Presseinformation

Rostock | 13. September 2025

Pressemappe zur Gruppenpressereise: „Ablegen und ankommen: Mit dem Hausboot durch Deutschlands Seenland“

Inhalt

- Neuer Schwung für die Marke „Deutschlands Seenland“: Bundesländerübergreifende Allianz wird ausgebaut
- Branchenumfrage Sommer 2025: Mehrheit der Gastgebenden zufrieden
- Tourismusmusverband Mecklenburg-Vorpommern wirbt für Herbsturlaub im Urlaubsland
- Wein aus Welzin: Ernte auf der Insel Usedom steht kurz bevor
- Neues NABU-Erlebniszentrum KRANICHWELTEN öffnet am 6. September

Link zur Mediendatenbank: urlaubsnachrichten.de/pressefotos

Presseinformation

Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.
Konrad-Zuse-Straße 2
18057 Rostock · Germany
www.auf-nach-mv.de
www.off-to-mv.com

Pressekontakt:
Katrin Hackbarth
fon: +49 381 4030-610
presse@auf-nach-mv.de
www.urlaubsnachrichten.de

Neuer Schwung für die Marke „Deutschlands Seenland“: Bundesländerübergreifende Allianz wird ausgebaut

Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern treiben die Initiative für einen nachhaltigen und zukunftsfähigen Wassertourismus unter der Marke „Deutschlands Seenland“ voran / „Deutschlands Seenland“ ist nun auch als Marke eingetragen

Eine bundesweit einzigartige Allianz für die Bewerbung des Wassertourismus in Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern geht in die nächste Runde: Die Tourismusorganisationen visitBerlin Berlin Tourismus & Kongress GmbH, TMB Tourismus-Marketing Brandenburg und der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern haben ihre seit 2022 bestehende Kooperation im Wassertourismus mit dem Titel „Deutschlands Seenland“ verlängert und die Marke „Deutschlands Seenland“ schützen lassen. Ziel der Kooperation ist es, wassertouristische Angebote, angefangen beim Hausbootfahren bis hin zum Paddeln, Aktivurlaubern näherzubringen.

Die verbundenen Wasserreviere der drei Kooperationspartner bilden mit mehr als 5.000 Seen und 60.000 Kilometern Fließgewässer gemeinsam Deutschlands größtes zusammenhängendes Wassersportrevier, das auf rund 900 Kilometern auch führerscheinfrei befahren und erlebt werden kann.

Dazu Dr. Wolfgang Blank, Minister für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit Mecklenburg-Vorpommern: „Diese Kooperation ist ein Gewinn für alle: Gemeinsam und länderübergreifend können wir das große touristische Potenzial auf dem Wasser noch besser nutzen. ‚Deutschlands Seenland’ ist ein einzigartiges Highlight, das für den Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern neue wirtschaftliche Möglichkeiten bringt.“

Daniel Keller, Minister für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Klimaschutz Brandenburg, ergänzte: „Brandenburg hat mehr als 3.000 Seen und unzählige Kilometer Fließgewässer. Deshalb ist ‚Deutschlands Seenland’ eine wichtige Marketinginitiative für uns. Gemeinsam und

deutschlandweit bewerben Brandenburg, Berlin und Mecklenburg-Vorpommern ein einzigartiges, länderübergreifendes Wassersportrevier. Durch den Wassertourismus wird Wertschöpfung und Lebensqualität in den Regionen generiert, denn er stärkt regionale Infrastrukturen sowie gastgewerbliche und freizeitbezogene Angebote. Davon profitieren Einheimische wie Gäste gleichermaßen."

Franziska Giffey, Bürgermeisterin und Senatorin für Wirtschaft, Energie und Betriebe in Berlin, fügte hinzu: „Ostdeutschland ist ein wunderschönes Seenland. Damit die Wasserfreunde ihren Sport oder Urlaub noch besser planen können, arbeiten Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern zusammen. Unser Ziel ist klar: Wir wollen die Menschen für unser einzigartiges Wasserangebot gemeinsam begeistern und dafür sorgen, dass sie über Bundeslandgrenzen hinweg leicht an praktische Informationen zum Wassertourismus kommen, die geltenden Regeln kennen und ihre Touren mit grenzenloser Wasserfreude genießen können."

Neuer Marken- und Internetauftritt mit neuem Imagevideo

Die zur Marke zugehörige Internetseite deutschlands-seenland.de wurde kürzlich überarbeitet. Hier finden sowohl wasseraffine Urlauberinnen und Urlauber sowie Einheimische Tipps für mehrtägige Urlaubsreisen beispielsweise mit dem Hausboot oder Kanu sowie damit kombinierbare Aktivitäten am Wasser wie etwa mit dem Rad. Blogbeiträge, ein neues Imagevideo mit dem Titel „Deutschlands Seenland – was ist daran schon besonders?" und Bildgalerien sollen dazu inspirieren, den nächsten Urlaub ganz dem Element Wasser zu widmen und im Takt der Wellen die Landschaften zu genießen. Für weitere Tourenempfehlungen und detailgenauere Informationen können Interessierte anschließend auf den jeweiligen Seiten von visitBerlin, der Tourismus-Marketing Brandenburg und des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern unterwegs sein. Geplant ist zudem der Aufbau einer Serviceseite mit Informationen zu Fahrregeln, zur Charterscheinregelung sowie zu Themen des Natur- und Umweltschutzes.

