

JAHRESBERICHT

2024

STADTMARKETING GESELLSCHAFT SCHWERIN MBH



schwerin.de/urlaub

Tourismusmarketing für die Stadt Schwerin

Schwerin präsentiert sich gemeinsam mit dem Landkreis Nordwestmecklenburg bei der Internationalen Grünen Woche in Berlin

Unser Instagram-Kanal @visitschwerin knackt die 8.000-Follower-Marke. Ab jetzt gewinnen unsere Inhalte noch mehr an Sichtbarkeit und Relevanz im Algorithmus

Die offizielle Website zum Tag der Deutschen Einheit geht online und wächst in den kommenden Monaten mit Programminhalten rund um das Bürgerfest in Schwerin

JANUAR

FEBRUAR

Die UNESCO-Bewerbung des Residenzensembles Schwerin geht in die finale Phase. ICOMOS erhält weitere, ergänzende Unterlagen

MÄRZ

APRIL

Mit dem FrühjahrsErwachen in der Innenstadt und im Freilichtmuseum Mueß startet die Stadt in die neue Open-Air-Saison

MAI

JUNI

Kick-Off für die neue Stadtmarke Schwerins: Verwaltung und Agentur Brandmeyer präsentieren die Ergebnisse der Markenanalyse und die fünf Markenbausteine



27.07.

Wir sind Welterbe! Das Welterbekomitee hat das Residenzensemble Schwerin als 54. deutsche Stätte auf die UNESCO-Welterbeliste aufgenommen

Stadtmarke Schwerin: Erster Kommunikationskreis Tourismus startet. Lokale Akteure tauschen sich zu Ideen und Maßnahmen der Markenkommunikation aus

Das neue Urlaubsmagazin für Mecklenburg-Schwerin nimmt Gestalt an. Inhouse verpassen wir ihm ein frisches Design und modernes Konzept

JULI

AUGUST

Die hohen Zuwächse der Vormonate flachen im August ab. Für weiteres Tourismus-Wachstum in der Saison fehlen in Schwerin aktuell Bettenkapazitäten und Hotels

SEPTEMBER

OKTOBER

200.000 Besucher:innen feiern in Schwerin drei Tage lang die Deutsche Einheit. Auf dem Programm des Bürgerfestes stehen rund 600 Veranstaltungen

NOVEMBER

DEZEMBER

Medienresonanz: Über 3.900 Presseartikel sind 2024 zu Schwerin erschienen – mit sichtbaren Peaks zur Welterbe-Entscheidung und dem Tag der Deutschen Einheit



Inhalt

Vorwort 6 - 7

Über uns 8 - 11

 Team 10 - 11

Zahlen und Fakten 12 - 13

Tourist-Information 14 - 19

Flächen und Veranstaltungen 20 - 25

Marketing 26 - 47

 Kampagnen 26 - 29

 Website 30 - 31

 Social Media 32 - 35

 Welterbe 36 - 37

 Publikationen 38 - 41

 PR und Kommunikation 42 - 44

 Messen und Präsentationen 45

 Auslandsmarketing 45

Strategische Themen 48 - 51

 Netzwerke 48 - 49

 Stadtmarke 50 - 51

Projekte 52 - 53

Kontakt 54



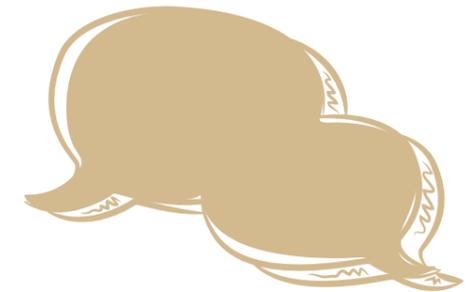
„Die anstehende Strukturveränderung wird neue Voraussetzungen für eine noch engere Verzahnung des Stadtmarketings über den Tourismus hinaus schaffen.“

Dr. Rico Badenschier, Oberbürgermeister
Landeshauptstadt Schwerin



„Tourismus ist weit mehr als „nur“ Tourismus. Er ist ein entscheidender Treiber für Stadtentwicklung, Markenbildung und das Image Schwerins – sowohl nach innen als auch nach außen.“

Martina Müller, Geschäftsführerin
Stadtmarketing GmbH Schwerin



Liebe Partner und Partnerinnen,

2024 war ein Jahr, das Schwerin in den Mittelpunkt nationaler und internationaler Aufmerksamkeit gerückt hat. Mit der Verleihung des UNESCO-Welterbe-Titels für das Residenzensemble Schwerin und den Feierlichkeiten zum Tag der Deutschen Einheit haben wir gezeigt, welches Potenzial in unserer Stadt steckt. Diese Auszeichnungen sind nicht nur eine große Ehre, sondern auch eine wertvolle Chance, Schwerin als Reiseziel, Wirtschaftsstandort und lebenswerte Stadt weiterzuentwickeln.

Tourismus als Treiber für Stadtentwicklung

Tourismus ist dabei weit mehr als „nur“ Tourismus. Er ist ein entscheidender Treiber für Stadtentwicklung, Markenbildung und das Image Schwerins – sowohl nach innen als auch nach außen. Ein lebendiger Tourismus stärkt nicht nur die Wirtschaft, sondern prägt auch das Selbstverständnis der Schwerinerinnen und Schweriner. Unsere Stadt ist ein Ort, an dem Gäste sich willkommen fühlen und Einheimische stolz auf ihre Stadt sind.

Diese Identifikation weiter zu stärken, bleibt eine zentrale Aufgabe. Die Herausforderungen unserer Zeit – wirtschaftliche Unsicherheiten, der Wandel im Reiseverhalten und begrenzte finanzielle Ressourcen – machen deutlich: Die Chancen dieser Entwicklung können wir nur gemeinsam nutzen. Partnerschaften werden 2025 entscheidend sein, um innovative Wege zu gehen und

das Potenzial des Welterbe-Titels voll auszuschöpfen. Eine zentrale Rolle spielt dabei die zukünftige Zusammenarbeit zwischen der Landeshauptstadt Schwerin und der Stadtmarketing GmbH. Die anstehende Strukturveränderung wird neue Voraussetzungen für eine noch engere Verzahnung des Stadtmarketings über den Tourismus hinaus schaffen.

Zukunft gemeinsam gestalten

Bereits jetzt arbeiten Stadtmarketing GmbH und Landeshauptstadt daran, die Marke Schwerin weiter zu schärfen und gezielt zu positionieren. Gemeinsam mit Ihnen – unseren Partnerinnen und Partnern – wollen wir mit kreativen Kampagnen, gebündelten Ressourcen und einem starken Miteinander neue Zielgruppen ansprechen und bestehende Angebote weiterentwickeln.

Unser Ziel ist es, das Profil Schwerins als Residenzstadt mit einzigartigem UNESCO-Weltkulturerbe und besonderem Flair weiter zu schärfen – für Gäste und Investoren, ebenso wie für die Menschen, die hier leben und arbeiten, oder es zukünftig wollen. Lassen Sie uns diesen Weg auch im kommenden Jahr konsequent weitergehen. Gemeinsam können wir die Zukunft Schwerins aktiv gestalten und die Wahrnehmung unserer Stadt weiter stärken.

Martina Müller, Geschäftsführerin
Stadtmarketing GmbH Schwerin

Dr. Rico Badenschier, Oberbürgermeister
Landeshauptstadt Schwerin

ÜBER UNS

Stadtmarketing Gesellschaft
Schwerin mbH



Um das Motto „Gemeinsam“ mit Leben zu füllen, haben wir unseren Jahresbericht inhaltlich verändert. Sie finden darin erstmals nicht nur einen Rückblick auf unsere Marketing-Maßnahmen, sondern auch Einblicke in die einzelnen Abteilungen unseres Unternehmens. Und – im Hinblick auf die Wichtigkeit von Kooperationen in 2025 – einen umfassenden Überblick über Ihre Beteiligungsmöglichkeiten.

Über uns

Als Stadtmarketing Gesellschaft Schwerin mbH (SMG) gestalten wir seit fast 30 Jahren die touristische Zukunft der Landeshauptstadt. Unser Ziel ist es, Schwerin als attraktives Städtereiseziel und UNESCO-Weltkulturerbe zu positionieren und das Image der Stadt durch strategische Markenarbeit zu stärken.

Mit gezielten Kommunikationsmaßnahmen erzählen wir crossmedial die Geschichten Schwerins, begeistern neue Zielgruppen und arbeiten dabei eng mit unseren Partnern zusammen. Zusätzlich organisieren wir überregional beachtete Events und entwickeln attraktive Reiseangebote. In unserer Tourist-Information heißen wir Gäste und Einheimische willkommen und bieten ihnen maßgeschneiderte Erlebnisse für einen rundum schönen Aufenthalt in Schwerin.



Aufsichtsrat

Vorsitz

Dr. Josef Wolf

Vorsitzender des Aufsichtsrates
Geschäftsführer Stadtwerke Schwerin GmbH

Andreas Gruczek (bis 14.11.2024)

Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrates
Geschäftsführer der Zeitungsverlag Schwerin GmbH & Co. KG

Björn Mauch (seit 14.11.2024)

Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrates
Stellvertretendes Mitglied des Vorstandes der
Sparkasse Mecklenburg-Schwerin

Mitglieder

Dietrich von Albedyll

Geschäftsführer LWG TOURISMUS SOLUTIONS

Silvia Rabethge (bis 08.07.2024)

Stadtvertreterin der Landeshauptstadt Schwerin
Referentin Landesmarketing MV

Stefanie Richter

Geschäftsbereichsleiterin Standortpolitik, International
Industrie- und Handelskammer zu Schwerin

Hannes Thierfeld (seit 08.07.2024)

Stadtvertreter der Landeshauptstadt Schwerin
Referent für Veranstaltungen, Öffentlichkeitsarbeit und politisches Marketing

Gast im Aufsichtsrat

Dr. Rico Badenschier

Oberbürgermeister der Landeshauptstadt Schwerin und Dezernent für Zentrale
Verwaltung, Stadtentwicklung und Wirtschaft

ZUKUNFTSFÄHIG BLEIBEN: STRUKTURPROZESS IM STADTMARKETING

Ein zeitgemäßes und zukunftsfähiges Stadtmarketing wird im intensiven Wettbewerb der Städte um Besucher, Fachkräfte und Investitionen immer wichtiger. Als Stadtmarketing Gesellschaft Schwerin (SMG) nehmen wir dabei eine zentrale Rolle ein, Schwerins Profil zu schärfen und die touristische sowie wirtschaftliche Entwicklung der Stadt nachhaltig zu fördern. Die Landeshauptstadt Schwerin plant daher, die SMG strategisch weiterzuentwickeln und neu zu strukturieren. Ziel ist es, das Stadtmarketing zukunftsfähig zu gestalten, insbesondere unter steuerlichen und vergaberechtlichen Aspekten. Bereits in 2024 wurde mit dem Umstrukturierungsprozess begonnen, die Anzahl der Gesellschafter wurde schrittweise reduziert. Die Beschlussfassung durch die Stadtvertretung im Juli 2025 vorausgesetzt, werden die Inhalte und Aufgaben der SMG in einen neuen Fachdienst „Wirtschaftsförderung, Digitale Innovation, Tourismus und Stadtmarketing“ innerhalb der Verwaltung im Dezernat III integriert.

TEAM

Stadtmarketing Gesellschaft
Schwerin mbH



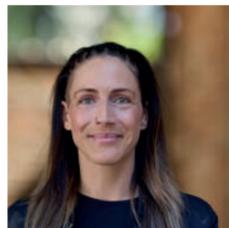
GEMEINSAM MEHR ERREICHEN!

*Miteinander lassen sich Ideen doch viel besser spinnen.
Wir sind gespannt auf Ihre kreativen Konzepte, Angebote und
Produkte. Sprechen Sie uns gerne an. Wir freuen uns auf das
persönliche Gespräch mit Ihnen und darauf, Schwerin mit Ihnen
gemeinsam weiter voranzubringen.*

Geschäftsführung und Sekretariat



Martina Müller
Geschäftsführerin
Tel.: 0385 5925250
Fax: 0385 5925253
mueller@schwerin.info



Sophie-Carolin Schulz
Sekretariat
Tel.: 0385 5925250
Fax: 0385 5925253
sekretariat@schwerin.info

Marketing



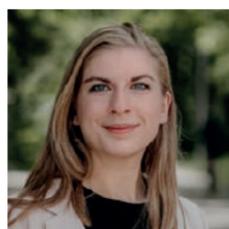
Katharina Lawrenz
Vertrieb | Teamleitung Marketing
Tel.: 0385 5925260
Fax: 0385 5925253
lawrenz@schwerin.info



Catharina Groth
Presse | Kommunikation
Tel.: 0385 5925274
Fax: 0385 5925253
groth@schwerin.info



Kristin Damaschke
Grafik | Print | Social Media
Tel.: 0385 5925221
Fax: 0385 5925253
damaschke@schwerin.info



Solveig Ziemer
Online | Social Media
Tel.: 0385 5925268
Fax: 0385 5925253
ziemer@schwerin.info

Tourist - Information



Daniel Retzko
Tel.: 0385 5925215
Fax: 0385 5555094
retzko@schwerin.info



Björn Stotko
Tel.: 0385 5925215
Fax: 0385 5555094
stotko@schwerin.info



Anette Czepulowski
Tel.: 0385 5925215
Fax: 0385 5555094
czepulowski@schwerin.info



Marie Maranke
Zimmerbuchung
Tel.: 0385 5925212
Fax: 0385 5555094
maranke@schwerin.info

Arrangements | Kurzreisen



Dana Michaelis
Tel.: 0385 5925271
Fax: 0385 5925273
kurzreisen@schwerin.info

Gruppenreisen | Stadtführungen



Cornelia Liebenow
Tel.: 0385 5925222
Fax: 0385 5925094
gruppen@schwerin.info

Flächen | Märkte | Veranstaltungen



Simone Lange
Tel.: 0385 5925258
Fax: 0385 5925253
veranstaltung@schwerin.info

ZAHLEN UND FAKTEN

zum Tourismus in Schwerin



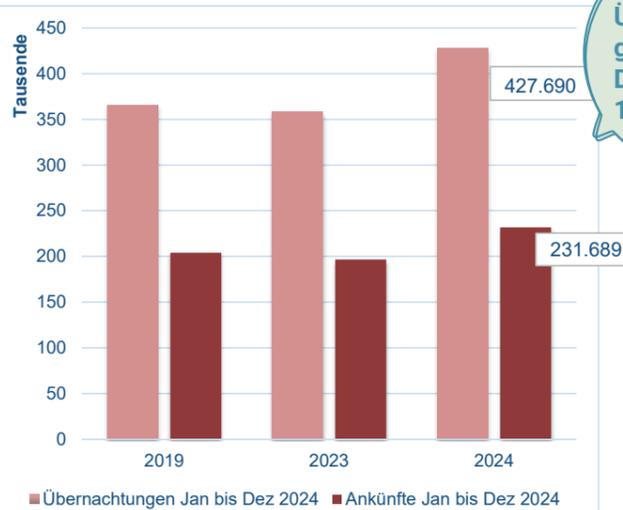
In 2024 hat der Tourismus in Schwerin erstmals wieder Vor-Corona-Niveau erreicht und dieses sogar übertroffen. Insgesamt wurden in diesem Zeitraum 427.690 Übernachtungen bei 231.689 Gästeankünften generiert. Das entspricht einem Plus von 17 Prozent bei den Übernachtungen und 14 Prozent bei den Ankünften im Vergleich zu 2019. Besonders erfreulich ist, dass von dem Wachstum insbesondere die Nebensaison profitieren konnte. In den Sommermonaten hingegen blieb das Wachstum moderater – auch, weil die vorhandenen Bettenkapazitäten zunehmend an ihre Grenzen stoßen. Die Nachfrage übersteigt das Angebot deutlich. Neue Hotelprojekte sind daher entscheidend für die künftige touristische Entwicklung.

