS

**[em vau] kompakt:** Vor über 25 Jahren gründeten Sie Kuhnle-Tours in Ihrer Heimat Stuttgart. Heute liegt die Zentrale Ihres Unternehmens im Hafendorf Müritz in Rechlin. Warum haben Sie sich für Mecklenburg-Vorpommern entschieden?

**Harald Kuhnle:** Die Wassersportbedingungen sind in Mecklenburg-Vorpommern einfach einzigartig: Mit der Müritz, dem größten deutschen Binnensee, und der Mecklenburgischen Seenplatte sind wir Teil des größten zusammenhängenden Wassersportreviers in ganz Europa. Das macht die Region für Urlauber und Wassersportfans besonders attraktiv. Unsere Gäste kommen übrigens nicht nur aus Deutschland, sondern auch aus dem Ausland.

**[em vau] kompakt:** Mecklenburg-Vorpommern ist Reiseland Nummer 1 in Deutschland. Allein Ihr Unternehmen hatte in der vergangenen Saison mehr als 18.000 Gäste. Was macht das Land neben dem Wassersport so beliebt?

**Harald Kuhnle:** Es gibt unzählige spannende Dinge zu erleben, zum Beispiel kulturelle. So lohnt sich auf jeden Fall ein Besuch der beiden Unesco-Welterbestädte Wismar und Stralsund. Wer es lieber ruhig angehen möchte, kann hier wunderbar einfach die Natur erleben oder die zahlreichen Wellness-Angebote nutzen. MV ist wirklich sehr vielfältig – und das spricht sich zunehmend auch bei unseren europäischen Nachbarn herum.

**[em vau] kompakt:** Mittlerweile gibt es fünf Standorte von Kuhnle-Tours in Mecklenburg-Vorpommern. Kommen Ihre Mitarbeiter denn alle aus der hiesigen Region?

**Harald Kuhnle:** Nicht alle, aber der Großteil. Unsere Mitarbeiter sind alle sehr naturverbunden und lieben ihre Heimat. Keiner könnte unsere Gäste mehr für MV begeistern als die Menschen, die hier leben. Unsere Mitarbeiter sind sehr aufmerksam und serviceorientiert – man könnte, vor dem Hintergrund meiner schwäbischen Herkunft, augenzwinkernd sagen: Wir können alles – sogar hochdeutsch!

**[em vau] kompakt:** Mit dem Kuhnle-Tours Förderverein unterstützen Sie auch den Nachwuchs – warum denken Sie ist Wassersport für die Jugend wichtig?



**Harald Kuhnle:** Der Wassersport bietet besonders vielseitige Lern- und Entwicklungsbereiche. Er fördert beispielsweise das Gleichgewicht und die Koordinationsfähigkeit bei Kindern sowie das handwerkliche Geschick. Hinzu kommt, dass die jungen Menschen früh lernen, selbstständig Entscheidungen zu treffen und Verantwortung zu übernehmen. Aber abgesehen davon macht die Freizeitbeschäftigung auf dem Wasser einfach riesig Spaß – und mit anderen Gleichgesinnten gleich noch viel mehr! Und das gilt natürlich genauso für die Erwachsenen.

## + + + G 8 - N E W S + + +

### The Place to Be - Mecklenburg-Vorpommern ist Gastgeber des G8-Gipfels 2007



„The Place to Be“: Mecklenburg-Vorpommern präsentiert sich als attraktiver Standort - nicht nur in Heiligendamm

Wenn die Staats- und Regierungschefs der sieben größten Industrienationen und Russlands Anfang Juni 2007 in Heiligendamm zusammenkommen, ist Mecklenburg-Vorpommern der Ort der wichtigsten politischen und wirtschaftlichen Entscheidungen. Mehrere tausend Medienvertreter aus aller Welt sind dann in der Region, um die Ereignisse zu verfolgen. Das Landesmarketing nutzt diese große Medienaufmerksamkeit. Denn MV möchte nicht nur ein kompetenter Gastgeber sein, sondern auch als attraktiver Standort wahrgenommen werden. Deshalb laufen derzeit die Planungen für Presse- und Medienarbeit für die Journalisten auf Hochtouren. Das Landesmarketing koordiniert dabei die Pro-

jekte der Landesregierung, des Presse- und Informationsamts der Bundesregierung und anderer Partner aus MV und Deutschland sowie die Sponsorenbeiträge.

Um im Vorfeld des G8-Gipfels wahrgenommen zu werden, rückt MV mit wenigen, aber kraftvollen Maßnahmen ins Blickfeld der Journalisten. Das geht von der Begrüßung auf dem Flughafen über das Media Center in Kühlungsborn bis hin zu einem abwechslungsreichen Freizeitprogramm vor Ort. Dass die Region wunderschön ist, sehen die Medienvertreter dabei selbst - das Landesmarketing zeigt ihnen aber noch andere Beispiele, die deutlich machen: MV tut gut.

## 550 Jahre Universität Greifswald

Das Landesmarketing Mecklenburg-Vorpommern unterstützt die Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald in ihrem Jubiläumsjahr. Unter anderem wurden gemeinsam bundesweit Anzeigen geschaltet. „MV tut gut.“ war außerdem Partner der Deut-

schen Hochschulmeisterschaften im Beachvolleyball, die vom 7. bis 9. Juli im Strandbad Eldena in Greifswald stattgefunden haben und gemeinsam von der Universität Greifswald und der ESV Turbine Greifswald veranstaltet wurden.