Presseinformation

Inspiration über Social Media

Gäste inspirieren soll auch der gemeinsame Instagram Kanal @deutschlandsseenland. Darüber hinaus gibt es Tipps für einen Urlaub am und auf dem Wasser auf den Social-Media-Kanälen der drei Tourismusorganisationen.

Hintergrund:

Der Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern hat großes Potenzial und ist ein entscheidender Wirtschaftsfaktor. In dem Bereich wird eine Milliarde Umsatz generiert. Mehr als 19.000 Beschäftigte zählt das Segment. Das ergab eine kürzlich in Schwerin vom Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit vorgestellte Studie mit dem Titel „Wirtschaftliche Effekte im Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern“.

Weitere Informationen: **deutschlands-seenland.de**

Presseinformation

Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.
Konrad-Zuse-Straße 2
18057 Rostock · Germany
www.auf-nach-mv.de
www.off-to-mv.com

Pressekontakt:
Katrin Hackbarth
fon: +49 381 4030-610
presse@auf-nach-mv.de
www.urlaubsnachrichten.de

Branchenumfrage Sommer 2025: Mehrheit der Gastgebenden zufrieden

Zweitstärkstes erstes Halbjahr seit der Wende / Wirtschaftliche Lage etwa auf Vorjahresniveau / Gästezufriedenheit laut Unternehmen im Vergleich zum Vorjahr gestiegen / UNESCO-Effekt in Schwerin bereits spürbar / Knapp jedes zweite Unternehmen stellt sich auf internationale Gäste ein / Erwartete Auslastung für den Herbst noch verhalten

In der aktuellen Umfrage des Landestourismusverbandes mit rund 250 Teilnehmenden, darunter Beherbergungsbetriebe, gastronomische Einrichtungen, Freizeit- und Erlebnisanbieter sowie Tourist-Informationen und Kurverwaltungen, zeichnet sich sowohl für das erste Halbjahr als auch für den Verlauf der Hauptsaison ein positiveres Bild im Vergleich zum Vorjahr ab. Demnach sind mehr als die Hälfte (53 Prozent) der Betriebe (sehr) zufrieden mit dem Verlauf der Hauptsaison (vgl.: 2024: 37 Prozent). 22 Prozent verhielten sich neutral; 24 Prozent sind (sehr) unzufrieden (vgl.: 2024: 42 Prozent). Ähnlich verhält es sich bei der Einschätzung für das erste Halbjahr: 45 Prozent der Betriebe sind (sehr) zufrieden; ein Viertel verhält sich neutral; nur 29 Prozent sind (sehr) unzufrieden.

Allerdings haben sich laut den Befragten betriebswirtschaftliche Kennziffern wie Umsatz und Ertrag in der Hauptsaison rückläufig entwickelt. Ebenso rückläufig waren laut Einschätzung der Befragten die Gästezahlen aus dem In- und Ausland. Eine gestiegene Preissensibilität (gaben 77 Prozent der Betriebe an), wechselhaftes Wetter (gaben 59 Prozent der Betriebe an) und kürzere Aufenthaltsdauern (gaben 53 Prozent der Betriebe an) wurden dabei als Top 3-Gründe für den Nachfragerückgang bei den Gästezahlen angeführt.

Neben Umfrageergebnissen zum Verlauf des Sommers liegen jetzt auch die Halbjahreszahlen vom Statistischen Amt vor. Demnach gab es per Juni 3,5 Millionen Ankünfte (+2,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr) und 13,2 Millionen Übernachtungen (+0,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr) in Mecklenburg-Vorpommern. Damit liegt Mecklenburg-

Vorpommerns Übernachtungsentwicklung über der in ganz Deutschland (Dtl.: 223,3 Millionen Übernachtungen, +0,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr). Dazu Dr. Wolfgang Blank, Minister für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit Mecklenburg-Vorpommern: „Mecklenburg-Vorpommern gehört zu den beliebtesten Urlaubszielen in Deutschland – das zeigen die steigenden Ankünfte, Übernachtungen und die längere Aufenthaltsdauer unserer Gäste eindrucksvoll. Der Tourismus ist Schaufenster unseres Bundeslandes und zugleich ein wesentlicher Wirtschaftsfaktor: Er schafft Arbeitsplätze, stärkt die Regionen und ermöglicht Investitionen, von denen die Menschen im Land direkt profitieren. Gleichzeitig dürfen wir uns auf Erfolgen nicht ausruhen. Entscheidend für die Zukunft wird sein, neue Zielgruppen im Ausland zu gewinnen, Fachkräfte dauerhaft zu binden und die Akzeptanz für den Tourismus weiter zu stärken. So stellen wir sicher, dass Mecklenburg-Vorpommern auch künftig 365 Tage im Jahr attraktiv bleibt.“

