

Herzlich willkommen

Lübeck.Travemünde.Marketing 2019



Jahresbilanz 2018



Januar - Dezember 2018



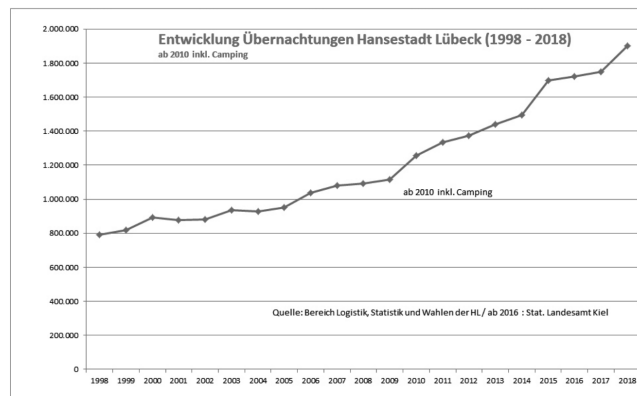
Ankünfte*	Monat 01-12/2018	im Vgl. zu 01-12/2017
Stadtgebiet:	556.784	+3,0%
Travemünde:	197.406	+14,1%
Insgesamt:	754.190	+5,7%

Übernachtungen*	Monat 01-12/2018	im Vgl. zu 01-12/2017
Stadtgebiet:	1.095.263	+3,5%
Travemünde:	729.852	+16,5%
Insgesamt:	1.825.115	+8,4%

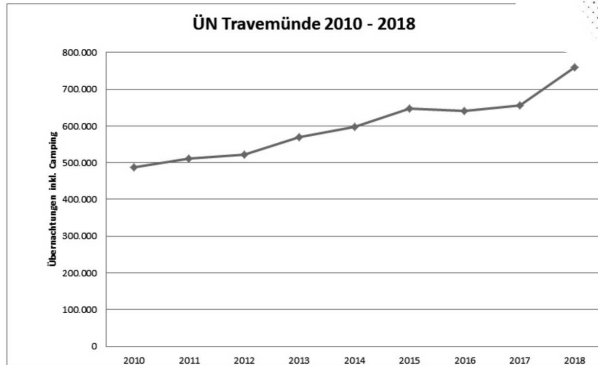
Angaben Statistikamt Nord
* ohne Camping

ÜN SH +15,3; Kiel +10,7
ÜN MV +3,9; Rostock +7,5

Rekordergebnis 2018: 1.825.115 ÜN
Kapazitätenausbau, v.a. auch in Travemünde



Rekord Travemünde 2018: 729.852 ÜN (+16,5%)



Tapetenwechsel 2018

>>> Ziel: Steigerung Auslastung

- Rekord: 15 Partnerhotels
- Buchungsstart: 03.12.2018
- Buchungen: 1.205 (+ 53 % z. Vorjahr)
- Gäste: 2.313 (+55% z.Vorjahr)

LÜBECK ■ Travemünde Marketing

TAPETEN WECHSEL AB € 39,-

Buchungsstart: 03.12.2018

Dieses Jahr auch für
die Postleitzahl 23858!

Hotelgast in der eigenen Stadt:
Sonderaktion für Lübeck und umliegende
Gemeinden im Januar und Februar

Buchung: ☎ 04 51/88 99 700
Infos: www.luebeck-tourismus.de

In Kooperation mit:

Lübeck-Travemünder
Verkehrsgesellschaft

STADTVERBUND
LÜBECK

SWB
Städtische Wohnungsbau
Gesellschaft

Travemünde: Glücksmomente.Schlafstrandkorb

Glücksmomente 2018 (Auslastung)
227 Buchungen = +36 % zum Vorjahr

Schlafstrandkorb 2018 (PR)
Buchungen: 256 (+ 24% zum Vorjahr)

Tourist-Information am Holstentor

Besuchierzahlen 2018: 222.163
im Durchschnitt 840 Gäste/Tag

Verkauf Merchandising:
+ 45% zum Vorjahr
Gewinn:
+55 % zum Vorjahr

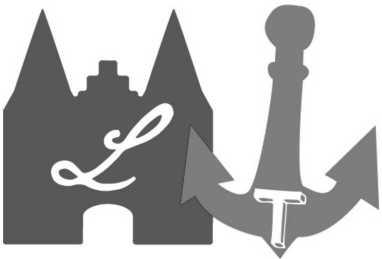


Unsere Basis hinter
dem täglichen Tun...