## „MV tut gut.“ Partner der Wissenskarawane

Insgesamt neun Stationen hatte die Wissenskarawane MV, die im September und Oktober in Mecklenburg-Vorpommern auf Tour war. Ziel der Aktion war es, Schülerinnen und Schüler über ihre Zukunftschancen und Perspektiven an den verschiedenen Wissenschaftsstandorten in MV zu informieren.



Neben Vorträgen, Präsentationen und Führungen erhielten die Schüler auch direkte Einblicke in die tägliche Arbeit der Wissenschaftler. Außerdem wurden in einer Ausstellung spannende Experimente und spektakuläre Phänomene der Wissenschaft gezeigt. Stationen waren unter anderem das

## Mecklenburg-Vorpommern bei Versammlung der Regionen Europas (AER)

Bei AER-Konferenzen in Heraklion und Wien wurde MV als positives Beispiel für die Profilbildung europäischer Regionen vorgestellt. Themen der Beiträge waren „Kultur als Faktor für das Regionenimage“ (Wien) und „Regionale Produkte“ (Heraklion). Die Teilnehmer waren sich darin einig, dass Regionenmarke-

ting vor dem Hintergrund des zunehmenden Wettbewerbs der europäischen Regionen - vor allem im Bereich Wirtschaft - ein zentraler Schritt zur Profilierung ist. Die Versammlung der Regionen Europas zählt 255 Regionen aus 30 Ländern und 13 interregionale Organisationen zu ihren Mitgliedern.

## Kulturführer und Publikation zum Innovationsstandort MV geplant

Unter Federführung des Landesmarketings entsteht zurzeit ein Kulturführer Mecklenburg-Vorpommern, der MV unter dem Motto „Places to Be“ noch stärker als Kulturlandschaft profilieren soll. Ziel ist es, Kulturinteressierte und Touristen aus ganz Deutschland mit der Publikation auf die vielfältigen und hochwertigen Angebote in MV aufmerksam

zu machen. Gemeinsam mit Partnern wie der TUI und der Deutschen Kreditbank AG soll der Kulturführer bundesweit vertrieben werden. Außerdem plant „MV tut gut.“ gemeinsam mit der Patent- und Verwertungsagentur Mecklenburg-Vorpommern eine Publikation, die Ideen aus dem Forschungsland MV und ihre Nutzung vorstellt.

## VERANSTALTUNGEN

+++ SchulKinoWochen +++ 4. bis 8. Dezember 2006 +++ in 40 Kinos in MV +++ das Kino wird zum Klassenzimmer +++ [www.schulkino Wochen.de](http://www.schulkino Wochen.de) +++

+++ Internationale Grüne Woche +++ 19. bis 28. Januar 2007 +++ Messezentrum Berlin +++ Ausstellung für Ernährungswirtschaft, Landwirtschaft und Gartenbau +++ Mecklenburg-Vorpommern-Halle: 5.2 b +++ [www.igw-mv.de](http://www.igw-mv.de) +++


+++ Boot-Düsseldorf +++ 20. bis 28. Januar 2007 +++ internationale Bootsausstellung +++ Messezentrum Düsseldorf +++ [www.boot.de](http://www.boot.de) +++

+++ Wallenstein-Symposium +++ Ende Januar 2006 +++ Rostock +++ das Landesmarketing lädt Experten zu der Frage ein: Ist Wallenstein ein Thema unserer Zeit? +++ [www.mv-tut-gut.de](http://www.mv-tut-gut.de) +++

Wi55en lockt.

550 Jahre Universität Greifswald

Der Bundespräsident und die Königin von Schweden gratulieren persönlich der Universität Greifswald zum 550. Jahrestag ihrer Gründung am 17. Oktober 2006.

Tradition und Zukunft made in  *MV tut gut.*

Mehr Informationen: [www.mv-tut-gut.de](http://www.mv-tut-gut.de)

Leibniz-Institut für Atmosphärenphysik in Kühlungsborn, das Technologie- und Gewerbezentrum Wismar oder das Max-Planck-Institut für demografische Forschung Rostock. Die Wissenskarawane ist ein Projekt von Bildungsministerium und Landesmarketing MV sowie der Friedrich-Ebert-Stiftung. Mehr Informationen unter:

[www.wissenskarawane-mv.de](http://www.wissenskarawane-mv.de)

## I M P R E S S U M

### HERAUSGEBER

Projektgruppe Landesmarketing  
Bernhard Gläss (V.i.S.d.P.)  
Johannes-Stelling-Straße 14  
D-19053 Schwerin  
Telefon: +49 385 588-5795  
Telefax: +49 385 588-5797  
E-Mail: [p.landesmarketing@wm.mv-regierung.de](mailto:p.landesmarketing@wm.mv-regierung.de)  
Internet: [www.mv-tut-gut.de](http://www.mv-tut-gut.de)

### BILDNACHWEIS

Kuhnle-Tours, Projektgruppe  
Landesmarketing, Wissenskarawane MV

### REDAKTION

Projektgruppe Landesmarketing;  
Pleon Kohtes Klewes GmbH, Berlin

### KONZEPT & LAYOUT

Pleon Kohtes Klewes GmbH, Berlin

### ERSCHEINUNGSWEISE

Viermal jährlich

### NÄCHSTER ERSCHEINUNGSTERMIN

Februar 2007

### COPYRIGHT

Projektgruppe Landesmarketing

Auf Wunsch erhalten Sie [em vau] kompakt auch als PDF-Datei. Hierfür genügt eine kurze E-Mail an die Projektgruppe Landesmarketing.