428 Tausend
Übernachtungen in 2024

+ 19% zum Vorjahr
+ 17% zu 2019

232 Tausend
Ankünfte in 2024

+ 19% zum Vorjahr
+ 14% zu 2019



Übernachtungsgäste bleiben im Durchschnitt 1,8 Tage

Schwerin im Vergleich mit anderen Städten in MV:

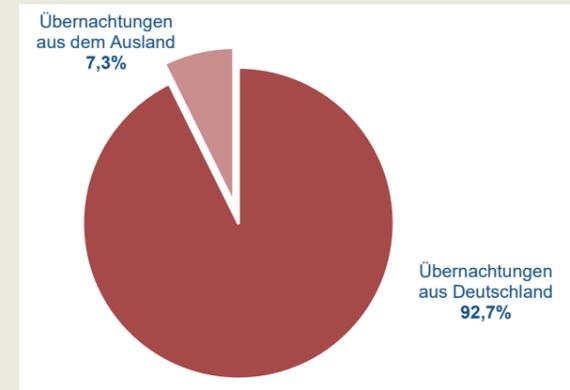


Steigerung der Übernachtungen und Ankünfte im Vergleich zum Vorjahr:



Bettenkapazitäten stoßen an ihre Grenzen

Anteil der Übernachtungen aus In- und Ausland:



Die wichtigsten Herkunftsländer nach Übernachtungen 2023:

Dänemark	3.496
Schweiz	2.777
Schweden	2.649
Niederlande	2.338
Österreich	2.195
Polen	1.294
USA	1.178

Besucherrekord im Schlossmuseum

Um zusätzlich zu den Übernachtungen ein Bild vom Gästeaufkommen zu bekommen und Rückschlüsse auf den Tagestourismus ziehen zu können, erheben wir einmal im Quartal die Besucherzahlen zentraler Kultur- und Tourismuseinrichtungen der Stadt.

Die nachfolgende Auswertung umfasst die Zahlen vom Schlossmuseum, Schleswig-Holstein-Haus, Freilichtmuseum Mueß und Zoo sowie Stadtführungs-Teilnehmende und Besucher in der Tourist-Information.

Wie auch die Übernachtungsstatistik zeigte die Abfrage 2024 eine Erholung beziehungsweise sogar Steigerung der Besucherzahlen im Vergleich zu vor Corona. Während die Differenz zu 2019 im Jahr 2023 noch -2 % betrug, verzeichneten die Institutionen **in 2024 ein Plus von 8 %**.

Besonders erfreulich ist der erneute Besucherrekord im Schlossmuseum. Dieses hat im Jahr 2024 mit 232.000 Besucherinnen und Besuchern das beste Ergebnis seit fast 30 Jahren erzielt. Auch der Zoo konnte seine Besucherzahlen im Vergleich zu vor Corona steigern.

Besucherzahlen im Jahresvergleich:



TOURIST-INFORMATION

Überblick

TOURIST-INFORMATION - DIE ZENTRALE ANLAUFSTELLE FÜR GÄSTE

Im Herzen der Altstadt gelegen, ist unsere Tourist-Information weit mehr als nur ein Anlaufpunkt für Stadtpläne und Souvenirs. Sie ist Schaufenster, Servicestelle und Schaltzentrale für Gäste – und das an 348 Tagen im Jahr. Hier treffen persönliche Beratung und digitale Buchungssysteme auf Gastfreundschaft und Erlebnis-Kompetenz. Was vor Ort wie selbstverständlich wirkt, ist Ergebnis eines breit gefächerten Aufgabenprofils, das weit über den Tresen hinausreicht.



Ausgezeichnete Qualität

Unsere Tourist-Information trägt seit April 2007 das Qualitätssiegel „i-Marke“ des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) – ein Zeichen für erstklassigen Service und hohe Standards. Die letzte Überprüfung und erfolgreiche Rezertifizierung erfolgte im November 2023. Damit haben wir bewiesen, dass wir den anspruchsvollen, deutschlandweit einheitlichen Qualitätskriterien im Hinblick auf Infrastruktur, Ausstattung, Angebot und Service gerecht werden. Diese werden bei einem Mystery-Check genau unter die Lupe genommen. Bundesweit sind mehr als 700 Tourist-Informationen mit der i-Marke ausgezeichnet.



2024 nutzten
110.277 Besucher:innen
das Angebot der Schweriner
Tourist-Information.



190
Souvenirs



Bestseller:
Postkarten,
Magnete, O-Euro
Scheine und
Stoffbeutel



am meisten
verkaufte
Rad- und
Wanderkarte



beliebtester
Reiseführer

Ein Überblick über unsere Leistungen:

1. Beratung & Gästeservice

- Persönliche Beratung vor Ort, per E-Mail und Telefon
- Versand individuell zusammengestellter Infopakete
- Ausgabe von Stadtplänen, Rad- und Wanderkarten, Urlaubsmagazinen
- Tipps und Material für Ausflüge ins Schweriner Seenland und Mecklenburg-Schwerin
- Informationen zu Veranstaltungen, Öffnungszeiten und Eintrittspreisen
- Kostenfreie Informationsmaterialien – analog und digital

2. Zimmervermittlung & Buchungssystem

- Bereitstellung des Buchungssystems Deskline® (Feratel) mit Onlinebuchbarkeit
- Integration in führende Onlineportale wie FeWo-direkt.de, Bestfewo, trivago, HRS Holidays und weitere
- Vermittlung von rund 7.000 Übernachtungen jährlich
- Zusammenarbeit mit 56 Gastgeber:innen

3. Kurzreisen

- Buchung individuell zusammengestellter Reisen inkl. Übernachtung und Programm
- Persönliche Reisevorbereitung mit Rundum-Service
- 24/7 erreichbarer Kontakt für Gäste während des Aufenthalts

4. Gästeführungen & Gruppenangebote

- Vermittlung von 50 Gästeführer:innen mit über 40 Touren im Programm
- Buchung über das Online-System Regiondo
- Organisation kompletter Gruppenprogramme inkl. Gastronomie, Führungen und Schlossbesuch
- Reiseveranstalter-Service: Buchung von Programmbausteinen
- Ausbildung neuer Gästeführer:innen in Kooperation mit der VHS (nächster Durchgang 2026)

5. Ticket- und Kartenverkauf

- Verkauf von Stadtführungen, Rundfahrten, Theater- und Konzertkarten
- Vorverkaufsstelle für Eventim (u. a. Staatstheater, Festspiele MV, Kulturnacht)
- Verkauf des Schwerin-Tickets mit Ermäßigungen für Museen, Fahrten und Führungen
- Verleih von Audioguides in Deutsch und Englisch

6. Souvenirshop & Produktentwicklung

- Auswahl an Souvenirs mit Schwerin-Motiven und UNESCO-Weltkulturerbe
- Entwicklung neuer Produkte mit lokalen Partnern (z. B. Wimmelbuch, Adventskalender)
- Reiseführer und regionale Produkte im Sortiment

7. Service für Einheimische

- Verkauf von Tickets und Gutscheinen
- Teilnahme an Stadtführungen für Locals
- Souvenirs, Flyer und Programme auch für Schweriner:innen

TOURIST-INFORMATION

Unser Service für Sie



GEMEINSAM GÄSTE BEGEISTERN!

UNSER SERVICE FÜR SIE ALS GASTGEBER:IN UND TOURISMUSAKTEUR:IN

Information für Ihre Gäste:

Erhalten Sie unser tägliches und wöchentliches Veranstaltungsplakat, das exklusiv die Veranstaltungshöhepunkte der kommenden Woche zusammenstellt. Sie erhalten das Plakat jeden Freitag per Newsletter zum Download. So kommen Sie in den Verteiler: Schicken Sie uns einfach eine E-Mail an termine@schwerin.info. Gern versorgen wir Sie auch mit unserem Urlaubsmagazin und weiteren Flyern, die speziell auf Ihre Gäste zugeschnitten sind.

Steigerung der Sichtbarkeit

Profitieren Sie von unserer Onlinebuchbarkeit über das Deskline@-Buchungssystem (Feratel). Ihre Unterkunft wird direkt auf www.schwerin.de und über unsere Schnittstellen zu bekannten Onlineportalen wie FeWo-direkt.de, Bestfowo, trivago, HRS Holidays und weiteren angezeigt. Dies steigert die Sichtbarkeit Ihrer Unterkunft und ermöglicht Gästen eine bequeme Buchung – direkt online oder vor Ort in der Tourist-Information.

Als Partner können Sie:

- Ihre Unterkunft einfach und flexibel pflegen: Mit einem persönlichen Zugang (WebClient) können Sie Ihre Texte, Bilder, Preise und Verfügbarkeiten selbstständig verwalten.
- Sich von uns unterstützen lassen: Wir beraten Ihre Gäste und vermitteln Buchungen, um Ihre Reichweite zu maximieren.

Sie möchten dabei sein? Sprechen Sie uns gern an – wir informieren Sie über die Konditionen und den Vertragsabschluss. Ihre Ansprechpartnerin ist Marie Maranke, zimmer@schwerin.info.

Gruppen-Service

Für Gruppen bieten wir maßgeschneiderte Lösungen: Wir buchen Zimmer-Kontingente, organisieren Stadt- und Schlossführungen, Stadtrundfahrten, Schiffstouren und Restaurantreservierungen. Wir kümmern uns um alle Programmpunkte – für einen reibungslosen Ablauf Ihrer Gruppenangebote.

Werbung

Nutzen Sie die Möglichkeit, Ihre Werbung in unserer Tourist-Information zu platzieren. So erreicht Ihre Werbung täglich zahlreiche Gäste (durchschnittlich 300 Besucher pro Tag) und erhöht so die Aufmerksamkeit für Ihr Angebot.

- Flyerwand: Profitieren Sie von der besten Sichtbarkeit für Ihre Flyer direkt in unserer Tourist-Information. (Plätze sind begrenzt.)
- TI-Screen: Stellen Sie Ihre Werbung als Standbild oder Kurzfilm auf unserem digitalen Screen in der Tourist-Information aus.
- Monatspreis: 50 €

Ticket-Service

Nutzen Sie unseren Ticket-Service für Ihre Veranstaltungen. Wir übernehmen für Sie das Handling und die Abrechnung – wie bereits für den SPEICHER und die Literartage. So sparen Sie Zeit und Aufwand.

Top 4 Unterkünfte nach Buchungen:

- Haus am Pfaffenteich
- Intercityhotel Schwerin
- FeWos am Moor
- Boulevard Hotel Altstadt Schwerin

BELIEBTESTE KURZREISE: in 2025 - Schwerin Puzzle



Knapp 40 verschiedene
Gästeführungen bei uns buchbar



Buchende sind preissensibel und
auf der Suche nach Insider Tipps!



42.328
Stadtführungs-
Teilnehmende
in 2024
(öffentliche und
Gruppenführungen)

Gut zu wissen:
Schwerin gehört
zu den Top 10!



TOURIST-INFORMATION

Souvenirs und Netzwerk

SOUVENIRS



In 2025 planen wir, das Sortiment weiter auszubauen und neue Designs sowie zusätzliche Artikel wie Postkarten und Kalender einzuführen. Zudem werden wir verstärkt auf nachhaltige Produktionsmethoden setzen, um noch mehr zur Schonung unserer Umwelt beizutragen.

Umfangreiches Sortiment

Ein besonderes Augenmerk lag in diesem Jahr auf dem stetig wachsenden Sortiment unserer Souvenirs. Neben bewährten Klassikern und beliebten Mitbringseln wurde das Angebot gezielt erweitert, um Besuchern eine noch größere Auswahl an hochwertigen Erinnerungstücken zu bieten. Als Highlight wurde das neue Welterbe-Shirt in den Souvenirbestand aufgenommen – ein hochwertiges, modern gestaltetes Textil, das das kulturelle Erbe Schwerins würdigt und bei Gästen wie Einheimischen gleichermaßen auf positive Resonanz stößt. Das Sortiment umfasst darüber hinaus regionale Produkte, Postkarten, Magnete und thematisch abgestimmte Geschenkartikel, die das Stadtbild und das Schloss Schwerin in Szene setzen.



Ein Stück Welterbe zum Mitnehmen

Eine unserer Aufgaben in der Tourist-Information ist neben Service, Verkauf und Buchung auch die Entwicklung neuer Produkte. Mit dem wachsenden Interesse am neuen Welterbe haben wir eine exklusive Merchandising- bzw. Souvenirlinie zum Residenzensemble Schwerin entwickelt und produziert. Neben hochwertigen Stoffbeuteln, Poloshirts und Keramik-Tassen bieten wir Buttons und Aufkleber sowie Magnete in verschiedenen Farben an. Alle Souvenirs sind mit dem von Studierenden der Hochschule Wismar entworfenen Logo des Residenzensembles verziert. Die Artikel würdigen die Bedeutung des kulturellen Erbes, und stärken das Bewusstsein für den Schutz und Erhalt dieses Erbes. Besuchern bieten sie eine bleibende Erinnerung an Schwerin.



REGIONAL VERNETZT

Auch in 2024 haben wir uns als Tourist-Information Schwerin aktiv in das regionale Netzwerk der Stadt- und Tourist-Informationen eingebracht, das vom Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin ins Leben gerufen wurde. Dieses Netzwerk dient dem regelmäßigen Austausch und der Weiterentwicklung gemeinsamer Qualitäts- und Servicestandards in der gesamten Urlaubsregion.



