

## **Informationsveranstaltung am 15. November 2018,**

### **Kurparksaal Scharbeutz**

#### **Themen:**

#### **1. Branchenentwicklung und Positionsbestimmung der Tourismus-Agentur Lübecker Bucht AÖR (2013 – 2018).**

Anhand einer Präsentation werden statistische Kennzahlen zur touristischen Entwicklung in der Lübecker Bucht aufgezeigt. Neben dem Blick auf den aktuellen Saisonverlauf, liegt der Schwerpunkt der Präsentation in der Darstellung der Entwicklung der letzten fünf Jahre. Neben Scharbeutz wird auch der Bezug zu den beiden Partnerorten Sierksdorf, Neustadt in Holstein und ausgewählten führenden Badeorte in Schleswig-Holstein hergestellt.

Auf Basis der touristischen Statistiken werden Schlussfolgerungen in Bezug auf den Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Lübecker Bucht gezogen. Antworten auf die Fragen nach den Einkommenseffekten, der Anzahl der Arbeitsplätze und den steuerlichen Effekten werden gegeben. Eine Analyse ausgewählter Finanzkennziffern auf Basis der Jahresabschlüsse der jeweiligen Tourismus Service Betriebe gibt zudem einen Überblick über die konkrete Entwicklung von Tourismusbeiträgen und Tourismusabgaben der letzten Jahre.

Im Anschluss geht es um die Darstellung des TALB Budgets. Verschiedene Kennzahlen, Relationen (u.a. Budgeteinsatz pro Übernachtung) und Vergleiche ermöglichen eine Einordnung des Budgets im Vergleich zur touristischen Entwicklung und dem Marktumfeld.

Um die inhaltliche Bewertung der Marketingmaßnahmen der Tourismus-Agentur Lübecker Bucht geht es im vierten Teil des Vortrages. Nach einer kurzen Einleitung zur Marketingstrategie und den strategischen Handlungsfeldern wird die Maßnahmenumsetzung in ausgewählten Geschäftsfeldern anhand von illustrierten Metaplanwänden vorgestellt.

## 2. Maßnahmen und Projekte der Tourismus-Agentur Lübecker Bucht für 2019

Im Rahmen der Vorstellung zur Maßnahmenumsetzung für 2019 wird zwischen zwei Bereichen unterschieden. Erstens Maßnahmen mit direkter Wirkungsentfaltung in 2019 und zweitens strategische Projekte und Konzeptentwicklungen, die die Arbeit und Ergebnisse der TALB mittelfristig prägen. Symbolisch wird dies anhand der Abbildung eines Eisberges dargestellt.

Abbildung: Operative und strategische Projekte der TALB 2019

TALB: Planungen, Schwerpunkte für 2019





**Projekte und Maßnahmen**

- Einführung und Ausbau Lübecker Bucht APP
- Ausbau Explore – Bahnreisen, Erlebnispakete, Ausweitung in der Region
- Ausbau Wellness, Gesundheit & Wohlfühlen
- Umsetzung Kulturinitiative
- Einführung zweite Rennradwoche
- Ausbau Winterangebote – Vermarktung

**Strategische Projekte**

- Weiterentwicklung Ostseecard
- Relaunch Marke Lübecker Bucht
- Fortschreibung Touristisches Entwicklungskonzept,
- Neue Mobilitätsangebote, ÖPNV
- LTO Erweiterung um Timmendorfer Strand

Zu den operativen Projekten (Spitze des Eisberges) zählen:

- Einführung und Ausbau Lübecker Bucht APP (Progressive Web APP – (PWA)).
- Ausbau `Explore Lübecker Bucht` (E-Mobilität) – Bahnreisen, Erlebnispakete, Ausweitung in der Region.
- Ausbau der Angebote in den Bereichen Wellness, Gesundheit & Wohlfühlen.
- Umsetzung der Kulturinitiative.
- Einführung einer zweiten Rennradwoche.
- Ausbau der Winterangebote – aktive Vermarktung.

Zu den strategischen Projekten zählen:

- Weiterentwicklung der Ostseecard zu einer zeitgemäßen Gästekarte.
- Relaunch der Marke Lübecker Bucht.
- Fortschreibung des Touristisches Entwicklungskonzeptes.
- Neue Mobilitätsangebote, ÖPNV.
- Erweiterung der Kooperation um Timmendorfer Strand.

Bei den oben genannten Projekten handelt es sich um neue bzw. zusätzliche Maßnahmen der TALB, die im Rahmen der Präsentation inhaltlich vorgestellt werden.

Bewährte Maßnahmen und Veranstaltungsformate, wie z.B. ´Musik im Strandkorb`, die Weiterentwicklung im digitalen Bereich (Ausbau der Webseite, Betreuung und Ausbau Social Media), die Fortführung der erfolgreichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, die Weiterentwicklung der Zentralen Zimmervermittlung, etc. sind obligatorisch.

### **3. Ansätze zur strategischen Weiterentwicklung der TALB**

Das Handlungsfeld 6 der Unternehmensstrategie der TALB ´Starke TALB-Organisation`, beschreibt die Notwendigkeit der verstärkten Prozessorientierung. Neben den Fragestellungen rund um die Kooperation mit Timmendorfer Strand und weiteren Kooperationspartnern (z.B. Lübeck, Travemünde, Ostseeferienland), gilt es auch die Geschäftsfelder der TALB weiterzuentwickeln und zum Teil auch kritisch zu hinterfragen. Die Fragestellungen in diesem Zusammenhang lauten vor allem:

- Gibt es neben dem Tourismusmarketing weitere Geschäftsfelder für die TALB in der Lübecker Bucht?
- Wie lässt sich das Unternehmensergebnis und die -struktur der TALB verbessern bzw. welche Erlöspotenziale und Finanzierungsmöglichkeiten gibt es?
- Wie entwickeln wir mittelfristig den Bereich der Tourist-Informationen und den Veranstaltungsbereich weiter?
- Welche Zukunft hat unsere Zentrale Zimmervermittlung?

- Welche digitalen Trends beeinflussen unser Marketing?

Ziel ist es, dass wir unter Berücksichtigung der oben genannten Fragestellungen ein Szenario für die Weiterentwicklung der TALB entwickeln.