Wir setzen konsequent auf die
Marke Lübeck

Marke LÜBECK >>>
Erfolgsmuster seit 2009



Marke OSTSEE >>>
Ausrichtung 2018/19



Kommunikation

Imagemagazin 2019/20



Kulturkatalog 2019/20

Beilage in DIE Zeit

Die Nr. 1 nach Reichweite und Auflage im Markt der Qualitätszeitungen

Ein Leitmedium: Leser fungieren häufig als Ratgeber und Multiplikatoren

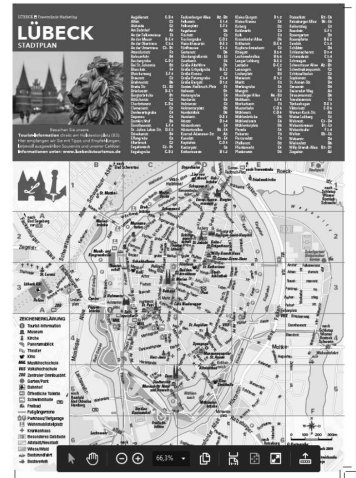


Service-Prints

Beispiel: kostenloser Stadtplan Lübeck. Ausgabe in der TI und über Partner in der Stadt: LM, Funktaxen, Hotels, ...

Neuer WALL-Stadtplan ab Mai 2019

Travemünde folgt



Lübeck.International

Teilnahme an Kampagnen mit den Netzwerkpartnern DZT, TASH, UNESCO-Verein, HHOg in unseren A-Märkten Dänemark, Schweden und Niederlanden und wichtigen B-Märkten.



Relaunch www.luebeck-tourismus.de zum Frühjahr 2020





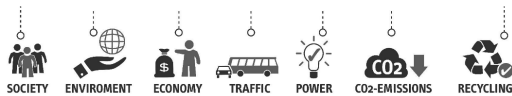
Veranstaltungen 2019

Lübecker Eiszauber (11.1.-24.2.) +++ 150 Jahre DRK (11.5.)
 +++ Handgemacht Markt (17.-19.5.; 26.-28.7.; 3.-6.10.) +++
 Lübecker Stoffmarkt (31.5.) +++ 50 Jahre Fachhochschule
 (15.6., Hochschulstadtteil) +++ Handball Days Lübeck
 (28.-30.6.) +++ Weinsommer (7.-10.6.) +++ Circus Roncalli
 (1.-25.8.) +++ Duckstein-Festival (2.-11.8.) +++ Christopher
 Street Day (16.-17.8.) +++ Lübecker Museumsnacht (31.8.)
 +++ Citylauf (13.-15.9.) +++ Lübecker Theaternacht (28.9.) +
 ++ Kartoffeltage (3.-6.10.) +++ Lübeck Marathon (13.10.) ++
 + Nordische Filmtage (30.10.-3.11.) +++ Lübecker
 Weihnachtsmarkt (ab 25.11.) +++

Trend und Differenzierung Nachhaltigkeit auf Veranstaltungen

Eine nachhaltige Umsetzung von Veranstaltungen hat viele Dimensionen:

- **Ökologisch:** z.B. Ökostrom verwenden, BIO/Fairtrade/regionale Produkte, Recycling, Mehrwegprodukte u.v.m.
- **Ökonomisch:** Aussteller/Partner mit einbeziehen etc.
- **Sozial:** z.B. gerechte Behandlung der Mitarbeiter, auch bei den Partnern



Fahrplan 2019



- Refresh Webseite:
Englisch // Redaktionell // Mood-Bilder
- Messen:
ITB (über LTM), IMEX FFM, VerbändeINFOtag Berlin, ggf. IBTM Barcelona
- Pressearbeit:
Destinationsreport "Smart Convention Cities" CIM
Themenfokus "Kongresse" CIM
Destinationsreport "Tagen im Welterbe" im Verbändereport
Destinationsreport "Historisch Tagen" Convention Intl.
Destinationsreport "Deutschlands Küsten & Inseln" CIM
2 Pressereisen (China & USA) mit HCB
- Bildmaterial:
Begleitung von Tagungen und Kongressen durch Fotograf für professionelle Mood-Bilder
- Locationfinder www.tagungstoern.de für Lübeck.Travemünde
- Kongress.Botschafter-Award & Kongressambassadeure für HL
- Twitter @luebeckkongress



Travemünde

Neuausrichtung der Marke OSTSEE
Unsere Arbeit im Ostsee-Holstein-
Tourismus für Travemünde

Ostsee.Travemünde

Travemünde profitiert gleich dreifach: das Seebad ist in der Marke SH verankert (Erfolgsmuster SH), ist Pfeiler der Marke Ostsee und wichtiger Charakterzug der Marke Lübeck!