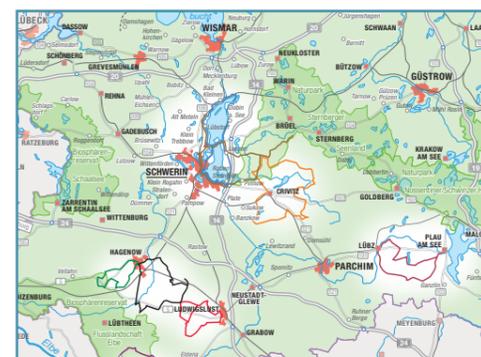
Netzwerktreffen

Darüber hinaus fanden auch 2024 regelmäßige Netzwerktreffen statt, bei denen aktuelle Themen und Herausforderungen der Tourist-Informationen diskutiert wurden. Die Treffen im Februar, März und November ermöglichten nicht nur den fachlichen Austausch, sondern boten durch die wechselnden Veranstaltungsorte in der Region wertvolle Einblicke in die Arbeitsweise anderer Tourist-Informationen. Schulungen, beispielsweise im Bereich Servicequalität und Prozessoptimierung, haben zudem dazu beigetragen, unser Angebot kontinuierlich zu verbessern und die Zufriedenheit der Gäste weiter zu steigern.



Wimmelbuch Mecklenburg-Schwerin

Ein besonderes Highlight des vergangenen Jahres war die Veröffentlichung des gemeinsamen Wimmelbuchs Mecklenburg-Schwerin. Auf neun liebevoll illustrierten Doppelseiten werden die schönsten Orte der Region – darunter auch Schwerin mit dem Altstädtischen Markt und dem Franzosenweg – spielerisch in Szene gesetzt. Das Buch ist seit August 2024 in unserer Tourist-Information sowie online erhältlich und bietet Gästen jeden Alters eine vergnügliche Möglichkeit, die Region zu entdecken. Ergänzend dazu wurden Postkarten mit den schönsten Motiven der Region erstellt.



Ausblick Netzwerktreffen 2025

Für 2025 wird die Zusammenarbeit im Netzwerk der Tourist-Informationen fortgesetzt. Geplant sind erneut drei Netzwerktreffen, die den Austausch vertiefen und neue Impulse für eine noch engere Zusammenarbeit liefern sollen. Zudem wird die Qualifizierung der Mitarbeiter als „Q-Coaches“ fortgeführt, um interne Abläufe zu optimieren. Die Entwicklung weiterer gemeinsamer Produkte, wie das Wimmelbuch 2024, soll die touristische Vielfalt Mecklenburg-Schwerins präsentieren und die Tourist-Informationen als zentrale Anlaufstellen stärken.

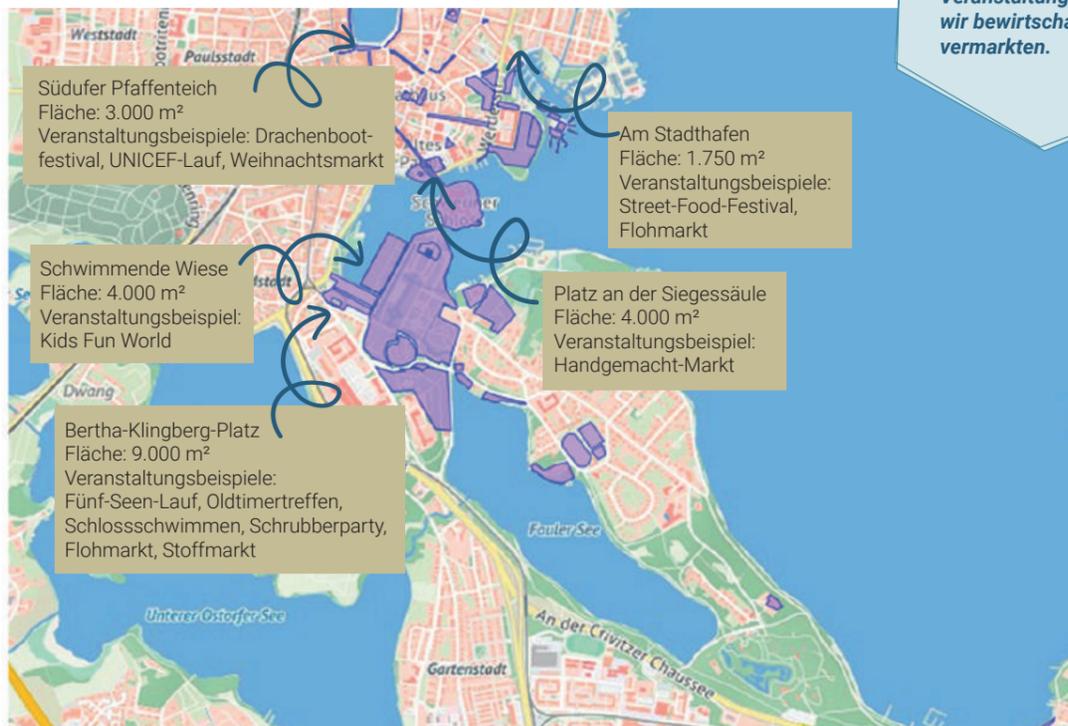
FLÄCHEN

Überblick

FLÄCHEN UND VERANSTALTUNGEN

In diesem Aufgabenbereich organisieren und koordinieren wir mit Leidenschaft Märkte und Veranstaltungsflächen sowie eigene Veranstaltungsformate.

Insgesamt bewirtschaften und vermarkten wir fünf zentrale kommunale Veranstaltungsflächen



Wussten Sie schon?
28.750 m² =
4 Fußballfelder
So groß sind die
Veranstaltungsflächen,
die wir bewirtschaften und
vermarkten.

Veranstaltungen spielen eine wichtige Rolle, wenn es darum geht, Schwerin als attraktives Reiseziel zu positionieren und neue Gäste zu gewinnen. Im Rahmen des geförderten Schweriner Kultur- und Gartensommers haben wir von 2010 bis 2015 Veranstaltungshöhepunkte mit überregionaler Strahlkraft entwickelt. Einige davon, wie der GourmetGarten oder die spektakuläre „Son et Lumière“-Show zum Schlossfest, sind mittlerweile zu festen Größen im Veranstaltungskalender der Stadt geworden. Sie sind nicht nur ein Anlass für Reisen nach

Schwerin, sondern tragen auch maßgeblich zur Imagebildung der Stadt bei, stärken die Marke und die kulturelle Bedeutung Schwerins. Darüber hinaus sorgen Events wie Lichterbummel oder Martensmarkt für eine Belebung der Innenstadt als Stadtzentrum. Neben der Organisation und Veranstaltung eigener Events, unterstützen wir Formate Dritter, die im besonderen Maße imagebildend oder innenstadtbelebend wirken. Zudem engagieren wir uns für eine strategische Weiterentwicklung der Eventstrategie für Schwerin.

Märkte

Das ganze Jahr über finden in verschiedenen Stadtteilen Schwerins Frischemärkte statt, auf denen in erster Linie regionale Produkte angeboten werden. Wir verantworten insgesamt fünf Märkte, die von unserem Marktmeister betreut werden.

Wochenmarkt	Wochentage	Marktzeiten
Altstädtischer Markt	Mittwoch und Freitag	9:00 bis 15:00 Uhr
Lessingstraße (Weststadt)	Dienstag und Donnerstag	9:00 bis 15:00 Uhr
Edgar-Bennert-Straße (Lankow)	Freitag	9:00 bis 15:00 Uhr
Platz der Freiheit	Mittwoch und Freitag	9:00 bis 15:00 Uhr
Grunthalplatz	Dienstag und Donnerstag	9:00 bis 15:00 Uhr



Wochenmarkt, Martensmarkt, Handgemachtmarkt

Die Wochenmärkte in Schwerin sind ein fester Bestandteil des Stadtlebens und erfreuen sich großer Beliebtheit. Auf dem Altstädtischen Markt und in den Stadtteilen bieten regionale Händler mehrmals wöchentlich frische Produkte, Blumen und Spezialitäten an. Die Mischung aus regionalem Angebot, persönlichem Kontakt und zentraler Lage macht die Märkte zu wichtigen Treffpunkten für Einheimische und Gäste.

Unsere Aufgaben im Bereich Veranstaltungsflächen:

- Passgenaue Vermittlung geeigneter Flächen an Veranstalter
- Vor-Ort-Begehungen
- Abnahme und Übergabe der Flächen an die Veranstalter
- Bei Schäden: Abwicklung über die SDS

FLÄCHEN

Unser Service für Sie



WAS AUF DIE BEINE STELLEN!

UNSER SERVICE FÜR SIE ALS VERANSTALTER:IN UND STANDBETREIBER:IN

Finden von Veranstaltungsflächen und -terminen

Suchen Sie noch den perfekten Ort für Ihr nächstes Event? Dann nehmen Sie Kontakt mit uns auf. Wir prüfen gemeinsam, welche unserer Veranstaltungsflächen für ihre Veranstaltung geeignet ist.

Ansprechpartner für Standbetreiber:innen

Sie bieten Obst, Gemüse oder andere regionale Produkte an oder haben einen Marktstand, der gut zu Schwerin passen würden? Dann melden Sie sich bei uns. Wir stellen Ihnen die einzelnen Märkte vor und schauen, welcher gut zu Ihrem Angebot passen würde.

Wir vermitteln auch den Kontakt zur Koordinierungsstelle Veranstaltungsmanagement, wenn Sie sich für weitere Märkte in Schwerin, wie den Kunsthandwerkermarkt oder Handgemacht-Markt, interessieren.

Schnittstelle zur Koordinierungsstelle Veranstaltungsmanagement

Sie haben eine Idee für eine tolle Veranstaltung? Erzählen Sie uns davon. Wir sind gut vernetzt und kennen Menschen in Stadt und Verwaltung und bringen Sie gerne zusammen.

Koordinierungsstelle Veranstaltungsmanagement

Zentraler Ansprechpartner für Sie als Veranstalter:in in Schwerin ist die Koordinierungsstelle Veranstaltungsmanagement innerhalb der Stadtverwaltung. Diese übernimmt für Sie die Koordination des gesamten behördlichen Genehmigungsverfahrens für Ihre Veranstaltung. Dabei beziehen sie die relevanten Fachbereiche und Institutionen, wie z.B. die Fachdienste Verkehr, Umwelt, Naturschutz und Lebensmittelüberwachung, sowie Polizei, Feuerwehr und Ordnungsdienst mit ein.

Im Rahmen der Veranstaltungsrunden sitzen wir regelmäßig mit der Koordinierungsstelle Veranstaltungsmanagement zusammen und können neue Veranstaltungs-ideen vorbesprechen.

Hier geht's zur Koordinierungsstelle Veranstaltungsmanagement:



Veranstaltung	Event			Print		PR	OoH			Online			
	Veranstaltungsorganisation	Flächenvermietung	Ticketing	Plakat	Flyer	PR	Digitale Screens	Kulturplakatierung	Überspanner	Social Media	Veranstaltungswebseite	Veranstaltungskalender	Bildbühne (Startseite)
Weltgästeführertag Veranstalter und Organisator: Schweriner Gästeführer e.V.				✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓
FrühjahrsErwachen Veranstalter und Organisator: Landeshauptstadt Schwerin				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓
Welterbetag Veranstalter: Welterbe Förderverein Organisator: Verschiedene lokale Vereine und Institutionen				✓	✓	✓	✓		ab 2021	✓	✓	✓	✓
Schlossfestwochenende	Gesamtwochenende			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Son et Lumiere Veranstalter und Organisator: Stadtmarketing GmbH Schwerin	✓			*	*	*	✓	*	*	✓	✓	*
	Historisches Schlossfest Veranstalter und Organisator: Verein der Freunde des Schweriner Schlosses e.V.			✓	✓	✓	✓	*	*	✓	✓	✓	*
	Tag der offenen Tür im Landtag Veranstalter und Organisator: Landtag Mecklenburg-Vorpommern				*	*	*	✓	*	*	*	*	*
	Handgemacht-Markt Veranstalter und Organisator: Handgemacht- Markt		✓		*	*	*	*	*	*	*	*	*
GourmetGarten Veranstalter: Stadtmarketing GmbH Schwerin Organisator: Norbert Bosse				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Venezianische Tage Veranstalter: Stadtmarketing GmbH Schwerin Organisator: Reimond Weding			✓			✓	✓	✓	ab 2021	✓	✓	✓	✓
Stadtfete Veranstalter: Landeshauptstadt Schwerin Organisator: Landeshauptstadt Schwerin und verschiedene lokale Akteure		✓					✓		ab 2021	✓			✓
Lichterbummel Veranstalter und Organisator: Stadtmarketing GmbH Schwerin	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Kulturnacht Veranstalter: Stadtmarketing GmbH Schwerin Organisator: Verschiedene lokale Kulturinstitutionen		✓					✓		✓		✓	✓	✓
Martensmarkt Veranstalter: Stadtmarketing GmbH Schwerin Organisator: Cocolorus Budenzauber				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Schweriner Weihnachtsmarkt Veranstalter und Organisator: Schweriner Weihnachtsmarkt GmbH		✓				✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓

Erläuterung: ✓ Verantwortlich
 ✓ Unterstützend
 * Teil der Kommunikation des Schlossfestwochenendes

Bewerbung von Veranstaltungen

Sie haben eine tolle Veranstaltung auf die Beine gestellt, die Veranstaltungsfläche und der Termin ist gefunden? Dann melden Sie sich bei uns. Wir besprechen mit Ihnen die Werbemöglichkeiten, die wir anbieten - bezahlte und kostenfreie.

FLÄCHEN

Bürgerfest zum Tag der Deutschen Einheit

Das Bürgerfest zum Tag der Deutschen Einheit war die wichtigste Großveranstaltung in Schwerin 2024. Zahlreiche Institutionen und Unternehmen haben das Event fast ein ganzes Jahr lang vorbereitet und geplant.

Unsere Aufgaben im Rahmen der Veranstaltung:

- Mitwirkung im Auswahlverfahren der Werbeagentur
- Abstimmung zur Flächennutzung mit der Generalagentur Bergmann
- Konzeption und Durchführung der „Zeitreise“-Lichtshow in enger Zusammenarbeit mit der Staatskanzlei
- Vermarktung der Fläche für den ZDF Fernsehgarten (4.10. Aufzeichnung, 6.10. Live) inkl. Abstimmungen zur Flächennutzung und Logistik
- Servicepartner bei der Vermittlung von Ansprechpartnern, Hotelunterbringung und Bustransporten
- Bereitstellung von Bildmaterial zur Kommunikation
- Video-Produktion von Opti-Segler:innen vorm Schloss als Zuarbeit zum Imagevideo „Vereint Segel setzen“
- Initiierung und Umsetzung einer gemeinsamen Willkommenskampagne mit dem Büro des Oberbürgermeisters, Pressestelle und Wirtschaftsförderung der Landeshauptstadt Schwerin

Ziel: Besucher der Stadt willkommen heißen, Anregung zum Wiederkommen (Urlaub oder als Fachkraft), Image als weltoffene Stadt stärken

Maßnahmen: Entwicklung eines Hauptmotives, Produktion eines Willkommens-Videos, Ausspielung digitaler Plakate, Willkommens-Landingpage www.schwerin.de/lebenshauptstadt

Zeitreise-Lichtshow: Eine sensationelle, Wende geschichtlich geprägte Show mit Bildern, Animation und passender Musik, die tausende Besucher an beiden Abenden vor dem Schweriner Schloss erlebten. Das Feedback war grandios.



