



„DAS BLAUE PARADIES“

*Netzwerk zum Wasserwandern in
Mecklenburg-Vorpommern &
Brandenburg-Berlin*

Antje Hansch | TMV



Das Gebiet

- *Herzstück ist die Mecklenburgische Seenplatte mit der Müritz*
- *Die größeren Seen durch zahlreiche Flüsse & Wasserstraßen verbunden*



Europas größtes vernetztes Wassersportrevier

- *Gesamtfläche von 52.896 km², davon*
 - *In Mecklenburg-Vorpommern 14.500 km²*
 - *In Brandenburg 29.481 km²*
 - *In Berlin 8.815 km²*
- *5.000 Seen – fast die Hälfte aller deutschen Stillgewässer*
- *59.400 km Fließgewässer, darunter Spree, Havel, Elde*
- *Mittlerweile 490 Marinas mit rund 17.800 Liegeplätzen sowie 290 Wasserwanderrastplätze & 120 Biwakplätze im Revier*



Das Netzwerk

- *Kooperationspartner:*
 - *Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.*
 - *TMB Tourismusmarketing Brandenburg GmbH*
 - *Weiterhin Zusammenarbeit mit regionalen Partnern & Unterstützung durch Berlin Tourismus Marketing GmbH*
- *Gründung der strategischen Partnerschaft zur Saison 2006*
- *Bündelung der Binnenreviere von MV/ BB/ Berlin und Vermarktung als eine Destination – Überwindung des Konkurrenzdenkens*
- *Durch Zusammenlegen der Marketingbudgets erreichen die Partner eine neue kommunikative Größe*



Gründe für die Kooperation

- *Nach der Wende erfolgte Ausbau der wassertouristischen Infrastruktur & Abbau von Zugangshemmnissen, wachsende Vielfalt der touristischen Anbieter in diesem Segment*
- *Besonders stark wuchs Nachfrage nach Charterbooten > Boom durch Einführung des Charterscheins im Jahr 2000 in MV & BB*
- *2005 Einführung des Touristenfischereischeines in MV, seither über 46.000 verkauft (28 Tage gültig, für 20,00 €)*
- *Einführung von besucherfreundlichen Leit- & Qualitätssystemen – zunehmende Kooperation von MV & BB*
- *Bisher jedoch kleinteilige Zuständigkeiten & Marktzersplitterung*
- *Potenziele für länderübergreifendes Marketing wurde durch Analysen des Kundenverhaltens gesehen*

Ziele & Strategien

- *Koordinierter Ausbau von Infrastruktur & Angeboten, Schließung von Versorgungslücken & Beseitigung von Engpässen*
- *Vermeidung von Parallelentwicklungen & Überkapazitäten*
- *Schaffung bzw. Erhaltung eines alleinstellenden & nachfrageorientierten Angebotsspektrums*
- *Zentrales Anliegen: einfache Buchbarkeit der Angebote, einheitliche Darstellung der Informationen zum blauen Paradies, Schaffung von Markttransparenz*
- *Langfristige Bindung von Stammgästen, Rückgewinnung von auf ausländische Wasserdestinationen fixierte Gäste & Ansprache neuer Zielgruppen*
- *Innenmarketing, Vernetzung fördern*

Alleinstellungsmerkmal

- *Dach-Name „Das blaue Paradies“ steht für paradiesische Fülle & große Naturnähe*
- *Größtes Gewässernetz Europas*
- *Deckt die gesamte Palette der modernen wassertouristischen Angebote ab > Vielfalt der Urlaubsmöglichkeiten, auch Nischenprodukte*
- *Unzählige Möglichkeiten Angebote miteinander zu kombinieren > wird durch die Vernetzung optimiert*
- *Verknüpfung mit Land-seitigen Angeboten, Verbindung von Natur & Kultur*



Der Katalog als wichtiges Marketinginstrument



2006 – 100.000 Exemplare



2008 – 130.000 Exemplare



2010 – vorauss. 150.000 Exemplare

Der aktuelle Katalog 2010

- *Zielgruppenspezifische, systematische Informationen nach einheitlichem Standard um Reiseplanung zu erleichtern*
- *80-seitige Broschüre mit 237 Angeboten und Anbietern, darunter auch Pauschalen & Charterangebote*
- *Wichtige Service-Informationen für Motorbootfahrer, Segler & Kanuten*
- *Übersichtliche Differenzierung nach Revieren & Regionen mit detailreichen Karten*
- *Zahlreiche Tipps & Empfehlungen für den Landgang (Beherbergung, Gastronomie, Radfahren, Wandern, Kultur etc.)*