Birgit Hesse, Präsidentin des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern, ergänzte: „Dieser Sommer war gefüllt mit zahlreichen Höhepunkten im Kultur- und Aktivbereich, viel Sonne im Juni, sehr wechselhaftem Wetter im Juli und längeren Sonnenschein-Perioden im Spätsommer. Mehr als vier Millionen Übernachtungsgäste haben ihren Urlaub zwischen Ostseeküste und Seenplatte verbracht. Der erste SailGP in Sassnitz, das sanierte Großherzogliche Palais in Neustrelitz, das modernisierte Meeresmuseum in Stralsund, aber auch neue Kulturformate wie das erste Literaturfestival in Graal-Müritz setzten dabei neue Akzente. Die Wiedereröffnung des Staatlichen Museums in der UNESCO-Welterbestadt Schwerin sowie die Eröffnung der Kranichwelten auf der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst bergen darüber hinaus Chancen, dass auch im Herbst viele Menschen nach Mecklenburg-Vorpommern reisen werden. Dazu soll auch eine Herbstkampagne (https://urlaubsnachrichten.de/artikel/tourismusmusverband-mecklenburg-vorpommern-wirbt-fuer-herbsturlaub-im-urlaubsland) des Landestourismusverbandes beitragen.“

Lars Schwarz, Präsident des Dehoga MV, fügte hinzu: „Übernachtungszahlen und Ankünfte sind eine Seite der Medaille, die zwar einen Überblick ermöglichen, aber keinen realitätsnahen Einblick in die Betriebe zulassen. Betrachtet man mit der wirtschaftlichen

Situation die Kehrseite der Medaille, belegen unsere Umfrage-Ergebnisse die dramatische Entwicklung der Branche: Der sinkende Umsatz (-4,8 Prozent) im Vergleich zum Vorjahr muss bei der gesamtheitlichen Einordnung der Statistiken ebenso berücksichtigt werden wie der Fakt, dass ein Drittel der Betriebe befürchtet, in diesem Jahr in die Verlustzone zu geraten und zwei Drittel der Betriebe in den letzten Jahren notwendige Investitionen nicht durchführen konnten. Sinkende Umsätze, steigende Kosten in allen Bereichen (Personal, Lebensmittel, Energie) und eine angespannte Buchungslage setzen die Betriebe wirtschaftlich massiv unter Druck. Die geplante Mehrwertsteuersenkung ist bitter notwendig, um die öffentlichen Wohnzimmer der Gesellschaft zu erhalten."

Wirtschaftliche Lage etwa auf Vorjahresniveau

52 Prozent der touristischen Betriebe (vgl.: 2024: 46 Prozent) schätzten die aktuelle wirtschaftliche Lage als (sehr) sicher ein, 35 Prozent (vgl.: 2024: 41 Prozent) verhielten sich neutral; als wirtschaftlich (sehr) gefährdet schätzten sich 13 Prozent (vgl.: 2024: 12 Prozent) der Befragten ein. Damit bewerten die Betriebe ihre wirtschaftliche Lage als etwas besser als im Vorjahr.

Gästezufriedenheit laut Unternehmen im Vergleich zum Vorjahr gestiegen

Die Gästezufriedenheit ist nach Einschätzung der Gastgebenden weiterhin hoch: In der aktuellen Saison schätzen 82 Prozent die Gästezufriedenheit als (sehr) hoch ein. Sie ist damit zum Vorjahr (72 Prozent) gestiegen. Elf Prozent verhielten sich bei der Frage neutral; sieben Prozent gaben an, dass nach ihren Einschätzungen die Gästezufriedenheit (sehr) niedrig ist.

Gäste geben weniger aus

Zwei Drittel der Befragten gab an, dass ihre Gäste im Vergleich zum Vorjahr weniger ausgeben. 29 Prozent sagten, sie gäben gleich viel aus; 5 Prozent sagten, dass sie etwas mehr ausgegeben hätten. Dabei stellten die Betriebe fest, dass die Gäste bei der Verpflegung (gaben 77 Prozent der Betriebe an), bei der Dauer des Aufenthaltes (gaben 70 Prozent der Betriebe an) sowie bei den Freizeitaktivitäten (gaben 44 Prozent der Betriebe an) sparen.

Weitere Nennungen zum Sparverhalten beziehen sich auf das Shopping-Verhalten (gaben 31 Prozent der Betriebe an) sowie die Unterkunft (gaben 29 Prozent der Betriebe an).

