

Thematische Ausrichtung des Verbandsmarketings

- Im Marketing für die vorpommersche Festlandsküste ist es entscheidend, stets die wichtigsten Eigenschaften für den Urlauber herauszustellen:

1. **Vorpommern liegt an der Ostsee, hat Strände und schöne Gewässer**
2. **Vorpommern zeichnet sich durch gesunde Natur, Ruhe und Weite aus**

- Die Ansprache der Gäste funktioniert zunächst über den Begriff **Ostsee**, um die notwendige Erstaufmerksamkeit zu erlangen. (Nutzung der Dachmarke Ost|See|Land.) In der weiteren Ansprache werden Vorpommern und seine Regionen kommuniziert. Thematisch gliedert sie sich in vier Bereiche, die eng aufeinander verweisen, so dass das entstehende Image in sich rund ist:



- **Baden & Strand**

ist und bleibt der wichtigste Bereich für den Urlaub in Vorpommern

- den wichtigen Urlaubsmotiven „Baden“ und „am und auf dem Wasser sein“, wird Rechnung getragen
- die Besonderheiten der Strände und der Umgebung Lubmin, Ueckermündes, Mönkebudes, Greifswalds und anderer Orte werden herausgestellt.
- Preis und Lage der Ferienunterkunft sind die Haupteinflussfaktoren auf die Reiseentscheidung.

- **Flüsse & Land**

ist das Urlaubsprodukt, welches sich doch stark vom Badeurlaub unterscheidet. Impulse für die Reiseentscheidung sind in erster Linie:

- sich aktiv und passiv entspannen in ruhiger Umgebung
- zu sich selbst sowie mit anderen zusammen kommen
- sich und seiner Gesundheit etwas Gutes tun
- Die Qualität des Urlaubsquartiers sowie der vorhandenen Freizeitangebote sind Hauptentscheidungskriterien.



- **Ausflüge & Städte**

Der Tagestourismus mit dem Ausflugsverkehr von Fischland-Darss-Zingst, Rügen und Usedom, aber auch Stettin, Hamburg und Berlin ist der dritte wichtige Bereich. Er umfasst unter anderem:

- Museen, Kirchen, Gastronomie, Gästeführungen, Kanuausflüge, Veranstaltungen, z.B. Walking-Events, Kunst: Offen, Tierparks, Erlebnisparks, Freizeitbäder, Fahrgastschiffe
- Städte wie die Universitäts- und Hansestadt Greifswald sind wichtige für Tagesausflugsziele, spielen aber auch als Reiseziele für den Übernachtungstourismus eine Rolle.

- **Ausgewählte Entwicklungsmärkte**

Weitere Märkte, die kontinuierlich entwickelt werden sind:

- Organisierte Fahrradtouren
- Organisierte Kanutouren
- Bustourismus
- Familientourismus
- Wandertourismus
- Internationale Märkte