Seit 2017/18 arbeiteten wir innerhalb des Ostsee-Holstein-Tourismus (OHT) an der Profilierung der Marke OSTSEE >>> die Ergebnisse sind wegweisend auch für die Ausrichtung des Seebades Travemünde



Veranstaltungen Travemünde

Adaption von Zielgruppen, Themen und Schwerpunkten der Marke Ostsee



BeachLounges

Wellness

OstseeSterne/Radfahren

Seebrücken

SUP

Kulinarik/Weltfischbrötchentag

Unsere BeachLounge

Kino unterm Ostseehimmel



Lichterzauber

der echte.





Unsere Basis hinter dem täglichen Tun...



Dank Zuschusserhöhung ab 05.2018 in Höhe von rund 600.000...

- Sicherung der basisbildenden Aufgaben und Projekte der LTM: Tourismusmarketing und Gästeservice, Veranstaltungen Travemünde, Weihnachtsbeleuchtung, Personal, Datenschutz, ...
- Neue Impulse im Sinne der Touristischen Wachstumsstrategie umsetzen/erhalten: Auslandsmarketing/LÜBCK.International; Marke und Kampagnen zum Städte- und Kulturtourismus, Stärkung Tagungs- und Kongressreisemarkt, Digitale Strategie inkl. Social Media Management und Website, TEK ...

Schulterschluss der Tourismusbranche und übergreifende behördliche Zusammenarbeit, hier in Lübeck und Travemünde sowie in starken Netzwerken.



>>> Evaluation und Fortschreibung der Touristischen Wachstumsstrategie Lübeck 2020plus (TEK 2009) dringend nötig



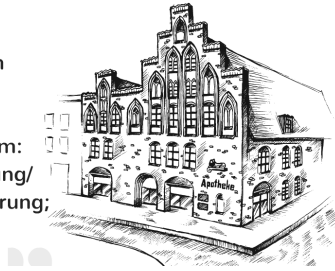
Touristisches Entwicklungskonzept Lübeck.Travemünde 2030

Qualität statt Quantität: der erlangte Erfolg muss verstetigt werden, Infrastrukturentwicklung und Destinationsmanagement stehen im Fokus.

Ausschreibung läuft: Laufzeit voraussichtlich
05.2019 - 02.2020

Finanzierung: 50% Förderung durch
das Land SH; Mittel HL/LTM

Beteiligungen vorgesehen; Kernteam:
Kurbetrieb Travemünde, Stadtplanung/
Stadtentwicklung, Wirtschaftsförderung;
Federführung LTM



Danke



Herzlich willkommen

Lübeck.Travemünde.Marketing 2019



Jahresbilanz 2018



Januar - Dezember 2018



Ankünfte*	Monat 01-12/2018	im Vgl. zu 01-12/2017
Stadtgebiet:	556.784	+3,0%
Travemünde:	197.406	+14,1%
Insgesamt:	754.190	+5,7%

Übernachtungen*	Monat 01-12/2018	im Vgl. zu 01-12/2017
Stadtgebiet:	1.095.263	+3,5%
Travemünde:	729.852	+16,5%
Insgesamt:	1.825.115	+8,4%