40 Tourenempfehlungen entwickelt

Große Rundtour Blaues Paradies

Berlin - Potsdam - Brandenburg an der Havel - Havelberg - Dömitz - Plau am See - Waren (Müritz) - Mecklenburgische Kleinseenplatte - Fürstenberg/Havel - Liebenwalde - Oranienburg - Berlin



1 Der kleine Hafen von Plau am See ist ein beliebtes Ausflugsziel. 2 Auf der Müritzer-Elde-Wasserstr.



A Karnitz - Neukalen - Malchin - Dahmen
Mecklenburg-Vorpommern | Länge/Dauer: 30 km / 2 Tage Revier: Peene & Seen der Mecklenburgischen Schweiz

B Verchen - Demmin - Loitz - Jarmen - Anklam
Mecklenburg-Vorpommern | Länge/Dauer: 80 km / 6-7 Tage Revier: Peene & Seen der Mecklenburgischen Schweiz Anbieter: Aquila Naturreisen, S. 63 Nr. 31



Tages- & Mehrtagestouren
Für Motorbootfahrer,
Hausbootfahrer, Segler
& Kanuten

Detaillierte Informationen im
Internet auf den interaktiven
Karten

Internetauftritt www.das-blaue-paradies.de

- *Anfang 2010 überarbeitet*
- *Infos & Touren für Kanu, Motorboot & Segeln*
- *Auch auf Niederländisch*



Das blaue Paradies

Europas größtes Wassersportrevier im Nordosten Deutschlands:
Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg und Berlin

Grenzenlose Freiheit, kulturelle Highlights und in weiten Teilen unberührte Natur - dieses Revier der Superlative ist tage- und wochenlang ein Eldorado für Seen-Süchtige! Kommen Sie an Bord und nehmen Sie Kurs auf...!

- 1 Tollensesee & Penzliner Seen
- 2 Feldberger Seenlandschaft
- 3 Uecker-Randow & Stettiner Haff
- 4 Peene & Seen der Mecklenburgischen Schweiz
- 5 Recknitz & Trebel
- 6 Warnow & Einzugsgebiet
- 7 Schaalsee & Ratzeburger See
- 8 Schweriner Seen
- 9 Müritz-Elde-Wasserstraße, Störkanal & Naturpark Mecklenburgisches Elbetal
- 10 Mecklenburgische Großseen
- 11 Mecklenburgische Kleinseen
- 12 Ruppiner Gewässer und Obere Havel
- 13 Finowkanal - Werbellinsee - Oder
- 14 Flusslandschaft Untere Havelniederung
- 15 Potsdamer und Brandenburger Havelseen
- 16 Wassermetropole Berlin
- 17 Seenland Oder-Spree und Dahme Seengebiet
- 18 Spreewald
- 19 Lausitzer Seenland
- 20 Elbe-Elster-Region

Legende:

- Kanu-Touren
- Motorboot-Touren
- Segel-Touren
- Literatur / Kartenhinweise
- Barrierefrei für Alle
- Mit Rücksicht und Sicherheit unterwegs
- Anreispartner für Ihre Urlaubsplanung

Impressum TMB/TMV 2010 

Marketing- & Kommunikationsmittel

- *Katalog und Internetseite sind die wichtigsten Informationsmedien zum Blauen Paradies*
- *Online-Marketing – Newsletter, Direktmailings, Präsentation auf diversen Microsites der Verbände & in den interaktiven Karten*
- *Anzeigenkampagnen in zielgruppenspez. Medien*
- *Präsentation auf mindestens 30 nationalen Messen & Veranstaltungen (ITB, Boot Düsseldorf, Hanse Boot, Boot Berlin etc.)*
- *Pressearbeit mit gemeinsamen Pressekonferenzen, Presseaussendungen & Pressereisen*
- *Auslandsmarketing in den Niederlanden*