Ausblick: Erwartete Auslastung für die kommenden Monate

Die Beherbergungsunternehmen erwarten für den September eine Auslastung von rund 67 Prozent, die damit etwas höher liegt als im Vorjahreszeitraum (64 Prozent). Sowohl für den Oktober (2025: 51 Prozent; 2024: 52 Prozent) als auch für den November (2025: 25 Prozent; 2024: 27 Prozent) liegt die erwartete Auslastung allerdings etwas niedriger als im Vorjahreszeitraum. Für den Tag der Deutschen Einheit, den viele Gäste zum Anlass für einen Kurzurlaub nehmen, wird eine Auslastung von 64 Prozent erwartet.

Landestourismusverband verstärkt Herbstkampagne

Mit Blick auf die abnehmende Auslastung im Herbst wirbt der Landestourismusverband im Rahmen seiner jährlichen MV-Kampagne für einen Urlaub in der Nebensaison im Nordosten. Mit einem Mix aus Print- und Online-Maßnahmen sollen dabei Gäste aus ganz Deutschland und insbesondere Reiselustige aus Nordrhein-Westfalen und der Metropolregion Berlin angesprochen werden. Durch zusätzliche Mittel in Höhe von 50.000 Euro wird diese noch einmal verstärkt. Unter dem Titel „Abschalten und Auftanken? Schnell nach Mecklenburg-Vorpommern“ sollen dabei zusätzlich Gäste aus den ostdeutschen Bundesländern zu einer Spontanreise in den Nordosten animiert werden. Tipps für den Herbsturlaub finden Interessierte unter auf-nach-mv.de/herbst-winter.

Arbeitskräftemangel

Rund jedes dritte Unternehmen (31 Prozent) ist laut Umfrage vom Arbeitskräftemangel betroffen. Das sind weniger als in den Vorjahren (vgl.: 2024: 42 Prozent, 2023: 40 Prozent, 2022: 49 Prozent). Den betroffenen Unternehmen fehlen vor allem Auszubildene (68 Prozent), Aushilfen (44 Prozent) sowie Teilzeitarbeitskräfte (36 Prozent). Bei den Vollzeitangestellten ist immer noch jede vierte Stelle (24 Prozent) unbesetzt. Die Mitarbeitenden in den betroffenen Unternehmen fehlen vor allem in der Küche (46 Prozent), im Service (45 Prozent), im Housekeeping (39 Prozent) sowie an der Rezeption (30 Prozent).

„Die Unternehmen haben sich auf den Arbeitskräftemangel eingestellt, zum Beispiel, indem sie das Angebot oder die Öffnungszeiten angepasst oder Automatisierungsprozesse vorangetrieben haben. Einige Unternehmen haben ihr Geschäft auch aufgeben müssen. Insofern bleibt das Thema als eine der größten Herausforderungen auch im Tourismus bestehen“, sagte Hesse.

Knapp jedes zweite Unternehmen stellt sich auf internationale Gäste ein

Laut Umfrage hält knapp jedes zweite Unternehmen (44 Prozent) spezielle Angebote für internationale Gäste bereit. Das betrifft vor allem die Zahlungsmöglichkeiten (83 Prozent), mehrsprachiges Informationsmaterial (64 Prozent), mehrsprachige Internetseiten (58 Prozent), mehrsprachige Speisekarten (36 Prozent) und spezielle Speisen und Getränke (22 Prozent).

Mehr Internationalität durch Zusammenarbeit

Der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern (TMV) arbeitet im Rahmen der Internationalisierungsstrategie derweil weiter daran, mehr Gäste aus dem Ausland für das Urlaubsland zu begeistern. Seit Juni dieses Jahres koordiniert der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern nunmehr alle vier geplanten Marketinginitiativen, die so genannten Marktpools, mit denen Werbeaktivitäten in für Mecklenburg-Vorpommern wichtigen Auslandsmärkten im Verbund organisiert werden. Rund 60 Beherberger, Anbieter von Freizeiteinrichtungen sowie Touristiker aus den Reisegebieten des Urlaubslandes werben dabei gemeinsam in Österreich, der Schweiz, den Niederlanden, Skandinavien und Polen für Mecklenburg-Vorpommern. Zudem wurde die internationale Internetseite des Landestourismusverbandes, visit-mv.com, in englischer, niederländischer und polnischer Sprache neu aufgesetzt.

Erfreulich ist in diesem Zusammenhang, dass der Veranstalter Eurotours das Angebot einer Flugverbindung ab Wien nach Rostock-Laage auch 2026 fortsetzt. Vom 9. Mai bis zum 12. September werden Flüge mit Air Nostrum, einer Tochter der Iberia Airline nach Mecklenburg-Vorpommern angeboten. Die Flüge mit Flugtag Samstag sind bereits buchbar.