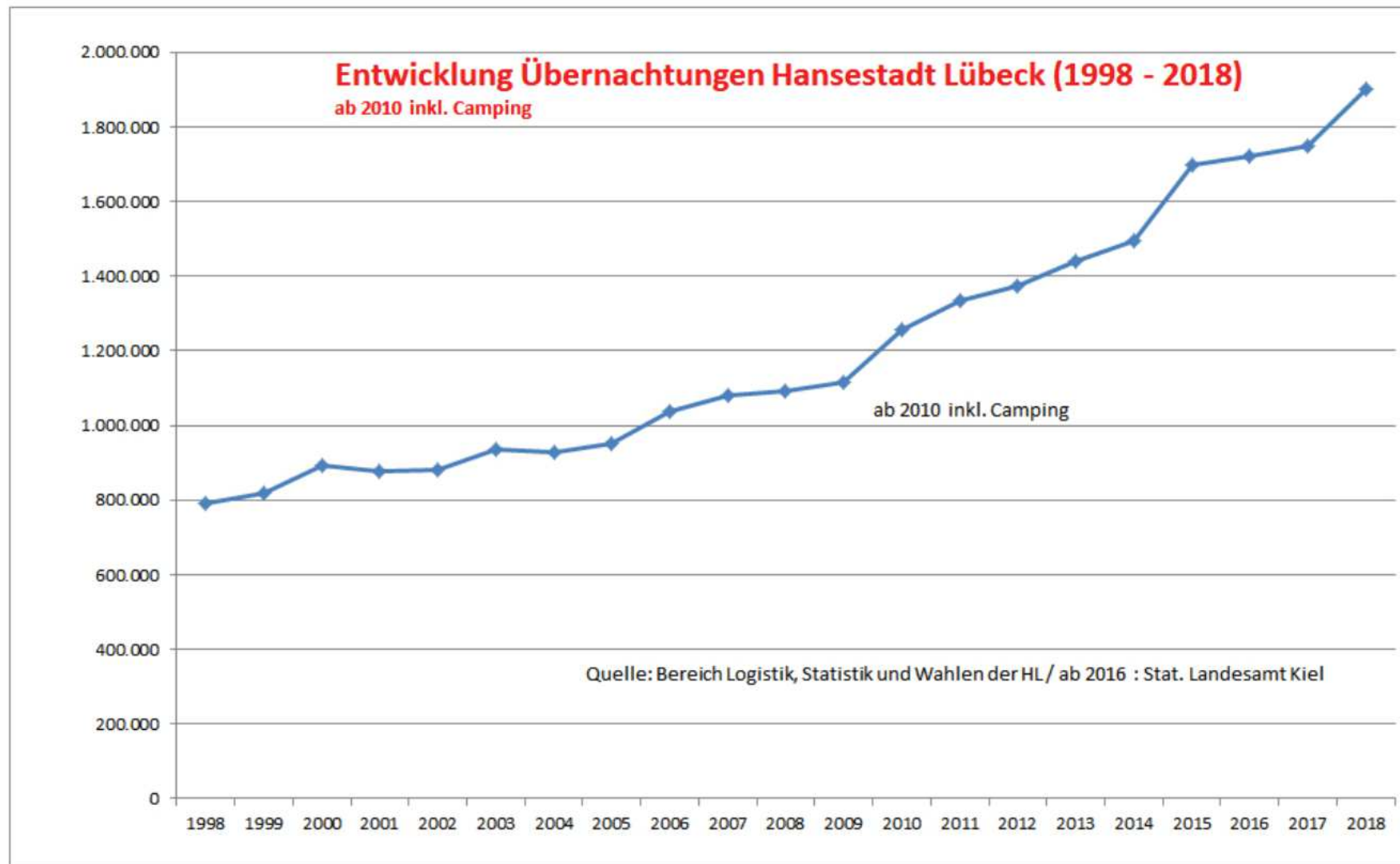
Angaben Statistikamt Nord

* ohne Camping

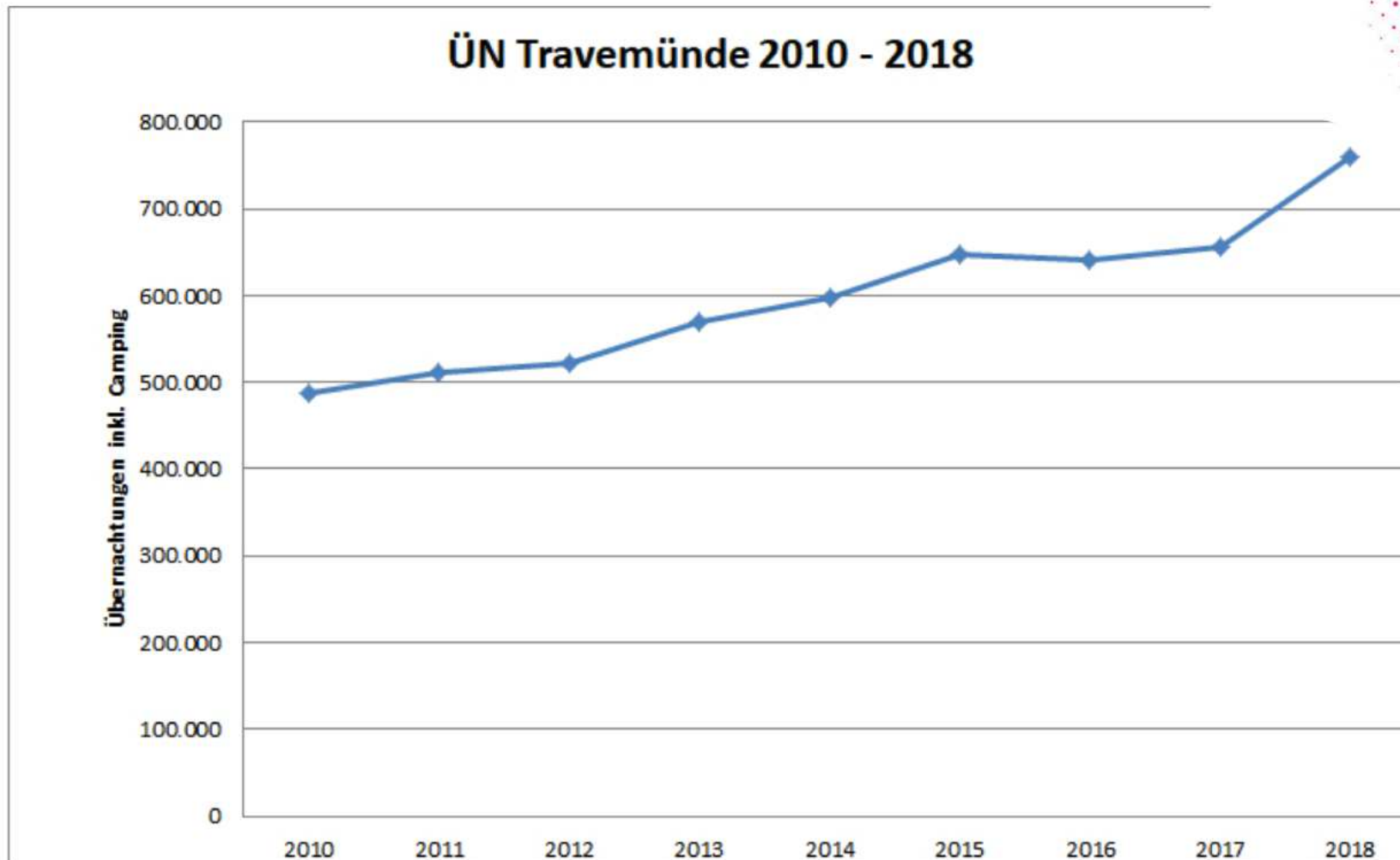
ÜN SH +15,3; Kiel +10,7
ÜN MV +3,9; Rostock +7,5