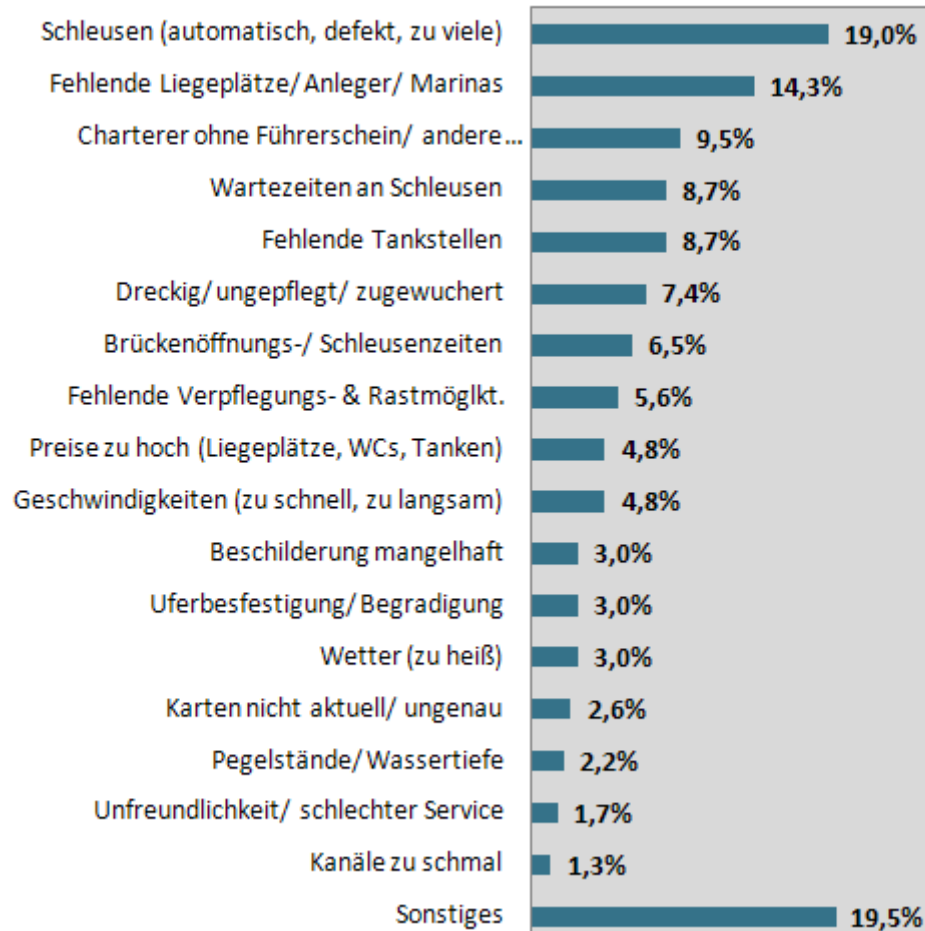


Wirtschaftliche Entwicklung & Erfolge

- *Überdurchschnittliches Übernachtungswachstum im blauen Paradies*
- *Wachsende Nachfrage nach Charter- & Hausbooten*
- *Rund 474 Mio. Euro Umsatz im Maritimen Tourismus in MV, in 10 Jahren um das 3-fache gestiegen*
- *Seit 2006 steigender Absatz der Kataloge „Blaues Paradies“*
- *Steigende Zahl der Presseartikel zum Blauen Paradies & Wassertourismus in MV*
 - *2008 rund 8,6 Mio. Exemplare mit Bruttoreichweite von 16,0 Mio. Personen*
 - *2009 rund 14,66 Mio. Exemplare mit Bruttoreichweite von 37,8 Mio. Personen*

Gästebefragungsergebnisse an der Müritz-Elde-Wasserstraße/ Störkanal

Negatives/ Schwächen aus Sicht der Wasserwanderer



- *Vor allem die Schleusen (Automatik, Wartezeiten) geben viel Anlass zur Kritik*
- *Weiterhin fehlen Liegeplätze & Anleger sowie Wassertankstellen*

