

# Positive Zahlen für die Lübecker Bucht

## TALB blickte auf 2014 zurück

*Bevor die Tourismus-Agentur Lübecker Bucht (TALB) mit dem neuen Vorstand André Rosinski, der am 15. April seinen Dienst antritt, erwartungsvoll ins neue Jahr startet, blickten PR-Referentin Doris Huperz und Kampagnenmanagerin Vera Kremer bei einem Pressefrühstück auf das vergangene Jahr zurück.*



**Doris Huperz und Vera Kremer (v. lks.) von der TALB freuen sich über ein touristisch erfolgreiches Jahr und gute Zahlen für die Lübecker Bucht.**

**Scharbeutz.** Hierbei ließen sie vor allem die inzwischen ausgewerteten Zahlen für sich sprechen. So habe die Vermarktung des Sport- und Entspannungsprogramms „om & action“ über ein Printmagazin zu fast 1,9 Millionen Kontakten geführt, also Menschen, die das Magazin in der Hand hielten. Im Onlinevertrieb habe man durchschnittlich 2,19 Prozent der Interessenten zu Kunden umwandeln können.

„Das klingt nicht nach viel, aber der Branchenschnitt im Massentourismus liegt bei 0,5 bis 0,7 Prozent. Also sehen wir, dass wir eine sehr gute Nachfrage und auch die passenden Angebote haben“, erklärte Vera Kremer, was 298 Termine von April bis Oktober verdeutlichen. Auch die Kampagne „Bucht der Abenteuer“, die auf Vor-Ort Erlebnisse für Familien ausgerichtet ist, habe die Erlebbarkeit der Lübecker

Bucht für Familien gesteigert und man habe mit dem Erlebnisinavigator-Prospekt 102.000 Kontakte generieren können. Eine sehr hohe Akzeptanz habe die Kampagne „Winterwärme“ gehabt, mit der man die Sommergäste auch für die Nebensaison zu gewinnen versucht. Hierbei seien vor allem die Fackelwanderungen sehr beliebt gewesen, bei denen an 56 Terminen zwischen November und Februar teilweise bis zu 70 Gäste pro Wanderung teilgenommen haben. Das dazugehörige Wintermagazin habe rund 150.000 Kontakte gehabt. Insgesamt 125.000 Besucher zog es auf acht große Highlight-Events, unter anderem das Surffestival in Pelzerhaken, die „hanseboot ancora boat show“ in Neustadt und das Straßenkünstlerfestival in Scharbeutz.

Die Website [www.luebecker-bucht-ostsee.de](http://www.luebecker-bucht-ostsee.de) habe 487.300 Besucher gehabt, über die Facebook-Seite der TALB habe man wöchentlich bis zu 170.000 Kontakte erreichen können. Zudem habe die verstärkte Präsenz im TV und der überregionalen Presse zu knapp 7,9 Millionen Kontakten geführt.

Zahlen, über die sich vor allem die 209 Vermieter, die mit der TALB kooperieren, freuen können, sind die Buchungszahlen der Zentralen Zimmervermittlung. Hier habe man mit 4.247 Buchungen eine Steigerung von 22 Prozent im Vergleich zum Vorjahr erzielen können, was zu einer Umsatzsteigerung von 44 Prozent und einem Umsatz von 1.381.951 Euro geführt habe.

„Die TALB ist ein noch recht junges Unternehmen. Aus drei relativ festgefahrebenen Strukturen etwas Neues zu generieren, ist ein Weg und kein Sprung. Sicherlich gibt es noch Luft nach oben, aber wir sind auf einem guten Weg, es ist die richtige Richtung, die wir da beschreiten“, erklärte Doris Huperz zuversichtlich. (kp)