

KLEINE ANFRAGE

des Abgeordneten Thomas de Jesus Fernandes, Fraktion der AfD

Sporttourismus in Mecklenburg-Vorpommern

und

ANTWORT

der Landesregierung

In einem Artikel der Ostsee-Zeitung vom 15. April 2019 „Schalke 04 war die Ausnahme: Zu wenig Sporttourismus in M-V“ wird Reiseverkehrsexperte Peter Schmidt aus Bielefeld mit den Worten zitiert: „Ich bin sicher, dass es um viele Millionen Euro geht, die Mecklenburg-Vorpommern im Sportsektor mit wenig Aufwand zusätzlich gewinnen kann“.

1. Wie bewertet die Landesregierung die im oben genannten Zeitungsartikel getroffenen Aussagen allgemein?

Sportorientierte Veranstaltungen sind ein Teil des touristischen Angebots in Mecklenburg-Vorpommern. Naturebundene Aktivität und qualitätsbezogene Angebotsentwicklung stehen auch im Fokus der Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern „Branche mit Zukunft gestalten“. Die Organisation, Umsetzung und das Marketing für Events und Veranstaltungen sind aber die Aufgabe von Veranstaltern und Organisatoren.

2. Wie bewertet die Landesregierung die Aussage von Herrn Weitendorf, dass „Sportangebote für Urlauber - ob Turniere, Trainingslager oder Seminare - (...) kein Alleinstellungsmerkmal für Mecklenburg-Vorpommern [sind].“?

Die Landesregierung ist der Auffassung, dass attraktive Sportangebote für Urlauber in Mecklenburg-Vorpommern für die touristische Entwicklung des Landes von großer Bedeutung sind und daher im Rahmen der bestehenden Instrumente und Fördermöglichkeiten gezielt unterstützt werden. Dieses touristische Segment ist im Bundesvergleich nicht als Alleinstellungsmerkmal für Mecklenburg-Vorpommern profiliert.

3. Mit welchen speziellen Angeboten wirbt das Landesmarketing insbesondere für Sporttourismus?

Aufgabe des Landesmarketings Mecklenburg-Vorpommern ist es, die natürlichen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Stärken und Potenziale Mecklenburg-Vorpommerns zu bewerben. Dabei übt die Landesmarketingkampagne „MV tut gut.“ eine Dachfunktion für alle Marketingbemühungen des Landes aus. Ziel ist die Profilierung des Standorts als attraktive Region zum Arbeiten, Studieren, Forschen, Gründen, Investieren und Genießen; kurz als „Land zum Leben.“ Das Landesmarketing Mecklenburg-Vorpommern wirbt nicht direkt für den Sporttourismus.

Das Landesmarketing unterstützt u. a. Sportveranstaltungen und wirbt gemeinsam mit Partnern im Land auf Sportveranstaltungen mit internationalem Teilnehmerfeld und mit international engagierten Mannschaften und Spitzensportlerinnen und Spitzensportlern für Mecklenburg-Vorpommern. Dies wirkt imagefördernd für das Land.

4. Gibt es seitens der Landesregierung Pläne, den Bereich des Sporttourismus zukünftig mehr zu bewerben?
Wenn ja, in welcher Form?

Das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit unterstützt auch in Zukunft ausgewählte Sportveranstaltungen mit touristischer Prägung und bewirbt diese in Abstimmung mit dem Landestourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.

Beispiele hierfür sind Fahrradveranstaltungen, wie die Mecklenburger Seenrunde oder Velo Classico, die Euro Beach Soccer League, das Segelereignis Warnemünder Woche oder auch sportliche Events im Rahmen der Veranstaltungsreihe „Müritz Action“ - „Ansommern in der Mecklenburger Seenplatte“.

Aktive Urlauber werden auf der Internetseite www.auf-nach-mv.de über Events informiert und im Rahmen der Urlaubswelten zielgruppenbezogen mit Anregungen und Informationen für Sportbegeisterte versorgt.

Entsprechend dem Gesetz zur Sportförderung in Mecklenburg-Vorpommern (Sportförderungsgesetz - SportFG M-V) können aus Zuwendungen des Landes für die allgemeine Förderung des Sports keine Marketingmaßnahmen im Bereich des Sporttourismus als Segment der Tourismuswirtschaft gefördert werden.