Die Gästeführungen zur Friedlichen Revolution fanden großen Anklang

Unser Stand beim Bürgerfest



Festplatz vorm Rathaus

Unsere Beteiligung am Bürgerfest:

- Touristische Präsentation auf dem Marktplatz
- 16 kostenfreie Gästeführungen „Auf den Spuren der friedlichen Revolution“ in Kooperation mit den Schweriner Gästeführer:innen, täglich vom 2. bis 5. Oktober
- Bestückung der Service-Points mit Informationsmaterialien
- Buchung der Gästeführer für die Service-Points

Wussten Sie schon? 20.993 Menschen haben das Willkommensvideo gesehen.

200.000 Menschen feiern in Schwerin



MARKETING

Übersicht und Kampagne



Marketing

Mit reichweitenstarken Kampagnen und einer klaren Markenstrategie positionieren wir Schwerin als UNESCO-Welterbestadt und attraktives Städtereiseziel mit besonderem Flair. Unsere Marketingmaßnahmen erzählen die Geschichten der Stadt – von ihrer herzoglichen Vergangenheit bis zur lebendigen Kulturszene von heute. Dabei setzen wir auf einen Mix aus klassischen und digitalen Medien, um unsere Lieblingsgäste für eine Reise nach Schwerin zu begeistern.

Gemeinsam mit unseren Partnern realisieren wir Marketingkampagnen, die das Image und die Bekanntheit Schwerins im In- und Ausland nachhaltig stärken. Über unsere eigenen Kanäle sprechen wir potenzielle Gäste

an und binden gezielt Content von Locals ein, um ein authentisches Bild von Schwerin zu schaffen. Wir entwickeln neue Ideen, um das touristische Angebot der Stadt gezielt zu erweitern und zu verbessern – von Führungen über Veranstaltungen bis hin zu digitalen Erlebnissen.

Doch Marketing ist mehr als Sichtbarkeit. Wir vernetzen die Branche, bieten unseren Partnern passende Bühnen zur Präsentation und werben gemeinsam mit ihnen für Schwerin. Unsere Branchenevents inspirieren, unsere B2B-Newsletter informieren. Zudem entwickeln wir Angebote, um die Identifikation mit Schwerin zu stärken – für echte Begeisterung und authentische Empfehlungen.

Kampagnen

Programmatische Onlinekampagnen

Seit 2022 setzt die SMG gemeinsam mit der Hamburger Agentur Neun auf KI-gestützte, programmatische Werbung, um die Sichtbarkeit Schwerins gezielt zu steigern. Zwei zentrale Kampagnen standen im Fokus: die Always-on-Kampagne und eine Peak-Kampagne für die Nebensaison.

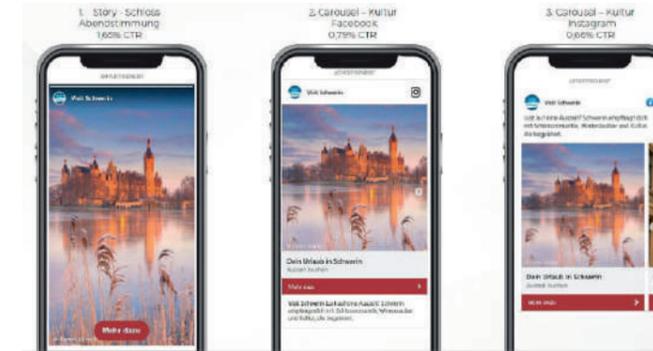
Die Always-on-Kampagne lief von März bis Dezember 2024 und sorgte für ein konstantes Grundrauschen, das den Bekanntheitsgrad Schwerins nachhaltig erhöhte. Mit Suchmaschinenwerbung (SEA) und Display-Kampagnen, die Prospection und Retargeting umfassten, wurden kulturinteressierte Tages- und Wochenendgäste ab 39 Jahren aus einem Umkreis von bis zu 250 Kilometern angesprochen. Automatisierte Bidding-Strategien und kontinuierliches Monitoring ermöglichten eine datenbasierte Optimierung. Insgesamt wurden 2.168.832 Impressions und 31.466 Klicks erzielt. Die CTR lag mit 0,24 % (Display) und 23,12 % (SEA) über dem Benchmark. Die Kampagne war erfolgreicher als 2023.

Mehr Sichtbarkeit im Winter

Die Peak-Kampagne von November 2024 bis Februar 2025 zielte darauf ab, in der Nebensaison zusätzliche Aufmerksamkeit zu erzeugen. Eingesetzt wurden Mobile Ads, Social-Media- und Video-Ads auf Facebook und Instagram. Die geografische Ausrichtung blieb auf Schwerin und 250 Kilometer Umkreis beschränkt. Ergänzt wurde die digitale Kampagne durch eine Out-of-Home-Offensive: 72 Mega-Lights in Hamburg und Berlin warben unter dem Titel „Kultur. Natur. Welterbe. Deine Auszeit in Schwerin“ für einen winterlichen Kurzurlaub in der Landeshauptstadt.

Beide Kampagnen steigerten die Klickzahlen und Zugriffe auf die zentrale Landingpage deutlich. Ausgespielt wurden im Jahresverlauf drei Bannersets: ein Frühlingmotiv, ein Motiv zur Verkündung des UNESCO-Welterbes sowie ein Wintermotiv.

Umsetzungsbeispiele:



Peak-Kampagne: Social Ads, Peak-Kampagne: Großflächen-Plakatierung in Berlin und Hamburg



KEYFACTS ZUR PEAK KAMPAGNE

Alle wichtigen Kennzahlen und Insights über alle Kanäle hinweg

Kampagne: Peak-Kampagne Schwerin

Ziel: Traffic und Awareness

Laufzeit: 21.11.2024 – 28.02.25

Reichweite: 2.936.759 Impressions

Kanäle: Display inkl. Mobile, NOVA (Social Display), Social Media, Living Ads (Wipe Away)

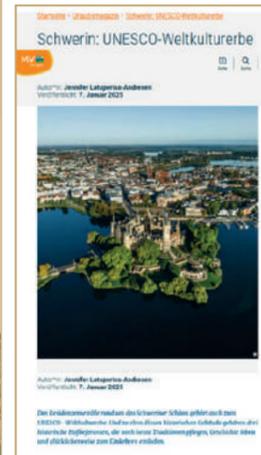
Clicks: 21.519

Mediabudget: 20.000 €

Ø CTR: 0,73%

MARKETING

MV-Kampagne



Hier geht es zum Kampagnenvideo:



MV-Kampagne 2024: Schloss Schwerin im Fokus

Anfang Januar ist die reichweitenstarke MV-Kampagne 2024 gestartet. Schwerin ist in diesem Jahr inhaltlich mit der Puppenspielführung im Schloss Schwerin vertreten. Die Darstellung ist Teil der Story „Familienausflug in die Vergangenheit in der Region Mecklenburg-Schwerin“, die gemeinsam von den Staatlichen Schlössern, Gärten und Kunstsammlungen MV und dem Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin e.V. platziert wurde. Die SMG beteiligt sich erstmals nicht finanziell an der Kampagne.

MV-Kampagne 2025: Wir sind Welterbe

Bereits einen Tag nach der Auszeichnung Schwerins als UNESCO-Weltkulturerbe ist die MV-Kampagne 2025 vorzeitig angelaufen. Im Mittelpunkt der Maßnahmen standen zunächst die Ernennung, anschließend das Residenzenensemble Schwerin an sich. Die Kampagne besteht aus folgenden Bausteinen:

1. Gemeinsame Social-Media-Kampagne (Collaboration) von TMV und SMG zur Verkündung des UNESCO-Weltkulturerbetitels mit eigens produziertem Video Aufrufe/

Mit der MV-Kampagne verbunden sind zahlreiche Leistungen, die über das Jahr verteilt crossmedial ausgespielt werden. Der eigens produzierte Content (Texte, Bilder, Video) bildet die Grundlage für umfangreiche Print- und Onlinemaßnahmen. Dreh- und Angelpunkt ist die Landingpage auf der Seite auf-nach-mv.de.

Ergänzend zu den Maßnahmen im Rahmen der Kampagne wurden die Story-Inhalte für weitere Veröffentlichungen verwendet, zum Beispiel als Zuarbeit für die SUPERillu Ostsee.

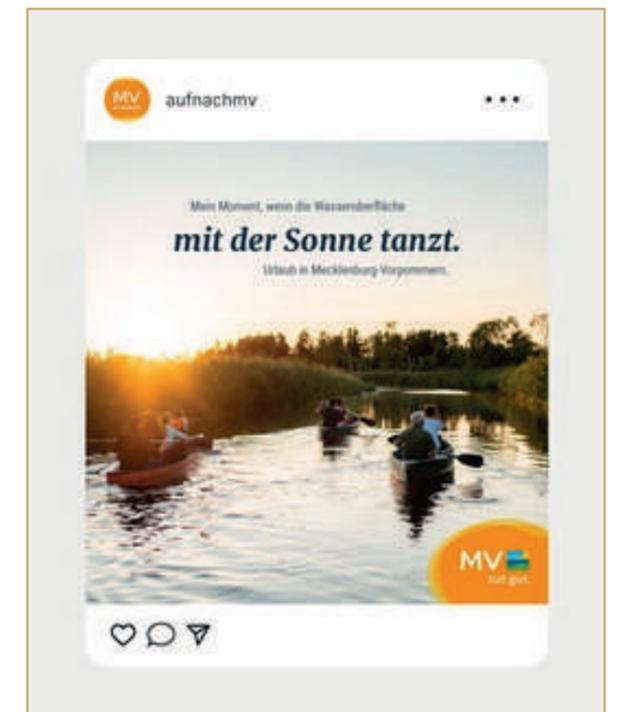
erreichte Konten: YouTube: 211.500, Instagram: 300.612

2. Reportage über das Residenzenensemble Schwerin mit Fokus auf Hoflieferanten (Café Prag, Weinhaus Uhle, Weinhaus Wöhler), Ausspielung online auf Webseite des TMV www.auf-nach-mv.de/magazin/unseco-weltkulturerbe-schwerin



GEMEINSAM SCHWERIN BEKANNTER MACHEN!

UNSER SERVICE FÜR SIE IM BEREICH KAMPAGNEN



Beteiligung an der programmatischen Digitalkampagne

Sie als Leistungspartner haben die Möglichkeit, sich an unserer KI-gestützten Kampagne (siehe Seite 31) zu beteiligen. Dies ist in Form einer eigenen, thematischen Peak-Kampagne möglich. Für die Umsetzung sind drei Partner notwendig, die sich jeweils mit einem Media-budget von mindestens 5.000 € einbringen. Zielgruppen, Kanäle, Geo-Targeting und Laufzeit werden dann gemeinsam mit Ihnen und den anderen Partnern individuell festgelegt.

Beteiligung an der MV-Kampagne

Eine bezahlte Beteiligung an der Kampagne des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern ist nicht mehr möglich. Es werden ausschließlich Stories aufgenommen, die in die Urlaubsmarke MV einzahlen. Sie haben eine solche Story, von der wir noch nichts wissen oder möchten mit uns gemeinsam eine neue Storyidee entwickeln? Dann kommen Sie gerne mit uns ins Gespräch.

MARKETING

Website



Website: Alle Urlaubsinfos auf einem Blick

Das Tourismusportal www.schwerin.de/urlaub ist ein zentrales Element in unserem Marketing-Mix. Es bietet umfassende Informationen für Besucher – von Attraktionen und Aktivitäten bis hin zu Unterkünften in der Stadt. Thematisch passende Inhalte werden auf saisonalen oder kampagnenbezogenen Seiten wie www.schwerin.de/winter oder www.schwerin.de/schlossfestspiele gebündelt. Diese Seiten dienen sowohl als Landingpage für Onlinekampagnen als auch als Plattform für Werbepartner.

Seit Ende März 2024 ist das Tourismusportal auf www.schwerin.de **mehrsprachig verfügbar**. Inhalte wie der Veranstaltungskalender und Points of Interest (POIs) werden KI-unterstützt in Echtzeit in 10 Sprachen über-

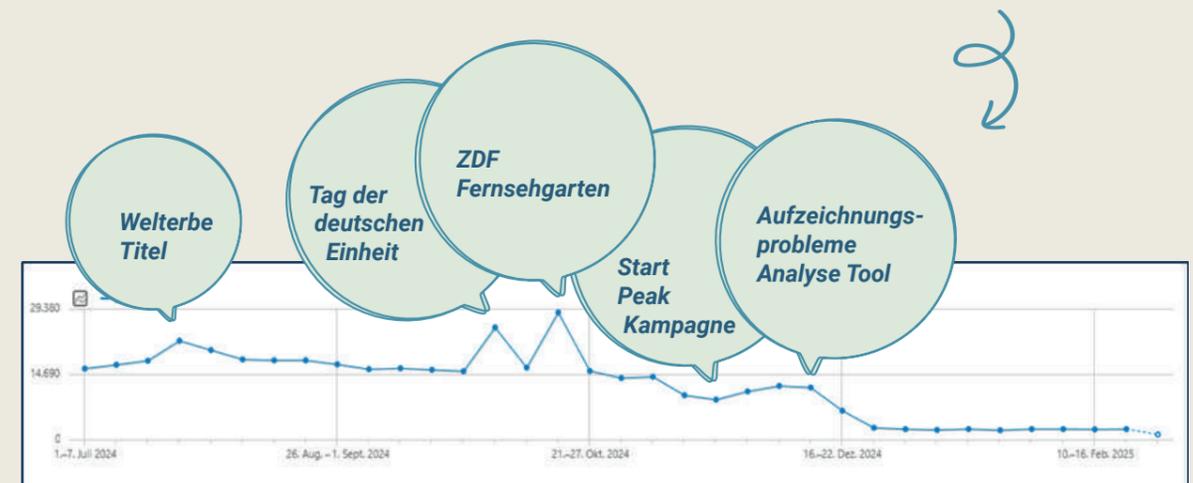
setzt, darunter Englisch, Französisch, Dänisch, Niederländisch und Schwedisch. Diese Neuerung macht die Plattform für internationale Besucher zugänglicher und unterstützt die Stadt, auch im Hinblick auf das neu gewonnene UNESCO-Weltkulturerbe, als weltoffene Destination.

Im Jahr 2024 haben wir mit einer umfassenden **SEO-Optimierung** aller touristischen Seiten innerhalb der www.schwerin.de begonnen. Ziel der Maßnahme ist es, die Auffindbarkeit in Suchmaschinen zu erhöhen und die User-Experience zu verbessern. Als **besucherstärkste Seite** spielt das Tourismusportal eine zentrale Rolle und trägt wesentlich dazu bei, Besucher auf weitere Seiten des Stadtportals zu leiten.