Rekordergebnis 2018: 1.825.115 ÜN

Kapazitätenausbau, v.a. auch in Travemünde



Rekord Travemünde 2018: 729.852 ÜN (+16,5%)



Tapetenwechsel 2018

>>> Ziel: Steigerung Auslastung

- Rekord: 15 Partnerhotels
- Buchungsstart: 03.12.2018
- Buchungen: 1.205 (+ 53 % z. Vorjahr)
- Gäste: 2.313 (+55% z.Vorjahr)

LÜBECK  Travemünde Marketing

TAPETEN WECHSEL AB € 39,-

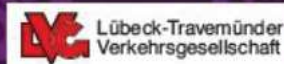
Buchungsstart: 03.12.2018

**Dieses Jahr auch für
die Postleitzahl 23858!**

Hotelgast in der eigenen Stadt:
Sonderaktion für Lübeck und umliegende
Gemeinden im Januar und Februar

Buchung: ☎ 04 51/88 99 700
Infos: www.luebeck-tourismus.de

in Kooperation mit:





Travemünde: Glücksmomente.Schlafstrandkorb

Glücksmomente 2018 (Auslastung)
227 Buchungen = +36 % zum Vorjahr

Schlafstrandkorb 2018 (PR)
Buchungen: 256 (+ 24% zum Vorjahr)