UNESCO-Effekt in Schwerin spürbar

Seitdem das Schweriner Residenzensemble im Sommer 2024 in die UNESCO-Weltkulturerbeliste aufgenommen wurde, werden in touristischen Einrichtungen der Stadt steigende Besucherzahlen verzeichnet. Von Anfang Januar bis Ende Juli dieses Jahres besuchten rund 142.000 Gäste das Schlossmuseum, ein Plus von rund zehn Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die Tourist-Information suchten rund 60.000 Menschen auf, ein Plus von rund acht Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Mehr als 22.000 Gäste buchten Führungen in der Landeshauptstadt. Das sind rund 18 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum.

Qualität weiter im Fokus: Koserow auf der Insel Usedom engagiert sich für Barrierefreiheit

Nachdem Glowe im letzten Jahr als zweiter Ort in Mecklenburg-Vorpommern die Auszeichnung „Tourismusort Barrierefreiheit geprüft“ erhalten hat, macht sich jetzt Koserow auf der Insel Usedom auf den Weg, diese Zertifizierung ebenfalls zu erhalten, um damit weitere Besuchergruppen anzuziehen. Es wäre damit der dritte Ort im Urlaubsland, der sich eingehend mit dem Thema Barrierefreiheit befasst. Voraussetzung dafür ist die Zertifizierung von mindestens zehn touristischen Angeboten (Mindestanforderung abhängig von Größe des Ortes) nach „Reisen für Alle“, der bundesweit einheitlichen Kennzeichnung für Barrierefreiheit, sowie die Entwicklung von drei so genannten Urlaubsinspirationen, die Gästen und Einheimischen mögliche barrierefrei gestaltete Erlebniswelten aufzeigen. Der Prozess soll im Oktober dieses Jahres abgeschlossen werden. Insgesamt können Gäste in Mecklenburg-Vorpommern aus 160 Orten, Einrichtungen, Angeboten und so genannten Urlaubsinspirationen wählen, die nach „Reisen für Alle“ zertifiziert sind. Lizenzgeber für das Zertifizierungssystem ist seit 1. Januar 2024 die Bayern Tourist GmbH.

So lief es bei größeren und kleineren bewährten und neuen Veranstaltungen

Die Organisatoren der **34. Hanse Sail** zogen mit 500.000 Gästen (2024: 500.000) ein positives Fazit. Mit der Ausweitung des Festgeländes in die Innenstadt, der feierlichen Eröffnung mit einem Höhenfeuerwerk über der Ostsee vor Warnemünde und knapp 16.000 Menschen, die auf 120 Traditionsschiffen ausgefahren sind, habe das Fest laut Veranstalter

nicht nur an die erfolgreiche Vergangenheit angeknüpft, sondern auch neue Perspektiven für die Weiterentwicklung der Traditionsveranstaltung aufgezeigt. Das 18. **Umweltfotofestival »horizonte zingst«** auf der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst zog rund 25.000 Gäste an. Die Kur- und Tourismus GmbH Zingst verzeichnete großes Interesse der Gäste für die Vernissagen, Foto-Workshops, Foto-Talks, Multivisionsshows und Panels. Die Zingster Fotoschule beispielsweise verweist allein auf 800 Teilnehmende bei den Fotoworkshops. Im Ostseebad Kühlungsborn konnten die Veranstalter des **SEA&SAND-Festivals** einen Erfolg verbuchen: Das erste Mal seit Beginn des Festivals war die Veranstaltung an beiden Tagen ausverkauft. Im August fand die internationale Segelveranstaltung **„SailGP“** zum ersten Mal in Deutschland statt: in Sassnitz auf Rügen. Insgesamt war das Event, das auch im nächsten Jahr fortgeführt wird, mit rund 13.000 Besucherinnen und Besuchern ausverkauft. Bei den Rad-Events gab es neue Formate wie etwa den **Seaside Ride** mit dem ehemaligen professionellen Radrennsportler André Greipel an der Mecklenburgischen Ostseeküste (mehr als 200 Starter und 2.000 Schaulustige). Das erste Literaturfestival in Graal-Müritz lockte zahlreiche Kulturinteressierte in das Ostseeheilbad.

Hintergrund: So verlief das erste Halbjahr 2025

Betriebsarten:
Im ersten Halbjahr vermeldeten die Hotels garnis (+4,9 Prozent), die Ferienwohnungen/-häuser (+4,4 Prozent), die Hotels (+3,5 Prozent) und die Vorsorge-/Rehakliniken (+1,3 Prozent) Übernachtungssteigerungen. Rückgänge bei den Übernachtungen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gab es bei den Ferienzentren (-13,2 Prozent), den Jugendherbergen/Hütten (-10,9 Prozent) und auf den Campingplätzen (-3,3 Prozent).

Regionen:
Das stärkste Plus bei den Übernachtungen verzeichnete Westmecklenburg (+3,7 Prozent), gefolgt von der Mecklenburgischen Ostseeküste (+3,4 Prozent). Zudem gab es auf Fischland-Darß-Zingst (+1,2 Prozent) und Rügen (+0,1 Prozent) Steigerungen bei den Übernachtungszahlen. Die Regionen Mecklenburgische Schweiz/Seenplatte (-0,2 Prozent),

Usedom (-1,4 Prozent) und Vorpommern (Festland, -3,4 Prozent) liegen bei den Übernachtungen leicht unter dem Vorjahresniveau.