151.822
Seitenaufrufe
im Juni
auf der
Tourismus -
Unterseite



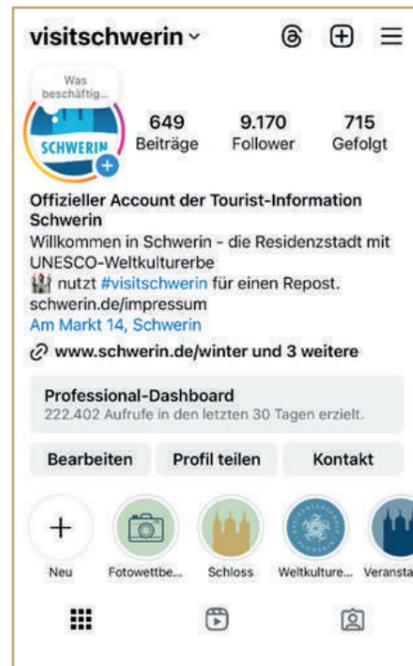
Im Jahr 2024 erzielten die Tourismuseiten insgesamt **3.055.145** Seitenansichten, davon **1.301.382** eindeutige Seitenansichten. Damit präsentieren die Ansichten des Tourismusportals ein Drittel des gesamten Stadtportals. Besonders die Seiten zu Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen waren stark frequentiert. Einige Ereignisse führten zu deutlichen Peaks in der Websiteperformance:



MARKETING

Social Media

Instagram -
unser reichweiten
stärkstes
Medium



Instagram

Follower: 9.185 (+1.909 Zum Vorjahr)
Reichweite: 127.935

Social Media

Instagram und Facebook sind die zentralen Kanäle unserer Social-Media-Arbeit. 2024 wuchs die Instagram-Community auf 9.158 Follower (+1.909), mit einer Reichweite von 127.935 und 3.786 Link-Klicks. Besonders die Bekanntgabe des UNESCO-Welterbe-Titels sorgte für einen deutlichen Zuwachs. Facebook verzeichnete 13.460 Follower (+563), eine Reichweite von 467.774 und 7.517 Link-Klicks.

Die Inhalte wurden plattformgerecht aufbereitet, um die jeweiligen Nutzergruppen optimal anzusprechen. Regelmäßig erschienen Stories, Beiträge und Reels – insgesamt 155 Posts, darunter Kooperationen mit Partnern wie der Landeshauptstadt Schwerin, Kurs Elbe und den Tourismusverbänden Mecklenburg-Schwerin und Mecklenburg-Vorpommern.

Performance und Reichweite

Reels erzielten die höchste Reichweite – besonders jene zum Schlossfestwochenende und zum Herbst in Schwerin. Sie stärkten die Nutzung des Formats und steigerten die Interaktion. Insgesamt erwiesen sich Event-Postings als besonders wirkungsvoll, was unser Engagement im Event-Marketing unterstreicht.

Unsere Posting-Strategie folgte einer klaren Struktur:

- Montags: Schwerin-Bilder und Stadtwissen
- Mittwochs: Veranstaltungstipps
- Freitags: Community-Aktionen, in der ersten Jahreshälfte das Lieblingsbild der Woche (nach dem Sommerspecial ersetzt durch informative Beiträge).

Social Media diente zudem gezielt der Bewerbung von Veranstaltungen, Stadtführungen und Kurzreisen. Die Schwerinerinnen und Schweriner waren als „Local Community“ aktiv eingebunden – durch den Sommer-Fotowettbewerb, das Lieblingsbild der Woche und das Teilen von Fotos und Eventtipps.

Die Sichtbarkeit wurde größtenteils organisch erreicht, ergänzt durch vier gezielte budgetierte Beiträge. Ab November 2024 verstärkte die Peak-Kampagne im Rahmen der programmatischen Onlinekampagne mit Nova Ads und einer Mystery Ad zusätzlich die Reichweite.

Ausblick 2025

Um Effizienz und Wirkung weiter zu optimieren, ist für 2025 eine Verschlankeung der Social-Media-Strategie geplant. Der Fokus bleibt auf erfolgreichen Formaten – mit einer noch gezielteren und ressourcenschonenderen Umsetzung.

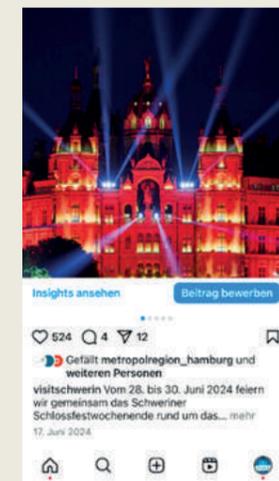
Erfolgreichste Reels und Beiträge in 2024:



Reel
9.479 Aufrufe
6.163 erreichte Konten
Davon 71% Nicht-Follower
114 Gefällt-mir-Angaben



Reel
9.925 Aufrufe
5.887 erreichte Konten
Davon 51% Nicht-Follower
505 Gefällt-mir-Angaben



Beitrags-Post
6.820 Impressionen
5.678 erreichte Konten
Davon 27,8% Nicht-Follower
524 Gefällt-mir-Angaben

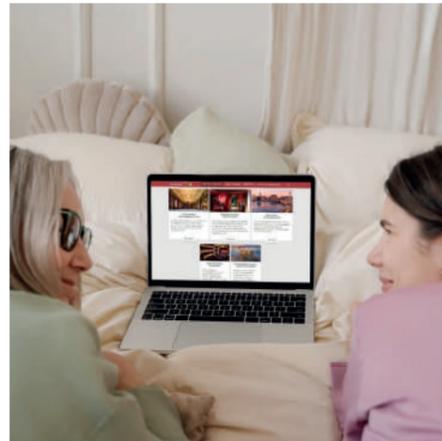
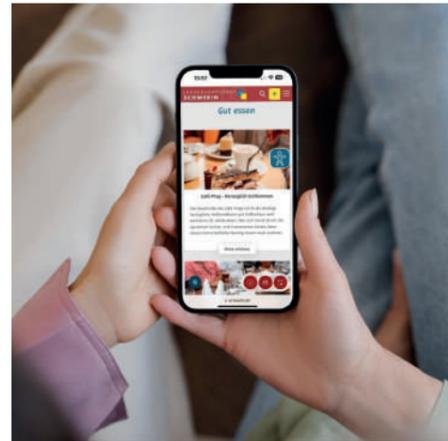
MARKETING

Unser Service für Sie



GEMEINSAM SICHTBARKEIT SCHAFFEN!

UNSER SERVICE FÜR SIE IM BEREICH
ONLINE UND SOCIAL MEDIA



Flexible Online Pakete

Wir bieten Ihnen flexibel buchbare Online-Pakete. So können Sie individuelle Kombinationen erstellen, die auf Ihre spezifischen Bedürfnisse zugeschnitten sind. Sie profitieren von unserer Reichweite durch eine höhere Sichtbarkeit für Ihr Unternehmen - und wir von Ihrer Beteiligung. Die Pakete umfassen Einträge und Platzierungen in verschiedenen Wertigkeiten auf den Kampagnenseiten sowie zusätzliche Optionen wie „sponsored Posts“ auf unseren Social-Media-Kanälen.

Eintrag auf der Kampagnen-Landingpage

Dreh- und Angelpunkt unserer KI-gestützten digitalen Kampagnen und weiterer Maßnahmen sind unsere saisonalen Landingpages – z.B. www.schwerin.de/fruehling. Seien Sie hier mit Ihrem Angebot präsent und profitieren Sie direkt von den Klicks auf die Webseite.



Sponsored Post
auf Social Media

Sponsored Feed-Post auf Social Media

Auf unseren Social-Media-Kanälen @visitschwerin bieten wir Ihnen die Möglichkeit, sich als Unternehmen zu präsentieren und insgesamt mehr als 20.000 Follower:innen auf sich aufmerksam zu machen. Ein extra Layout sorgt für mehr Sichtbarkeit im Feed.

Social Media: Repost von Posts oder Stories

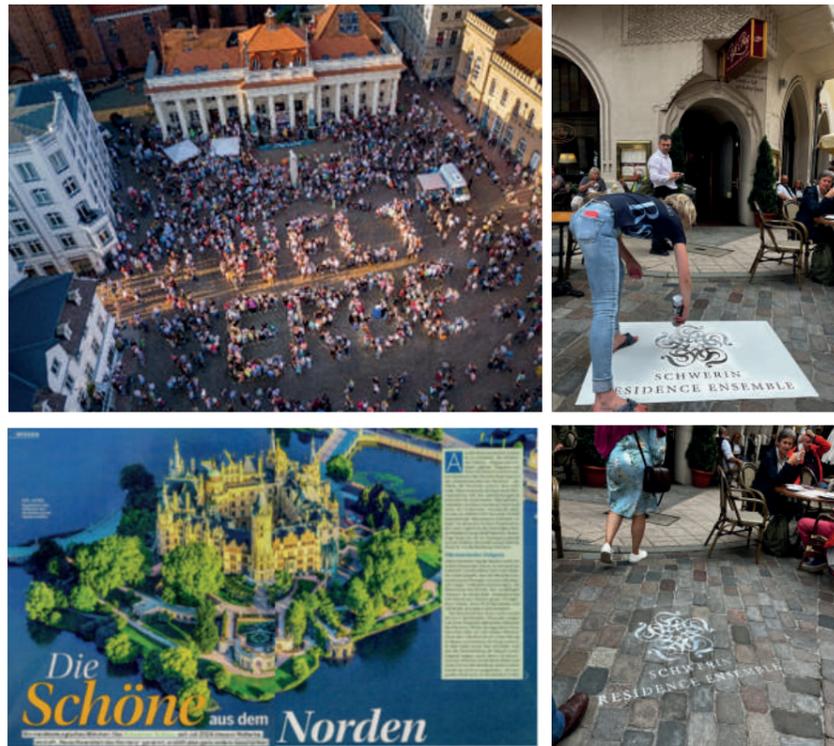
Nutzen Sie die Reichweite unserer Social-Media-Kanäle, in dem Sie uns mit @visitschwerin verlinken bzw. vertaggen. Wenn das Thema passt, teilen wir Ihre Inhalte auf unserem Account. Eine Veröffentlichungsgarantie besteht hier – anders als zum Sponsored Post – aber nicht.

Aktuelles
markieren Sie uns
in ihren Storys - damit
wir aktuelle Angebote
teilen können!

@visitschwerin

MARKETING

Welterbe



Wir sind Welterbe

Nach vielen Jahren intensiver Vorbereitung wurde Schwerin 2024 offiziell in die Liste der UNESCO-Welterbestätten aufgenommen. Die Anerkennung gilt dem einzigartigen historischen Ensemble mit mehr als 30 weiteren Residenzbauten, Plätzen und Gärten. rund um das Schloss Schwerin, das in Architektur, Landschaftsgestaltung und Geschichte europaweit herausragt.

Mit der offiziellen Ernennung wurden umfangreiche Marketingmaßnahmen gestartet, um den neuen Welterbe-Status sichtbar zu machen und touristisch zu nutzen. Dazu zählen gezielte Aktionen wie Pressearbeit, Onlinekampagnen, Printkampagnen sowie eine eigene

Souvenirlinie, in der das neue Welterbe-Shirt eine zentrale Rolle spielt. Ergänzt wird das Angebot durch weitere hochwertige Artikel mit Schloss- und Welterbe-Bezug. Parallel wurden Online- und Social-Media-Aktivitäten ausgeweitet, um sowohl Gäste als auch Einheimische für das Welterbe zu begeistern. Unter dem gemeinsamen Dach von „Visit Schwerin“ werden regelmäßig Inhalte rund um das Welterbe geteilt – von geschichtlichen Hintergründen bis hin zu Veranstaltungstipps. Ziel ist es, das Bewusstsein für den kulturellen Wert zu stärken und die touristische Strahlkraft Schwerins nachhaltig zu erhöhen. Die erste Resonanz zeigt bereits: Das neue Welterbe ist ein starkes Aushängeschild für die Stadt.

Umgesetzte Aktionen:

- 27.7. Pressearbeit über Landeshauptstadt Schwerin und TMV
- 27.7. UrlaubsNews zum Thema Welterbe
- 28.7. Start: eine Woche kostenfreie Führungen durch das Residenzenensemble, jetzt Bestandteil der öffentlichen Führung „Schätze Schwerins“ (3 mal die Woche)
- 28.7. Launch unserer gemeinsamen Social-Media-Kampagne mit dem TMV zur Verkündung des UNESCO-Weltkulturerbetitels

- 30.7. Feier für Schwerinerinnen und Schweriner im Rahmen des MusiKklub, gemeinsame Organisation durch Landeshauptstadt Schwerin, Welterbeverein, Landesregierung, Landtag und uns
- 31.7. MV-Kampagne für Schwerin (2025) angelaufen, Thema: Schweriner Hoflieferanten, Produktion erfolgte bereits im Sommer 2024 (mehr dazu auf der Seite 28)
- Onlinemarketing-Kampagne auf „Urlaub im Welterbe“ umgestellt (mehr unter Online-Kampagne)

Hier geht es zur Welterbe Story:



Ergebnisse der Foto Produktion

REISE-NOTIZEN
Unesco-Titel für Schwerin
 Was lange währt, wird endlich gut: Das **Schweriner Schloss** und Teile der historischen Innenstadt zählen zum Unesco-Weltkulturerbe. 20 Jahre lang haben zahlreiche Vereine sowie die Stadtverwaltung darauf hingearbeitet. Neben Schwerin erhielt auch die sächsische Kleinstadt Herrnhut den Welterbe-Titel als Teil der Siedlungen der Herrnhuter Brüdergemeine. In Deutschland gibt es insgesamt mehr als 50 Welterbestätten; www.herrnhuter-sterne.de; www.schwerin.de. CN



Welterbe-Video
 Video-Aufrufe:
 YouTube: 211.500
 Instagram: 300.612



Geplante Aktionen in 2025:

- Planung weiterer Maßnahmen innerhalb der AG Öffentlichkeitsarbeit Welterbe
- Presse- und Bloggerreisen in 2025 zum Thema „Welterbe Schwerin“ in Kooperation mit dem TMV