Zusammenfassung offener Antworten

20
Jahre

Mecklenburg
Vorpommern

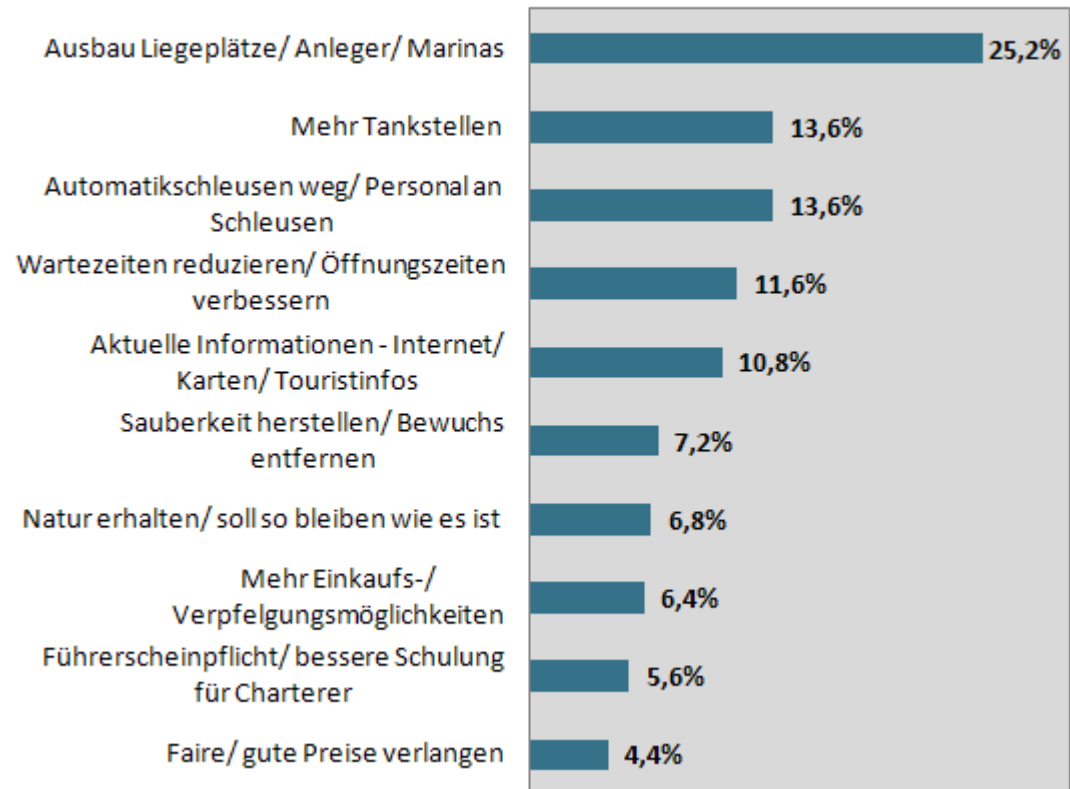


*Mecklenburg
Vorpommern*

Wünsche/ Verbesserungsvorschläge der Gäste

- *Bei den Wünschen dominiert der Ausbau der Liegeplätze & Anleger sowie der Ausbau des Tankstellennetzes*
- *Auch die Verbesserungen an der Schleusen (Einsatz von Personal, Reduktion der Wartezeiten) sind besonders wichtig*

Wichtigste Wünsche der Wasserwanderer (offene Antworten)



Zukünftige Aufgaben

- *Anhaltende Qualitätsentwicklung durch Klassifizierung, Zertifizierung, Weiterbildung, Beschwerdemanagement, Serviceorientierung etc.*
- *Innovative Produktentwicklung, welche sich an den Bedürfnissen der wassertouristischen Zielgruppen ausrichtet, nachfragegerechte Pauschalen*
- *Erhalt der Naturnähe durch behutsamen Ausbau bzw. Optimierung der Infrastruktur & Stärkung der kulturellen Eigenarten der Regionen*
- *Langfristig Steigerung der Nachfrage aus dem Ausland, Akquise neuer Zielgruppen*
- *Deutlicher Optimierungsbedarf bei barrierefreien Urlaubsangeboten*
- *Konsequente Marktforschung & Marktbeobachtung*

DAS BLAUE PARADIES



**Herzlichen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**

Antje Hansch | a.hansch@auf-nach-mv.de