Tourist-Information am Holstentor

Besucherzahlen 2018: 222.163
im Durchschnitt 840 Gäste/Tag

Verkauf Merchandising:
+ 45% zum Vorjahr
Gewinn:
+55 % zum Vorjahr

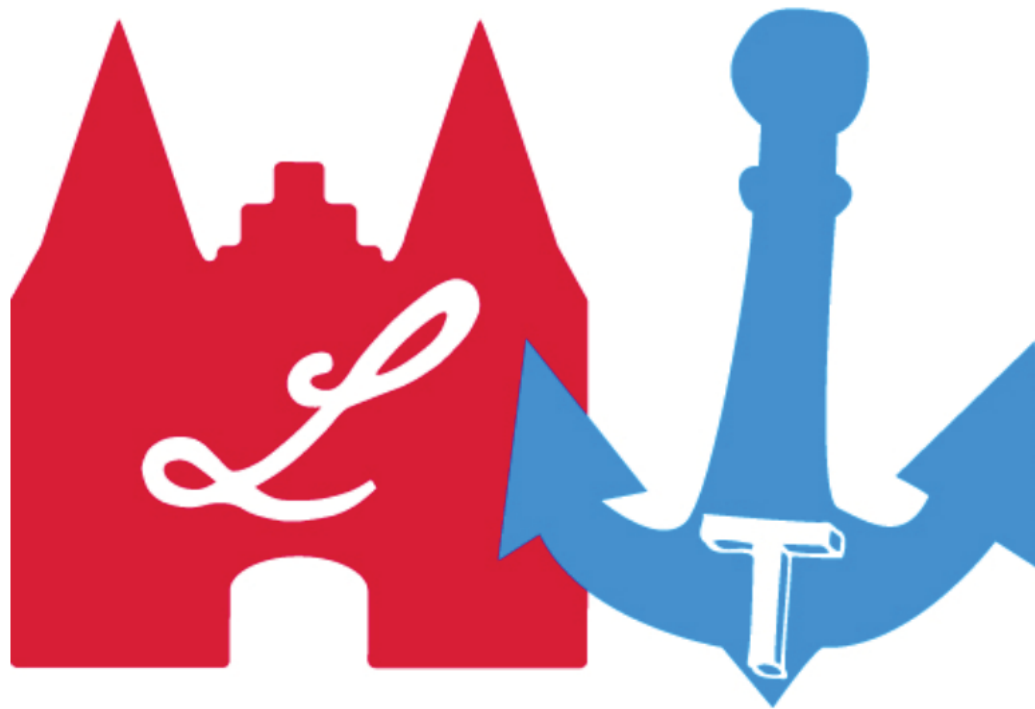


Unsere **Basis** hinter
dem täglichen Tun...



Wir setzen konsequent auf die Marke Lübeck

Marke LÜBECK >>>
Erfolgsmuster seit 2009

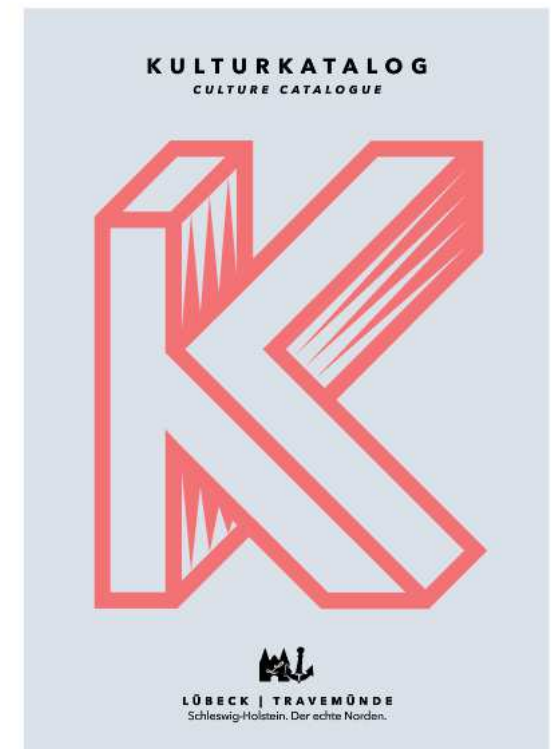


Marke OSTSEE >>>
Ausrichtung 2018/19

A woman with blonde hair in a ponytail, wearing a white tank top and dark pants, is walking away from the camera on a paved path. She is carrying a silver bicycle and a large, striped woven bag. The path is lined with lush green trees and flowering bushes, including red roses. In the background, a white car is parked on the street. The scene is bathed in warm, golden sunlight, suggesting a late afternoon or early morning setting.

Kommunikation

Imagemagazin 2019/20



Kulturkatalog 2019/20

Beilage in DIE Zeit

Die Nr. 1 nach Reichweite und Auflage im Markt der Qualitätszeitungen

Ein Leitmedium: Leser fungieren häufig als Ratgeber und Multiplikatoren



Kaum ein Künstler der Gegenwart polarisiert die Öffentlichkeit in einem derartigen Ausmaß wie Jonathan Meese. Er ist 1970 in Tokio geboren und im schleswig-holsteinischen Ahrensburg aufgewachsen. Nun widmen sich fünf Kunst- und Kultureinrichtungen in Lübeck seinem Werk.

Service-Prints

Beispiel: kostenloser Stadtplan Lübeck. Ausgabe in der TI und über Partner in der Stadt: LM, Funktaxen, Hotels, ...

Neuer WALL-Stadtplan ab Mai 2019

Travemünde folgt



Lübeck.International

Teilnahme an Kampagnen mit den Netzwerkpartnern DZT, TASH, UNESCO-Verein, HHoG in unseren A-Märkten Dänemark, Schweden und Niederlanden und wichtigen B-Märkten.





Relaunch www.luebeck-tourismus.de
zum Frühjahr 2020

Weniger ist mehr
Emotion schlägt Information



Digitalisierung!

Grundvoraussetzung: Datenhub
Tourismus >>> eine Plattform, um
den touristischen Content (Ange-
bote, Texte, Bilder, Videos, Veran-
staltungen/Erlebnisse ...) aufzube-
reiten und zielgerichtet über die
verschiedenen Kanäle auszuspielen.