Medienresonanz
 nach Welterbe-Titel



MARKETING

Publikationen



Urlaubsmagazin Mecklenburg-Schwerin 2025

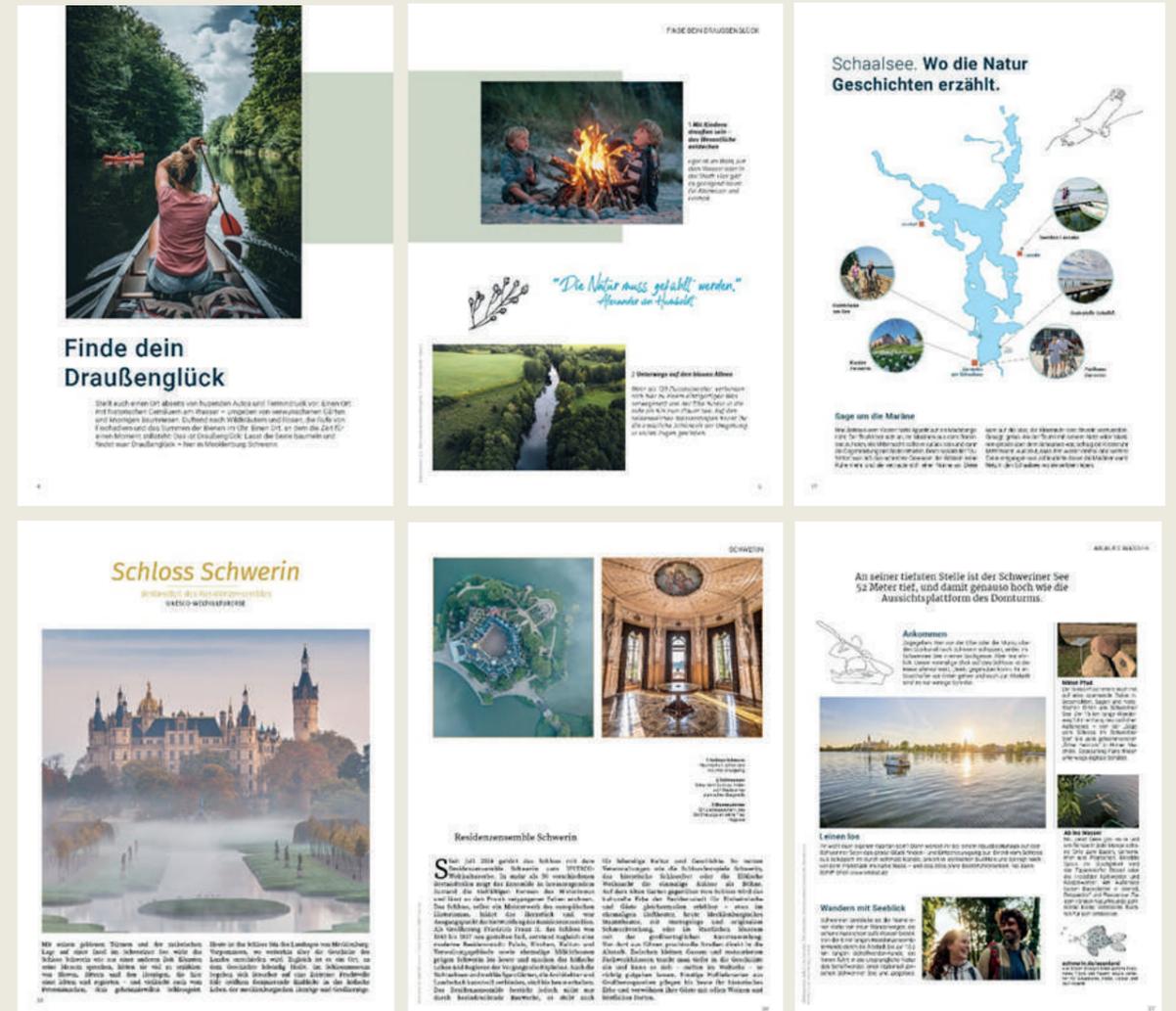
Das Urlaubsmagazin Mecklenburg-Schwerin ist Anfang 2025 mit einem frischen Design und modernen Konzept erschienen. Gemeinsam mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin und in enger Zusammenarbeit mit regionalen Partnern und Anbietern haben wir das wichtigste Printmedium der Region neu konzipiert und produziert – mit einer Auflage von 30.000 Exemplaren.

Das Magazin wurde grundlegend neugestaltet, um ein junges, dynamisches Bild der Region zu vermitteln. Die Mischung aus hochwertigen Bildern, inspirierenden Texten

und modernem Layout macht Lust, Mecklenburg-Schwerin in seiner ganzen Vielfalt zu entdecken.

Mit einem handlichen Format von 195 x 260 mm und 84 Seiten plus Umschlag bietet das Magazin eine attraktive Mischung aus Reiseinspiration und Information. Inhalte reichen von Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen bis zu kulinarischen Highlights und Outdoor-Erlebnissen. Die Konzeption und Gestaltung des Magazins erfolgte erstmals komplett inhouse durch unserer Kollegin Kristin Damaschke.

Blick ins Urlaubsmagazin:



Dank einer breiten Distribution erreicht das Magazin gezielt potenzielle Gäste:

- Direktversand an Interessierte für eine persönliche Ansprache
- Auslage an über 50 Infostellen in Hotels, Ferienwohnungen und Tourist-Infos
- Hohe Präsenz in der gesamten Region – für maximale Reichweite

MARKETING

Publikationen



GEMEINSAM INSPIRIEREN!

Druckarbeiten

Im Jahr 2024 haben wir neben dem Urlaubsmagazin zahlreiche weitere Druckprojekte erfolgreich umgesetzt, die sowohl visuell ansprechend als auch funktional sind. Der Fokus lag auf einer vielfältigen Auswahl an Materialien und Designs für Events, Programme und Werbemaßnahmen. Zur Unterstützung dieser visuellen Kommunikation haben wir zahlreiche Fotos erstellt und bearbeitet, die in verschiedenen Druckprodukten verwendet wurden, um die Region und ihre Sehenswürdigkeiten authentisch zu präsentieren.

Event-Kommunikation

- Schlossfest: Flyer, Programmübersicht und Plakate
- Lichterbummel: Flyer und Plakate
- Martensmarkt: Flyer und Plakate
- Tag der Deutschen Einheit: Werbetonnen-Umrandungen und Standmaterialien (Postkarten, Einladungen)

Gästekommunikation

- Infopost-Anschreiben
- Stadtführungsposter: Nachtwächter-Führung, Schwerins Schätze und Welterbe-Führung
- Tägliches und wöchentliches Veranstaltungsplakat (Gestaltung)
- Mega-Light Altstadtparkplatz als Willkommensansprache

Kultur & Welterbe

- UNESCO-Weltkulturerbe: verschiedene Poster
- Stadtführungen: Postkarten und Übersichtsplakate
- Flyer „Kunst, Kultur und Events“ 2025 (Kooperation mit Citymanagement)

Out-of-home-Werbung

- Mega-Lights für Plakat-Kampagne in Berlin und Hamburg
- Roadside-Screens
- Überstraßenbanner
- Veranstaltungshighlights 2025

Service & Orientierung

- Stadtführungs-Tickets in Postkartenform
- Radkarten (Nachdruck)
- Gruppenangebote 2024/25: Flyer

Beispiel unserer Druckerarbeiten in 2024:



Beispiel für Ihre Platzierung:



UNSERE SERVICES FÜR SIE IM BEREICH PRINT

Im Magazin werben

Das Urlaubsmagazin 2025 bietet Ihnen eine ideale Plattform, um sich als Anbieter oder Partner in einem hochwertigen Umfeld zu präsentieren. Wer dabei sein möchte, kann sich jetzt einen Platz im Magazin sichern – für maximale Aufmerksamkeit bei reiseinteressierten Gästen. Bei Interesse melden Sie sich gerne per Mail an marketing@schwerin.info.

Das Magazin für Ihre Gäste nutzen

1. Legen Sie das Magazin in Ihrem Hotel, Pension, Restaurant, Café etc. für Ihre Gäste aus. Um Exemplare zu bestellen, schicken Sie uns eine Mail mit Ihrer Wunschmenge an marketing@schwerin.info.

2. Stellen Sie Ihren Gästen den Katalog auf Ihrer Webseite zum Download zur Verfügung oder verlinken Sie die Bestellseite für das digitale Magazin auf Ihrer Webseite. Hier geht's zur Download- und Bestellseite: www.schwerin.de/prospekte

Werben auf Tickets

Nutzen Sie unsere Stadtführungstickets als Werbefläche: Platzieren Sie Ihr Unternehmen mit einem Gutschein auf der Rückseite – direkt in der Hand unserer Gäste. Interessiert? Dann schreiben Sie an marketing@schwerin.info.

MARKETING

PR und Kommunikation



Mit gezielter Pressearbeit sorgen wir für Aufmerksamkeit – regional und überregional. 2024 haben wir 18 Pressemitteilungen zu touristischen Themen verschickt, um Medien und Multiplikatoren über die Highlights Schwerins zu informieren.

Durch die enge Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin e.V. liefern wir zudem regelmäßig spannende Geschichten an den Landestourismusverband (TMV). Sein deutschlandweiter Presseversand „Neues aus den Regionen“ bringt Schwerin mehrmals im Jahr in die überregionale Berichterstattung. Schwerpunktthemen in 2024 waren die Aufnahme des Residenzensembles Schwerins als UNESCO-Weltkulturerbe sowie die Feierlichkeiten zum Tag der Deutschen Einheit. Ergänzend wurden über den Pressedienst des TMV gezielt Journalist:innen in den Niederlanden angesprochen. Auch Pressereisen stärken unsere Sichtbarkeit. 18 Journalist:innen und Blogger:innen haben Schwerin 2024 im Rahmen von Gruppenpressereisen und individuell organisierten Einzelpressereisen erlebt.

Medienspiegel 2024

Die Bilanz: 3.921 veröffentlichte Artikel über den Tourismus in Schwerin und der Region.
(*Quelle: Pressebeobachtung TMV)

- Veröffentlichungen: + 1.087 im Vergleich zum Vorjahr
- Gesamtreichweite ca. 2,5 Mrd.
- Anzeigenäquivalenzwert entspricht 49,9 Mio. €
- Veröffentlichungen über Nachrichtendienste gestiegen (66 zu 42 im Vorjahr)
- Für „Welterbe Schwerin“ deutlich größere geografische Verteilung in Deutschland (NRW, Süddeutschland)

Advertorials

Advertorials, also redaktionell aufgemachte Werbeanzeigen, nutzen wir für die Darstellung in Zeitungen, wie Tagesspiegel, WELT, Hamburger Abendblatt, oder in Zeitschriften. Der Vorteil von Advertorials – im Gegensatz zu klassischen Werbeanzeigen – liegt darin, dass der Lesende sie nicht sofort als Werbung wahrnimmt.

Beispiel: Gemeinsames Advertorial mit dem Mecklenburgischen Staatstheater und den Staatlichen Schlössern, Gärten und Kunstsammlungen MV | Reiseguide, Beileger von DIE WELT | ET: 5. April 2024 | Gedruckte Auflage: 126.304 Exemplare | ePaper-Auflage: 150.000 Exemplare

Ausblick 2025

In 2025 wird der TMV pro Partner nur noch zwei Presseaussendungen pro Jahr anbieten. Dafür enthalten diese zukünftig auch die Recherche und ergänzende Content-Produktion, wie zum Beispiel Bilder. Für uns bedeutet das durch die gemeinschaftliche Beteiligung mit Mecklenburg-Schwerin eine Aussendung pro Jahr, die wir für absolute Highlight-Themen nutzen wollen und müssen. Durch die Reduzierung der Aussendungen über den TMV wird es zukünftig noch schwerer, Schwerin-Themen deutschlandweit zu platzieren.



Gästekommunikation

Mit den UrlaubsNews Jahr inspiriert die SMG mehrmals im Jahr knapp 1.000 Gäste und Interessierte mit Urlaubstipps, Angeboten und Veranstaltungshinweisen zu Schwerin und Westmecklenburg. In 2024 wurde der Newsletter fünf Mal versendet.

Öffnungsrate:
Ø 46 % (2023: 51 %, Ø Reise / Tourismus: 23,6 %)

Klickrate:
Ø 16 % (2023: 14 %, Ø Reise / Tourismus: 1,4 %)

Event-Kommunikation

Veranstaltungen machen Schwerin erlebbar – sie locken Gäste in die Stadt, schaffen besondere Momente und stärken das kulturelle Profil. Neben der Durchführung eigener Events und der Unterstützung externer Formate steht ihre gezielte Bewerbung im Fokus. Durch eine abgestimmte Kommunikation auf verschiedenen Kanälen steigern wir die Reichweite und unterstreichen die Strahlkraft Schwerins als lebendige Kulturstadt. Die Rolle von Event-Postings in den sozialen Medien sowie die Veranstaltungen selbst werden an anderer Stelle im Bericht ausführlich beleuchtet.

Branchentreffen

Unter dem Motto „Wege in die Zukunft: Tourismus für Gäste und Talente von morgen“ fand am 2. Dezember in Schwerin erstmals ein gemeinsames Tourismus-Branchentreffen für Westmecklenburg statt. Zusammen mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin e.V., dem Verband Mecklenburgischer Ostseebäder e.V. und

der IHK zu Schwerin brachten wir die Tourismusakteure der Region an einen Tisch. Impulsvorträge, Diskussionen und Workshops luden ein, zentrale Zukunftsthemen in den Blick zu nehmen: Tourismusfinanzierung, innovatives Gästemanagement, Employer Branding, Bürokratieabbau und die Chancen des UNESCO-Welterbetitels. Rund 80 Unternehmerinnen und Unternehmer, Vertreterinnen und Vertreter aus Verwaltung und Politik sowie Akteure der Freizeit- und Kulturszene folgten unserer Einladung.

Sie konnten nicht dabei sein oder möchten den Branchentreff noch einmal Revue passieren lassen? Hier gibt es die Auswertung der Workshops für Sie zum Download:



Ausblick 2025

In 2025 bündeln wir weitere Kräfte. Unter dem Motto „Zusammen Wachsen - Smart Tourism: Kooperation trifft Innovation“ kooperieren wir als Tourismus-Branchentreff Westmecklenburg mit dem Tourismustag Wismar – für noch mehr Vernetzung, Inspiration und praxisnahe Impulse. Die gemeinsame Branchenveranstaltung findet am 16.10.2025 von 10 bis 16 Uhr im Zeughaus Wismar statt. Halten Sie sich den Termin schon einmal frei!

MARKETING

PR und Kommunikation



Glühweinabend

In 2024 fand unser traditioneller Jahresausklang im Anschluss an den Tourismus-Branchentag Westmecklenburg in der IHK zu Schwerin statt. In gewohnter Weise war Zeit für Gespräche und Austausch in entspannter Atmosphäre bei Glühwein, Apfelpunsch und Häppchen.

welcher Branche – ob Einzelhandel, Gastro, Hotellerie oder Taxi-Unternehmen. Ziel der Aktion für die lokale Wirtschaft ist es, über Wissensbildung die Identifikation mit der Stadt zu stärken. Das Angebot gibt es seit 2023.

TourismusNews

Einmal im Monat versenden wir an rund 380 Abonnenten einen Newsletter mit Neuigkeiten und Informationen aus der und für die Tourismus-Branche. Neben Updates zu unseren Marketingaktionen finden Sie als Branchepartner darin Entwicklungen im Landes- und Deutschlandtourismus, Veröffentlichungen, Termine.