Weniger internationale Gäste im ersten Halbjahr

Von Januar bis Juni 2025 meldete das Statistische Amt rund 125.000 Ankünfte (-11,5 Prozent im Vergleich zu 2024, -15,9 Prozent im Vergleich zu 2019) und 352.000 Übernachtungen internationaler Gäste (-2,5 Prozent im Vergleich zu 2024, -13,3 Prozent im Vergleich zu 2019). Polen (48.000 Übernachtungen, +16,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum) hat sich im ersten Halbjahr 2025 zum wichtigsten internationalen Markt für Mecklenburg-Vorpommern entwickelt und damit die Niederlande von der Spitze (44.000 Übernachtungen, -21,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum) abgelöst. Aus der Schweiz (43.000 Übernachtungen,- 3,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum) und Schweden (23.000 Übernachtungen, -14,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum) verzeichnete das Statistische Amt einen Rückgang. Die Übernachtungszahlen aus Österreich entwickelten sich positiv (+7,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum).

Städtetourismus

Folgende Entwicklung gab es in den sechs größten Städten: Während sich Wismar (+11,4 Prozent), Schwerin (+7,0 Prozent), Rostock (+6,4 Prozent) sowie Neubrandenburg (+2,9 Prozent) über überdurchschnittliche Übernachtungszuwächse freuen können; vermelden Stralsund (-6,5 Prozent) und Greifswald (-7,3 Prozent) deutlichere Übernachtungsrückgänge.

Zu den Umfrageergebnissen

Presseinformation

Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.
Konrad-Zuse-Straße 2
18057 Rostock · Germany
www.auf-nach-mv.de
www.off-to-mv.com

Pressekontakt:
Katrin Hackbarth
fon: +49 381 4030-610
presse@auf-nach-mv.de
www.urlaubsnachrichten.de

Tourismusmusverband Mecklenburg-Vorpommern wirbt für Herbsturlaub im Urlaubsland

Rund drei Millionen Übernachtungsgäste in den Herbstmonaten in Mecklenburg-Vorpommern erwartet

Beliebte Workation-Stationen auf der Insel Poel entdecken, Kraniche auf der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst beobachten oder Schlösser in der Region Mecklenburg-Schwerin besuchen – mit diesen und weiteren als Stories verpackten Tipps inspiriert der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern im Rahmen der jährlichen Kampagne für einen Herbsturlaub im Nordosten, zu dem rund drei Millionen Übernachtungsgäste erwartet werden. Angesprochen werden sollen Gäste aus ganz Deutschland und insbesondere Reiselustige aus Nordrhein-Westfalen und der Metropolregion Berlin.

Die Bewerbung der Nebensaison erfolgt mit einem Mix aus Print- und Onlinemaßnahmen. So wurden Medienkooperationen mit der Rheinischen Post, dem Tagesspiegel, der Westdeutsche Allgemeinen Zeitung oder ZeitReisen auf den Weg gebracht. Zudem erscheinen die Stories in Online-Magazinen und -portalen wie reisenexclusiv.com, wetteronline.de sowie entdecke-deutschland.de.

Durch zusätzliche Mittel wird die jährliche Herbstkampagne ab Mitte August noch einmal verstärkt. Unter dem Titel „Abschalten und Auftanken? Schnell nach Mecklenburg-Vorpommern“ sollen dabei vor allem Gäste aus den ostdeutschen Bundesländern angesprochen und zu einer Spontanreise in den Nordosten animiert werden. Laut aktueller Gästebefragung kommen die meisten Gäste aus Sachsen.
Weitere Informationen: **auf-nach-mv.de/herbst-winter**

Presseinformation

Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.
Konrad-Zuse-Straße 2
18057 Rostock · Germany
www.auf-nach-mv.de
www.off-to-mv.com

Pressekontakt:
Katrin Hackbarth
fon: +49 381 4030-610
presse@auf-nach-mv.de
www.urlaubsnachrichten.de

Wein aus Welzin: Ernte auf der Insel Usedom steht kurz bevor

Familienunternehmen baut Naturwein im dritten Jahr an

Im Weingut Welzin auf Usedom reifen gerade die Trauben für den dritten Jahrgang des Naturweins „Kühn&Hell“. Die Ernte soll in der ersten Septemberwoche beginnen. „Er zeichnet sich durch die Einzigartigkeit aus, denn es gibt nur diesen einen auf Usedom angebauten Wein“, sagt Kellermeister und Inhaber Christoph Kühne-Hellmessen. Der Klimawandel mache den Weinbau in diesen Breiten möglich. Die Winter sind nicht mehr so kalt, dass wochenlanger Frost die Weinreben erfrieren lässt.