Veranstaltungen: Lübeck



Weihnachtsstadt des Nordens



Veranstaltungen 2019

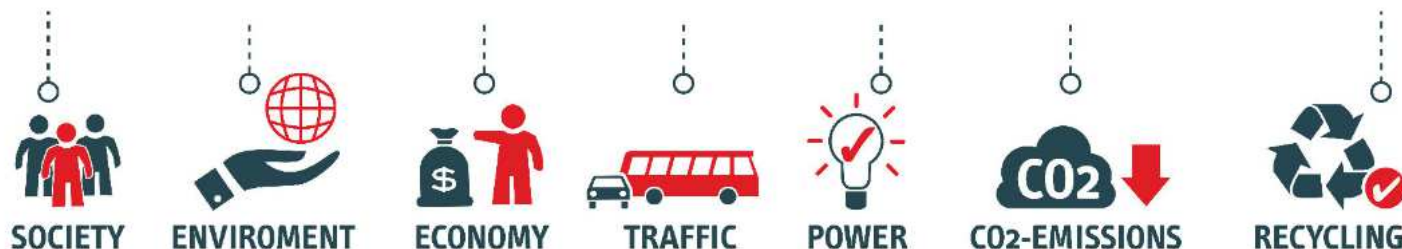
Lübecker Eiszauber (11.1.-24.2.) +++ 150 Jahre DRK (11.5.)
+++ Handgemacht Markt (17.-19.5.; 26.-28.7.; 3.-6.10.) +++
Lübecker Stoffmarkt (31.5.) +++ 50 Jahre Fachhochschule
(15.6., Hochschulstadtteil) +++ Handball Days Lübeck
(28.-30.6.) +++ Weinsommer (7.-10.6.) +++ Circus Roncalli
(1.-25.8.) +++ Duckstein-Festival (2.-11.8.) +++ Christopher
Street Day (16.-17.8.) +++ Lübecker Museumsnacht (31.8.)
+++ Citylauf (13.-15.9.) +++ Lübecker Theaternacht (28.9.) +
++ Kartoffeltage (3.-6.10.) +++ Lübeck Marathon (13.10.) ++
+ Nordische Filmtage (30.10.-3.11.) +++ Lübecker
Weihnachtsmarkt (ab 25.11.) +++

Trend und Differenzierung

Nachhaltigkeit auf Veranstaltungen

Eine nachhaltige Umsetzung von Veranstaltungen hat viele Dimensionen:

- **Ökologisch:** z.B. Ökostrom verwenden, BIO/Fairtrade/regionale Produkte, Recycling, Mehrwegprodukte u.v.m.
- **Ökonomisch:** Aussteller/Partner mit einbeziehen etc.
- **Sozial:** z.B. gerechte Behandlung der Mitarbeiter, auch bei den Partnern



lübückKongress e.V.

Fokus:

Meetings, Incentives, Kongresse, Messen



Fahrplan 2019



- Refresh Webseite:
Englisch // Redaktionell // Mood-Bilder
- Messen:
ITB (über LTM), IMEX FFM, VerbändeINFOtag Berlin, ggf. IBTM Barcelona
- Pressearbeit:
Destinationsreport "Smart Convention Cities" CIM
Themenfokus "Kongresse" CIM
Destinationsreport "Tagen im Welterbe" im Verbändereport
Destinationsreport "Historisch Tagen" Convention Intl.
Destinationsreport "Deutschlands Küsten & Inseln" CIM
2 Pressereisen (China & USA) mit HCB
- Bildmaterial:
Begleitung von Tagungen und Kongressen durch Fotograf für professionelle Mood-Bilder
- Locationfinder www.tagungstoern.de für Lübeck.Travemünde
- Kongress.Botschafter-Award & Kongressambassadore für HL
- Twitter @luebeckongress

Travemünde



Neuausrichtung der Marke OSTSEE
Unsere Arbeit im Ostsee-Holstein-
Tourismus für Travemünde

Ostsee.Travemünde

Travemünde profitiert gleich dreifach: das Seebad ist in der Marke SH verankert (Erfolgsmuster SH), ist Pfeiler der Marke Ostsee und wichtiger Charakterzug der Marke Lübeck!

Seit 2017/18 arbeiteten wir innerhalb des Ostsee-Holstein-Tourismus (OHT) an der Profilierung der Marke OSTSEE >>> die Ergebnisse sind wegweisend auch für die Ausrichtung des Seebades Travemünde



Veranstaltungen Travemünde

Adaption von Zielgruppen, Themen und Schwerpunkten der Marke Ostsee



BeachLounges

Wellness

OstseeSterne/Radfahren

Seebrücken

SUP

Kulinarik/Weltfischbrötchentag

Unsere BeachLounge

Kino unterm Ostseehimmel



Lichterzauber

der echte.