Binnenkommunikation „Locals“

Die digitalen Roadside-Screens im Stadtgebiet bespielen wir alle sechs Wochen mit Bildern und Fakten im einheitlichen Design. Diese bieten regionalen Betrieben, Organisationen, Vereinen und anderen Einrichtungen, sowie im Sinne von Local-Community-Involvement auch regionalen Fotografen und Instagrammern eine Plattform. In 2024 wurden die Screens unter anderem zur Information über das Residenzensemble, die Welt-erbe-Entscheidung und zum Tag der Deutschen Einheit, sowie zur Ankündigung von Events genutzt.

Werden Sie Abonnent!
Hier können Sie sich zum Newsletter anmelden:



Veranstaltungsplakate

Durch den Versand von Veranstaltungsplakaten über das Newsletter-System informieren wir wöchentlich mehr als 280 Hotels, Restaurants und touristische Unternehmen über Führungen, Events, Ausstellungen etc. Kostenfreie Führungen für die lokale Wirtschaft
Auch in 2024 haben wir von Februar bis April Mitarbeitende mit Gästekontakt eingeladen, kostenfrei an den öffentlichen Stadtrundgängen teilzunehmen. Egal aus

Ausblick 2025
Im Dezember 2025 feiern wir als Stadtmarketing GmbH 30 Jahre alt. Daher werden wir unseren Geburtstag feiern. Bestimmt mit Glühwein, vermutlich etwas anders als unsere sonstigen Glühweinabende, aber garantiert irgendwo im oder um das Rathaus. Lassen Sie sich überraschen und bleiben Sie gespannt. Weitere Informationen folgen.



Messen und Präsentationen

Nachdem wir in den vergangenen Jahren unser Engagement im Bereich Messen und Präsentationen auf Grund der fraglichen Preis-Leistungs-Balance zurückgefahren hatten, haben wir Schwerin in 2024 in Kooperation mit Partnern wieder vermehrt auf Messen präsentiert. Dazu gehörte die Internationale Grünen Woche (Landeshauptstadt Schwerin in Kooperation mit dem Landkreise Nordwestmecklenburg), der Hamburger Hafengeburtstag (über den Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin e.V.) und natürlich der Tag der Deutschen Einheit in Schwerin.

- Internationale Grüne Woche | Berlin | 17. - 26. Januar 2025 | Gemeinschaftsstand der Landeshauptstadt Schwerin mit den Landkreisen Nordwestmecklenburg und Ludwigslust-Parchim
- ITB | Berlin | 4. - 6. März 2025 | Beteiligung gemeinsam mit dem Mecklenburgischen Staatstheater | Besprechungstisch als Test nach Corona
- Hamburger Hafengeburtstag | 9. - 11. Mai 2025 | gemeinsame Promotion mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin e.V.
- MV-Tag | Greifswald | 20. - 22. Juni 2025 | gemeinsame Präsentation Schwerins mit den Landkreisen Nordwestmecklenburg und Ludwigslust-Parchim

Ausblick 2025
In 2025 werden wir in Kooperation mit lokalen und regionalen Partnern erneut auf Messen und Präsentationen für Schwerin werben:

Auslandsmarketing

Zur Bündelung von Budgets und Ressourcen, kooperieren wir im Auslandsmarketing seit Jahren mit den Städten Rostock, Wismar, Stralsund, Güstrow, Neubrandenburg und Greifswald. Der Verbund wird durch den Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern unterstützt, der auch die Auswahl und Umsetzung der Marketingmaßnahmen begleitet. Jedes Jahr stehen jeweils zwei Auslandsmärkte im Fokus der gemeinsamen Marktbearbeitung.

2024/2025 - Niederlande und Polen

Aktivitäten polnischer Markt

- YouTube-Kampagne
- META-Kampagne
- Beteiligung grenznaher Tourismus mit gazeta.pl umfangreicher Native Story Artikel

Aktivitäten niederländischer Markt

- B2B-Maßnahmen mit Webinar, Newsletter & Content
- YouTube-Kampagne
- META-Kampagne: Brand Awareness mit direkter Ansprache auf Facebook und Instagram mit Reels, Ausspielung August - September mit Fokus auf Herbstsaison
- Advertorial Online Magazin Duitsland: 1,2 Mio User, garantiert 95.000 Page Views, inkl. Social Media

MARKETING

Unser Service für Sie



GEMEINSAM IMPULSE SETZEN!

UNSER SERVICE FÜR SIE IM BEREICH KOMMUNIKATION

Gäste-Newsletter

Platzieren Sie Ihr Angebot in unserem Gäste-Newsletter, der mehrmals im Jahr knapp 1.000 Abonnenten mit Urlaubstipps und Angeboten zu Schwerin und Westmecklenburg versorgt. Die Öffnungsrate liegt bei über 50 %.

Mehr erfahren:



Unterstützung von Pressereisen

Wenn wir Pressevertretende aus dem In- und Ausland in Schwerin zu Gast haben, sind wir immer auf der Suche nach Partnern, die uns durch ein Sponsoring von Leistungen unterstützen. Vor allem natürlich durch Unterbringung und Verpflegung, aber auch in den Bereichen Freizeit und Kultur. Im Gegenzug haben Sie die Möglichkeit, den Journalistinnen und Journalisten Ihr Angebot zu präsentieren. Sie sind bereit, uns zu unterstützen? Dann schreiben Sie uns gerne eine Mail an presse@schwerin.info.

Gemeinsame Advertorials

Advertorials in großen Zeitungen oder Zeitschriften ergänzen unsere Online-Maßnahmen. Gemeinsam mit Ihnen können wir größere Formate buchen und damit Ihnen als Unternehmen sowie Schwerin eine größere Sichtbarkeit verschaffen. Klingt gut? Dann melden Sie sich bei unserem Marketing-Team.

Ihr Event im Online-Veranstaltungs-Kalender

Sie haben eine tolle Veranstaltung auf die Beine gestellt und möchten diese in den Online-Veranstaltungskalender der Stadt Schwerin eintragen? Super. Damit sind Sie nicht nur auf dem Stadt- und Tourismusportal www.schwerin.de, sondern auch bei www.mecklenburg-schwerin.de sowie auf den Webseiten des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern und der Metropolregion Hamburg zu finden. Zudem ist der Kalender Grundlage aller weiteren Kommunikation an unsere Gäste (Newsletter, Veranstaltungsplakate, Social Media etc.).

Veranstaltungen auf Ihrer eigenen Website veröffentlichen

Der Veranstaltungskalender lässt sich mit wenig Aufwand übrigens auch auf Ihrer Website einbinden. So können Gäste schnell und unkompliziert nach Veranstaltungen in Schwerin suchen, ohne Ihre Website verlassen zu müssen. Ein toller Service! Eine White-Label-Lösung per iFrame ist beispielsweise schon ab 65 Euro möglich. Alle Infos unter:



Veranstaltungs-Kalender

Hier können Sie Ihre Veranstaltung eintragen:



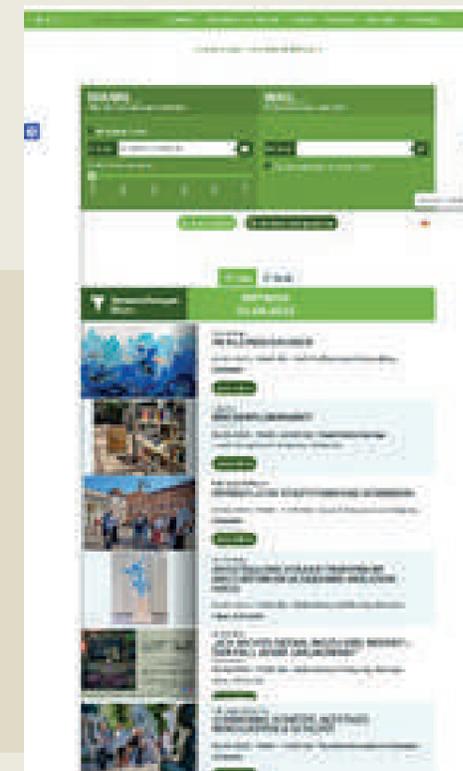
Übrigens:

Wenn Sie regelmäßig Veranstaltung durchführen, lohnt sich ein eigener Zugang zur Veranstaltungsdatenbank.

Alle Infos dazu finden Sie unter:



Wussten Sie schon?
Wie Sie ihre
Veranstaltungen
veröffentlichen
können?



Beispielhafte Einbindung des
Veranstaltungskalenders in eine
Unternehmens-Webseite

Road-Side-Screens im Stadtgebiet

Sie haben spannende Fun Facts zu Ihrem Unternehmen, Event oder Angebot und ein tolles Foto dazu? Dann könnten diese für unser Format „Schon gewusst?“ auf den Road-Side-Screens relevant sein. Schicken Sie uns alle Infos mit einem Hinweis an marketing@schwerin.info.

Kostenfreie Führungen für Ihre Mitarbeitenden

Nutzen Sie unser Angebot für Ihr Team, im Februar und März kostenfrei an unseren öffentlichen Stadtrundgängen teilzunehmen. Sie können einzelne Mitarbeiter anmelden oder sich als Gruppe. In unseren TourismusNews informieren wir Sie, wenn der nächste Durchgang startet.

TourismusNews: Informiert sein und informieren
Von Entwicklungen im Landes- und Deutschlandtourismus über Termine bis hin zu Beteiligungsmöglichkeiten: Mit unseren TourismusNews sind Sie auf dem neuesten Stand. Unter www.schwerin.de/urlaubsnews können Sie sich für den Newsletter anmelden.

Sie haben selbst ein neues Angebot oder Neuigkeiten aus Ihrem Unternehmen, von denen die Branche erfahren sollte? Gerne nehmen wir ausgewählte Themen mit in unsere TourismusNews auf. Schicken Sie uns diese mit einem Hinweis an marketing@schwerin.info.

Veranstaltungsplakate nutzen

Sie möchten von uns wöchentlich über Führungen, Events, Ausstellungen etc. in Schwerin informiert werden – übersichtlich und handlich zum Aushang für Ihre Gäste? Wir nehmen Sie gerne in unseren Veranstaltungsplakate-Verteiler auf. Senden Sie uns dazu ein Mail an termine@schwerin.info.

An unseren Branchen-Events teilnehmen

Sie möchten bei unserem Tourismus-Branchentreff dabei sein, mit uns beim Glühweinabend ins Gespräch kommen oder an einem unserer sonstigen Branchen-Events teilnehmen? Dann schreiben Sie uns gerne eine Mail an marketing@schwerin.info und wir nehmen Sie in unseren Verteiler auf.

Gastgeber für eines unserer Branchen-Events sein

Sie möchten selbst einmal uns oder andere Tourismus-Akteure zu sich ins Haus einladen? Dann melden Sie sich gerne bei uns und wir schauen gemeinsam, welches unserer Formate sich bei Ihnen im Unternehmen umsetzen ließe.

STRATEGISCHE THEMEN

Netzwerke



GEMEINSAM IDEEN ENTWICKLEN!

UNSER SERVICE FÜR SIE IM BEREICH NETZWERK

Schwerin profitiert von starken Verbindungen

Neben der engen Zusammenarbeit mit lokalen Akteuren engagieren wir uns in regionalen, nationalen und internationalen Netzwerken. Der Austausch mit Verbänden, Vereinen und Institutionen stärkt die Sichtbarkeit der Destination. Im Mittelpunkt stehen gemeinschaftliche Projektentwicklungen und -umsetzungen sowie der Wissenstransfer zwischen den Netzwerkpartnern.



Lokale Netzwerke

Landeshauptstadt Schwerin: Citymanagement, Kulturbüro und Wirtschaftsförderung
Kommunikationskreis Tourismus
IHK Tourismusausschuss
Arbeitsgruppe Welterbe
Arbeitsgruppe Öffentlichkeitsarbeit Welterbe
Schlossverein Schwerin e.V.

Regionale Netzwerke

Tourismusverband Schweriner Seenland e.V.
Amt Crivitz - Wirtschafts- und Tourismusausschuss (punktuell)
Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin e.V. (Bürogemeinschaft und Marketingkooperation)
Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V. (Netzwerk- und Kampagnenpartner)
Städte Mecklenburg-Vorpommern (Kooperation im Auslandsmarketing)
Metropolregion Hamburg (Netzwerk- und Kampagnenpartner)

Überregionale bzw. internationale Netzwerke

Ausgesetzt: Chinapool von Hamburg Tourismus, Oranier-Route der DZT Amsterdam, Gekündigt: Europäische Route der Backsteingotik

Kommunikationskreis Tourismus

Der Kommunikationskreis Tourismus ist aus dem Stadtmarkenprozess der Landeshauptstadt Schwerin hervorgegangen und vernetzt lokale Akteure aus den Bereichen Tourismus, Handel, Gastgewerbe, Freizeit und Kultur. Diese treffen sich alle acht Wochen, um gemeinsam an einer einheitlichen Kommunikationslinie zu arbeiten und die Sichtbarkeit Schwerins im Sinne der Stadtmarke zu steigern. Wir als Stadtmarketing-Gesellschaft sind Gastgeber und Organisator des Kommunikationskreises und gestalten ihn inhaltlich gemeinsam mit der Marken Koordinatorin der Landeshauptstadt Schwerin.

Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin e.V.

Unsere Kooperation mit dem Regionalverband zeigt sich nicht nur in gemeinsamen Projekten, sondern auch in der geteilten Bürogemeinschaft. Durch die enge Abstimmung bündeln wir Ressourcen, denken Vermarktung ganzheitlich und stärken die Verbindung von Stadt und Region. Gegenseitige Bewerbung, abgestimmte Marketingmaßnahmen sowie gemeinsame Presseaussendungen, Newsletter und Printprodukte wie das Urlaubsmagazin verlängern die Aufenthaltsdauer, steigern die Wertschöpfung und stärken die Wahrnehmung der Region als Gesamtdestination.

Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V. (TMV)

Der TMV ist für uns ein wichtiger strategischer Partner zur überregionalen Vermarktung Schwerins in den weiter entfernten Quellgebieten (NRW, Süddeutschland, Ausland), da diese aus Etatgründen sonst nur punktuell möglich wäre. Unsere Aufgabe ist es hier vor allem, die zentralen Botschaften Schwerins innerhalb der Werbemaßnahmen des TMV gut zu platzieren. Unter anderem beteiligen wir uns an der MV-Kampagne sowie in Kooperation mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin e.V. am Pressepool. Darüber hinaus bringen wir uns aktiv in die Umsetzung und Weiterentwicklung der Urlaubsmarke MV ein und arbeiten daran, diese für Schwerin zu übersetzen und mit regionalen Inhalten zu füllen.