Auch die weiteren Rahmenbedingungen sorgen für beste Voraussetzungen. Usedom gilt als eine der sonnenreichsten Regionen Deutschlands. „Das Wasser des nahen Stettiner Haffs wirkt im Frühjahr wie ein Kühlschrank, die Vegetation kommt nicht so schnell in Schwung wie in südlicheren Regionen“, berichtet Kühne-Hellmessen, den es vor rund 30 Jahren mit seiner Familie aus Bayern auf die Insel verschlagen hat. Die Kühle mindere die Gefahr von Spätfrösten. Diese kommen beispielsweise in Süddeutschland immer wieder vor, wenn die Vegetation bei Wärme im Februar/März zu früh anspringt und dann Nachfröste auftreten.

Andererseits sei es im Herbst länger warm, weil das Wasser wie ein riesiger Wärmespeicher wirkt. „Es ist der Mix aus dem ausgeglichenen Klima, den kühlen Nächten und späten warmen Tagen, die ideal sind für unseren Wein.“ Auch der Boden sei exzellent. Usedom hat die geologisch jüngsten Böden in Deutschland, hier verschwand nach der Eiszeit erst vor rund 12.000 Jahren das Eis. „Unsere ein Hektar große Anbaufläche, ein moderater Südhang, beginnt an einer Endmoräne“, sagt der gebürtige Münchner.

2021 holte sich der bayerische Ökolandwirt als Grundstock für das Weingut Welzin Stecklinge von sieben charakterstarken Rebsorten aus Rheinland-Pfalz: Sauvignac, Muscaris,

Solaris, Rinot, Ravel blanc, Soreli und Fleurtai. Diese robusten Rebsorten ermöglichten Weinbau fast ohne Pflanzenschutzmittel und seien die Zukunft des nachhaltigen Weinbaus. Nach dem Pressen werden die Trauben mithilfe der natürlich vorhandenen Hefen spontan vergoren und ohne Filtration oder weitere Zusätze im Eichenfass und Stahltank zu einem sogenannten gemischten Satz verarbeitet.

Bei der Herstellung des Bioweins legt Kühne-Hellmessen zusammen mit der ganzen Familie strenge Maßstäbe an. „Wir machen alles mit der Hand und verzichten auf jegliche Art der künstlichen Verschönerung des Weins." Dabei helfe die mehr als 40-jährige Erfahrung im ökologischen Landbau. „Der Weinanbau war immer mein Traum", erzählt er.

Der Arbeitsaufwand sei enorm, was sich natürlich auch bei der Preisgestaltung auswirkt. Doch die mit bisher rund 3.000 vergleichsweise geringe Zahl von Flaschen lasse sich gut verkaufen. Er ist am Hof in der Vinothek zu haben und wird im ausgewählten Weinhandel und einigen Hotels auf der Insel verkauft. Auch das KaDeWe (Kaufhaus des Westens) in Berlin versorgt seine Kunden mit „Kühn & Hell". In diesem Jahr rechnet Kühne-Hellmessen mit einem Ertrag von rund 4.000 Flaschen.

In Mecklenburg-Vorpommern ist der Weinbau bisher kaum verbreitet. Seit 2002 ist Schloss Rattey als „offizielles Landweingebiet" anerkannt. Es umfasst den Angaben zufolge rund 35 Hektar mit etwa 175.000 Rebstöcken. Daneben gibt es unter anderem in Dorf Mecklenburg bei Wismar den Weinberg Dähn, wo auf 0,5 Hektar rund 2.000 Rebstöcke stehen, oder die Hohmann Weinanbau Rügen GmbH in Lancken-Granitz mit 4.100 Rebstöcken auf rund einem Hektar.
Weitere Informationen: gut-welzin.de

Weitere Bilder zum Herunterladen:
Christoph Kühne-Hellmessen öffnet eine Flasche seines Weins, Foto: TMV/Petermann
Christoph Kühne-Hellmessen begutachtet die Reben, Foto: TMV/Petermann
Luftansicht Weingut Welzin, Foto: TMV/Petermann

Presseinformation

Naturwein „Kühn&Hell“ in der Vinothek, Foto: TMV/Petermann

Christoph Kühne-Hellmessen prüft den Stand der Reben, Foto: TMV/Petermann

Auf Anfrage können weitere Bilder zur Verfügung gestellt werden.