Lichtermeer/Wellness

u.a. Fackelwanderungen von Dezember bis März



Kulinarik: Teilnahme am **Weltfischbrötchentag** in Kooperation mit der TWG, Umsetzung des **Strandfrühstücks**



Veranstaltungen 2019



Lichterzauber
Promenadenfest
Musik am Meer
Ostermünde
ANBADEN
Travemünde
JAZZT.
Herbstdrachenfest

Ostseehimmel
Lesungen im
Park Seebadfest
Lichtermeer
Strandfrühstück

Stintje

Umzug

Tourist-Info Travemünde

- Umzug/Neueröffnung zur Saison 2020 am Standort: Travepromenade
- Ansatz: maritim.modern.zeitlos.barrierefrei
- Serviceaufgaben bleiben: Infos, Tickets, Kurabgabe, Ferienwohnungsdienst



Unsere **Basis** hinter
dem täglichen Tun...



Dank **Zuschusserhöhung** ab 05.2018 in Höhe von rund 600.000...

- **Sicherung der basisbildenden Aufgaben** und Projekte der LTM: Tourismusmarketing und Gästeservice, Veranstaltungen Travemünde, Weihnachtsbeleuchtung, Personal, Datenschutz, ...
- **Neue Impulse** im Sinne der Touristischen Wachstumsstrategie umsetzen/erhalten: Auslandsmarketing/LÜBCK.International; Marke und Kampagnen zum Städte- und Kulturtourismus, Stärkung Tagungs- und Kongressreisemarkt, Digitale Strategie inkl. Social Media Management und Website, TEK ...

Schulterschluss der Tourismusbranche und
übergreifende behördliche Zusammenarbeit,
hier in Lübeck und Travemünde sowie in
starken Netzwerken.



>>> Evaluation und Fortschreibung der
Touristischen Wachstumsstrategie Lübeck
2020plus (TEK 2009) dringend nötig



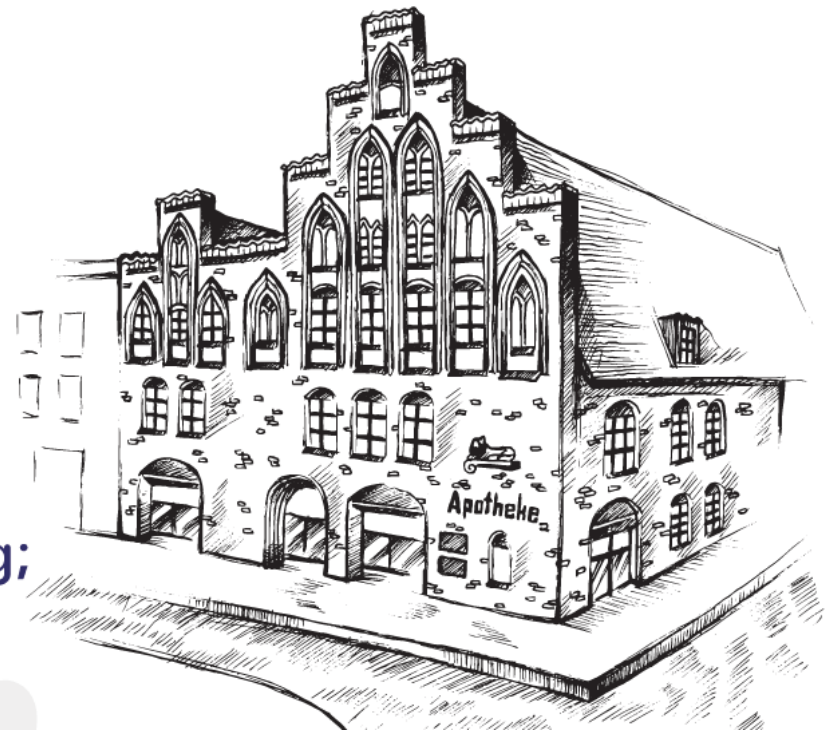
Touristisches Entwicklungskonzept Lübeck.Travemünde 2030

Qualität statt Quantität: der erlangte Erfolg muss verstetigt werden, Infrastrukturentwicklung und Destinationsmanagement stehen im Fokus.

Ausschreibung läuft: Laufzeit voraussichtlich
05.2019 - 02.2020

Finanzierung: 50% Förderung durch
das Land SH; Mittel HL/LTM

Beteiligungen vorgesehen; Kernteam:
Kurbetrieb Travemünde, Stadtplanung/
Stadtentwicklung, Wirtschaftsförderung;
Federführung LTM



Danke