Metropolregion Hamburg (MRH)

Die Landeshauptstadt Schwerin ist Mitglied der Metropolregion Hamburg und wird in den touristischen Arbeitsgruppen und Gremien vertreten durch uns und die Fachgruppe Wirtschaft und Tourismus. In enger Zusammenarbeit beteiligen wir uns an der Planung und Umsetzung gemeinsamer Projekte und Maßnahmen mit dem Ziel, die Bekanntheit und Nachfrage der touristischen Angebote der MRH – und damit auch Schwerins – nachhaltig zu steigern.

Im Jahr 2024 wurden im Rahmen der Tages- und Kurzreisen-Kampagne unter dem Motto #einfachmalraus die Social-Media-Kanäle der MRH, Facebook und Instagram, mit Inhalten der touristischen Partner bespielt. 490 Beiträge wurden gepostet und geteilt und die Anzahl der Follower und die Reichweite konnten gesteigert werden. Zudem startete eine Influencer-Kooperation für die Wintersaison. Hannah Teslin besuchte die Weihnachtsmärkte in Stade, Neumünster und Schwerin und spielte ihre Beiträge über die Kanäle @hannahshamburg und @hannahteslin in englischer Sprache aus.

Ein weiterer Schwerpunkt der Zusammenarbeit im vergangenen Jahr stellte die Organisation des Umsetzungsmanagements für das Tourismus- und Freizeitentwicklungskonzept der MRH dar. Das Management erfolgt über die Geschäftsstelle der MRH. Thematische Schwerpunkte des Prozesses sind die Erarbeitung einer

Nachhaltigkeitsstrategie, die Kampagnenentwicklung für Tages- und Kurzreisen und B2C-Kommunikation, Bikesharing und Modellprojekte, ein Entwicklungskonzept für Outdoor-Tourismus und die B2B-Kommunikation der touristischen Partner.

Arbeitsgruppen Welterbe

Die Arbeitsgruppe (AG) Welterbe ist ein etabliertes Forum des Austausches für die institutionellen Akteure innerhalb des nominierten Guts. Sie dient der Welterbe-Koordination als Forum des Austausches außerhalb der städtischen Strukturen. Wir bringen uns in die AG Welterbe ein, unterstützen die Bewerbung der Landeshauptstadt Schwerin als „Residenzensemble“ und kommunizieren diese aktiv im touristischen Marketing.

Zudem engagieren wir uns gemeinsam mit der Stadt Schwerin, Land und Landtag sowie dem Förderverein Welterbe Schwerin e.V. in einer **Arbeitsgruppe zur Öffentlichkeitsarbeit**, um dem Thema Welterbe innerhalb Schwerins weitere Popularität zu verschaffen. In 2024 wurden die in 2023 begonnenen Aktionen fortgeführt. Ziel war es vor allem, auf die bevorstehende Welterbe-Entscheidung hinzuweisen und die Vorfreude darauf zu wecken. Zudem sollten die Schwerinerinnen und Schweriner weiterhin mit den Bestandteilen des Residenzensembles vertraut gemacht werden. Zu den fortgeführten/umgesetzten Aktionen in 2024 gehörten:

- kostenfreie monatliche Rundgänge durch das Residenzensemble an jedem 1. Sonntag im Monat
- regelmäßige Bespielung der digitalen Roadside-Screens mit Fakten rund um das Residenzensemble
- Welterbetag am 2.6. mit über 20 Vorträgen, Führungen und Angeboten, organisiert von Vereinen
- Plakatierungen: Parkhaus Graf-Schack-Allee, Litfaßsäulen
- Banner am Bauzaun am Schloss

Mehr Informationen zur Kommunikation nach Aufnahme ins UNESCO-Weltkulturerbe im Juli 2024 siehe Seite 34 und 35.

STRATEGISCHE THEMEN

Stadtmarke



Die Bausteine der Stadtmarke Schwerin

Zielgruppen-übergreifende positionierende Stärken der Marke



Eine Stadtmarke für Schwerin

Im Jahr 2022 startete die Landeshauptstadt Schwerin einen umfassenden Prozess zur Entwicklung einer Stadtmarke. Ziel ist es, Schwerin nach außen mit einem klaren, einheitlichen und starken Bild zu präsentieren.

Dieser Markenprozess wird unter der Federführung der Stadtverwaltung Schwerin von einer Projektarbeitsgruppe begleitet, zu der neben uns als Stadtmarketing-Gesellschaft weitere Vertreterinnen und Vertreter aus Verwaltung, Politik, Wirtschaft und Vereinen gehören.

Zu Beginn wurde durch die beauftragte Brandmeyer Markenberatung aus Hamburg eine umfassende Analyse der Stärken Schwerins durchgeführt.

Auf Basis der Ergebnisse dieser Analyse wurde eine Strategie für die Stadtmarke entwickelt, die anschließend von der Steuerungsgruppe verabschiedet wurde. Am 13. Juni 2024 fand das **erste Markenevent** in

Schwerin statt, bei dem die Ergebnisse der Markenanalyse der breiten Öffentlichkeit vorgestellt wurden. Fünf zentrale Attribute wurden als wesentliche Bausteine für die zukünftige Markenkommunikation identifiziert. Diese Elemente bilden die Grundlage für ein unverwechselbares Bild von Schwerin. Seit September 2024 arbeiten lokale Akteure in **Kommunikationskreisen** zu den Kernzielgruppen (Touristen, Fachkräfte, Bürger) zusammen, um Maßnahmen zur Stärkung der Markenkommunikation zu entwickeln (siehe Seite 48).

Im Dezember 2024 wurde der Zuschlag für die **Entwicklung des Markenauftritts** an die Rostocker Agentur WERK3 vergeben. Dieser soll in enger Abstimmung mit der Kommunikationsstrategie dazu beitragen, die Zusammenarbeit im Stadtmarkenprozess zu fördern und für alle Beteiligten greifbarer zu machen.

Mehr Informationen zum Stadtmarken-Prozess finden Sie hier:



GEMEINSAM IDENTITÄT STÄRKEN!

UNSERE SERVICES UND ANGBOTE INNERHALB DER STRATEGISCHEN THEMEN

Botschafter:in werden

Werden Sie zum Botschafter für die Stadtmarke Schwerin und ihrem UNESCO-Weltkulturerbe. Teilen Sie Ihre Begeisterung und setzen Sie sich dafür ein, Schwerin weit über die Stadtgrenzen hinaus bekannt zu machen.

Entwicklung von gemeinsamen Produkten und Angeboten

Sie haben kreative Ideen für neue Angebote und Produkte, die das Welterbe und die Stadtmarke erlebbar machen? Fantastisch. Sprechen Sie uns gerne an!

Mitarbeiten

Sie möchten sich in einem der Kommunikationskreise einbringen oder sich an Kampagnen beteiligen? Schreiben Sie uns an marketing@schwerin.info und wir besprechen, wie Sie Ihr Engagement am besten einbringen können.

Bringen Sie sich ein!

Nutzen Sie die Chance, in einem unserer Netzwerke aktiv zu werden und Ihre Perspektiven einzubringen. Ob lokal oder international: Schreiben Sie uns an marketing@schwerin.info, welches Netzwerk für Sie besonders spannend ist und wie Sie sich einbringen möchten. Wir prüfen gemeinsam die Möglichkeiten und finden die passende Plattform für Ihre Ideen.

PROJEKTE

Entwicklung, Projekte
und Produkte in der Region



GEMEINSAM DIE REGION GESTALTEN!



Ergebnisse der Fotoproduktion:
Fotograf: Erik Gross

In Mecklenburg-Schwerin

Im Rahmen des Umsetzungsmanagements der regionalen Tourismusstrategie sind beim Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin e.V. verschiedene Projektstellen angesiedelt, die auch die Produkt- und Angebotsentwicklung von Schwerin tangieren.

Mehr Informationen zu den einzelnen Projekten sowie weiteren Maßnahmen des Tourismusverbandes Mecklenburg-Schwerin e.V. finden Sie hier:



Tourismusprojekt S³

Das interkommunale Tourismusprojekt „S³ – Se(h)en, Shopping, Spaß“ ist eine Initiative zur gemeinsamen touristischen Entwicklung im südwestlichen Mecklenburg. Die Projektregion, zu der auch die Landeshauptstadt Schwerin gehört, wird als Teil der Destination Mecklenburg-Schwerin strategisch weiterentwickelt. In 2024 konnte die digitale Sichtbarkeit der Region durch die finanzielle Unterstützung aus dem S³-Projekt deutlich gesteigert werden. Eine KI-gestützte Kampagne sorgte für mehr Reichweite auf Website und Social Media – mit dem Ziel, das Image der Marke Draußenglück zu stärken. Auch für Schwerin brachte diese Maßnahme sichtbaren Erfolg: So wurde das Schweriner Schloss als Link-Ad bei Facebook beworben und erzielte eine hohe

Klickrate. Parallel dazu erzielte ein redaktionell erstelltes, herbstliches Reel mit stimmungsvollen Schwerin-Impressionen eine überdurchschnittliche organische Reichweite. Zentrales Element der Projektarbeit war außerdem die Optimierung der Website als digitale Anlaufstelle für Gäste. In diesem Zuge wurde unter anderem die Landingpage für Schwerin überarbeitet – mit frischen Inhalten, ansprechender Bildsprache und verbesserter Nutzerführung.

Ein weiterer Meilenstein war die Umsetzung einer Fotoproduktion mit dem Fokus auf Schlossgenuss und Radfahren. Auch hier wurde Schwerin gezielt eingebunden: Das Weltkulturerbe Schloss diente als atmosphärische Kulisse und verbindet das kulturelle Erbe der Stadt mit aktiven Naturerlebnissen auf ideale Weise.

Marty Lenthe
Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin e.V.
Puschkinstraße 44
19055 Schwerin

Tel.: 0385 59189824
Mobil: 01520 5136724
E-Mail: m.lenthe@mecklenburg-schwerin.de



Projekt: Schlösser-Kultur-Genuss

Die „Schloss und Genuss Erlebnisradtour“ ist 2025 Teil der MV-Kampagne des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern. Damit verbunden war eine Content-Produktion (Texte, Bilder) in 2024. Die Story ist als Artikel im digitalen Urlaubsmagazin MV erschienen und wird in 2025 über vielfältige Kanäle ausgespielt.

Das Projekt „Schlösser-Kultur-Genuss“ zielt darauf ab, thematische Erlebnisrouten zu entwickeln, die verschiedene kleinere Erlebnisräume miteinander verbinden. Als Leitprodukt des Projektes ist die „Schloss & Genuss Erlebnisradtour“ entstanden, die speziell für Radfahrer konzipiert wurde und attraktive POIs in der Region verbindet, teilweise entlang des bekannten Warnowtalrundwegs mit sinnvoll ergänzten Strecken und Abstechern. In 2024 wurde die Strecke finalisiert und die Vermarktung gestartet.

Die „Schloss & Genuss Erlebnisradtour“ ist eine rund 90 km lange Tour für aktive Genießer. Sie führt ab Schwerin über Raben Steinfeld, Basthorst, Wendorf bis Weitendorf zum Schloss Kaarz und durch das Sternberger Seenland zurück über Schloss Wiligrad und Hof Medewege in die Landeshauptstadt. Durch die Einbindung von Manufakturen, Hofläden und Cafés können Gäste

Projekt: Kunst-Erlebnis-Natur

Auch innerhalb des Projektes „Kunst-Erlebnis-Natur“ wurde ein neues Produkt konzipiert. So entstanden in 2024 drei neue Naturerlebnispfade in Hagenow, Brül und Goldberg. Die interaktiven Erlebnisstationen wurden in der neu gegründeten AG zusammen erarbeitet.

Aktuell stehen diese kurz vor der Auftragserteilung, so dass die Stationen voraussichtlich im März 2025 vor Ort aufgestellt werden können. Um die Naturerlebnispfade besser erlebbar zu machen, wurde außerdem ein einheitliches Maskottchen entwickelt, welches den Besucher thematisch von Station zu Station führt. Dieses Maskottchen wurde im Rahmen eines Malwettbewerbs für Schulen im Landkreis Ludwigslust-Parchim ausgeschrieben. Die besten Bilder wurden dann auf dem Instagram-Account @bestmecklenburg zur Abstimmung gegeben. Das Siegerbild wurde von angehenden Grafi-

die Region unterwegs auch kulinarisch entdecken. Die Tour wird durch interaktive Augmented-Reality-Erlebnisse (AR) per Smartphone ergänzt. Ab Frühjahr 2025 kann die „Schloss & Genuss Erlebnisradtour“ in der kostenlosen YONA-App heruntergeladen werden.

Innerhalb der App kann der Radfahrer die digitale Routenführung per Google Maps nutzen und dann an 13 Stationen Halt machen, um mehr über den jeweiligen Ort zu erfahren und spielerisch in einzelne Stationen einzutauchen. Zudem die Tour auf den Plattformen Outdooractive und Komoot verfügbar.

Angela Ispiryan
Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin e.V.
Puschkinstraße 44
19055 Schwerin

Telefon: 0385 48939702
E-Mail: a.ispiryan@mecklenburg-schwerin.de

Annika Lenz
Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin e.V.
Puschkinstraße 44
19055 Schwerin

Telefon: 0385 48939703
E-Mail: a.lenz@mecklenburg-schwerin.de

Kontakt:

Impressum, Datenschutzerklärung
und Haftungsausschluss
Angaben gemäß § 5 TMG:

Stadtmarketing Gesellschaft Schwerin mbH
Puschkinstraße 44/Rathaus
19055 Schwerin

Vertreten durch:

Geschäftsführerin Martina Müller

Kontaktdaten:

Telefon: +49 385 5 925250
Telefax: +49 385 5 925253
E-Mail: post@schwerin.info

Registereintrag:

Eintragung im Handelsregister
Registergericht: Amtsgericht Schwerin
Registernummer: HRB 4267

Umsatzsteuer-ID:

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gemäß §27 a
Umsatzsteuergesetz:
DE 179282522

Verantwortlich für den Inhalt nach § 55 Abs. 2 RStV:
Geschäftsführerin Martina Müller

Bildnachweise:

Titelbild: TMV, Erik Gross

S. 2 LHSN, Tanja Holz, S. 3 Christian Koepke, S. 4 Udo Tanske (1,2),
Staatskanzlei MV (3,5), Oliver Borchert (4), Rainer Cordes (6), S. 6
Timm Allrich (oben), Oliver Borchert (unten), S. 8 Oliver Borchert, S.
10/11 Damaschke und Ziemer: privat, alle anderen: Oliver Borchert,
S. 17 Oliver Borchert, S. 15 Andreas Duerst/STUDIO 301, S. 24
Staatskanzlei MV, S. 25 Staatskanzlei MV (oben), S. 36 Udo Tanske,
S. 37 TMV, Petermann, S. 43 Oliver Borchert, S. 44 Oliver Borchert
(Mitte), S. 45 Photography by Paradise, S. 50 LHSN, Tanja Holz, S. 52
TVMS, Erik Gross

Alle weiteren: Stadtmarketing GmbH Schwerin