Presseinformation

Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.
Konrad-Zuse-Straße 2
18057 Rostock · Germany
www.auf-nach-mv.de
www.off-to-mv.com

Pressekontakt:
Katrin Hackbarth
fon: +49 381 4030-610
presse@auf-nach-mv.de
www.urlaubsnachrichten.de

Neues NABU-Erlebniszentrum KRANICHWELTEN öffnet am 6. September

Größte Kranich-Ausstellung Deutschlands mit umfassenden Einblicken in das Leben der „Vögel des Glücks“

Am 6. September wird in Günz, etwa 15 Kilometer nordwestlich von Stralsund, das neue Internationale NABU-Erlebniszentrum KRANICHWELTEN eröffnet. „Wir stellen die ganze Welt der Kraniche dar – eine echte Erlebniswelt“, sagt der Leiter des Zentrums, Dr. Günter Nowald. Auf rund 500 Quadratmetern Fläche im Innenbereich und 1,7 Hektar im Außenbereich werden den Besuchern jeweils vom 1. März bis zum 30. November mehrere Ausstellungen geboten, die einen umfassenden Einblick in das Leben der „Vögel des Glücks“ bieten. „Wir werden ein Magnet für die Gäste des Landes und die Einheimischen sein“, ist sich Nowald sicher. Insgesamt wurden rund sechs Millionen Euro in das Zentrum investiert.

Grund für den Neubau war, dass das Kranichzentrum im vier Kilometer entfernten Groß Mohrdorf keine weitere Entwicklung mehr zuließ. „Das Zentrum war 1996 entstanden und hat uns fast drei Jahrzehnte lang sehr gute Dienste geleistet. Doch es wurde zu klein und die Ausstellung war in die Jahre gekommen“, erklärt Nowald. 2015 war dann in Günz die zweistöckige und barrierefreie Kranichbeobachtungsstation Kranorama hinzugekommen. So war nur folgerichtig, den Besuchern das nur 300 Meter entfernte Erlebniszentrum KRANICHWELTEN zu bieten.

Laut Nowald wird in der Ausstellung zunächst eine interaktive Weltkarte gezeigt, die die Brut- und Überwinterungsgebiete von allen 15 Kranicharten darstellen. Dazu gibt es eine Sound-Dusche, mit der die sogenannten Duett-Rufe der unterschiedlichen Arten zu hören sind. Bei diesen Duett-Rufen handelt es sich um eine zeitlich koordinierte Tonfolge beider Partner eines Paares, um ihr Revier abzugrenzen.

Bekannt sind die Kraniche durch ihre markanten Trompetenrufe, doch sie werden auch immer wieder verwechselt mit Graugänsen. In der Ausstellung lernen die Besucherinnen und Besucher, wie sich Kraniche von Gänsen oder Graureihern unterscheiden. Zusätzlich gibt es sogenannte Virtual-Reality-Brillen, mit denen es unter anderem möglich ist, den Kranichen ins Auge zu schauen.

Eine weiterer Ausstellungsbereich behandelt das Verhältnis zwischen den Menschen und den scheuen Tieren. „Kraniche sind seit Jahrhunderten mit Menschen verwoben“, sagt Nowald. Sie werden weltweit in Geschichten oder Liedern auch als Botschafter des Friedens oder als Sinnbild eines langen Lebens, der Treue oder der Wachsamkeit gefeiert.

Weitere Teile der KRANICHWELTEN befassen sich mit der komplexen Biologie der heimischen Graukraniche oder dokumentieren die Leistungen der Zugvögel: So überquert etwa der asiatische Schwarzhals-Kranich den Himalaya in knapp 8.000 Metern – in eisiger Kälte mit extrem wenig Sauerstoff. Wie sie das schaffen, sei Teil der umfangreichen Forschungen, die von dem inzwischen auf zehn festangestellte Mitarbeitenden angewachsenen Team in Mecklenburg-Vorpommern geleistet wird. „Wir forschen weiter, um den Erhalt der Kraniche zu sichern.“

Dazu kämen neben diversen Mitarbeitenden aus dem Bundesfreiwilligendienst beziehungsweise Freiwilligen ökologischen Jahr auch 30 ehrenamtliche Ranger, die den Besuchern im Kranorama mit Informationen zur Seite stehen. Im großen Außenbereich gibt es auch ein Niedermoor. Damit können laut Nowald die komplexen ökologischen Zusammenhänge dargestellt werden, mit denen die Kraniche zurechtkommen müssen. Mit einer Kinderecke wurde auch an die jungen Besucherinnen und Besucher gedacht und im Gegensatz zum Zentrum in Groß Mohrdorf ist in Günz auch ein Bistro integriert. „Damit steht einem erlebnisreichen Ganztagesausflug nichts mehr im Weg“, ist der Biologe überzeugt.
Weitere Informationen: kraniche.de

Weitere Bilder zum Herunterladen:

Dr. Günter Nowald in den KRANICHWELTEN, Foto: TMV/Petermann

Presseinformation

Südafrika-Kronenkranich in der Ausstellung, Foto: TMV/Petermann

Exponat in der Ausstellung, Foto: TMV/Petermann

Vergleich verschiedener Großvögel, Foto: TMV/Petermann

Verhältnis zwischen Mensch und Kranich, Foto: TMV/Petermann

Fassade des Kranoramas, Foto: TMV/Petermann

Auf Anfrage können weitere Bilder zur Verfügung gestellt werden.