

Magazin ersetzt das Gastgeberverzeichnis

Tourismus-Agentur Lübecker Bucht setzt aber weiterhin auf klassische Printprodukte.



Doris Willmer-Huperz (links), Hansjörg Conzelmann und Jennifer Häusler von der Scharbeutzer Touristinformation haben auf der Palette mit 25 000 druckfrischen Urlaubsmagazinen Platz genommen. Foto: KG

Scharbeutz. „Ehrlich, realistisch und nicht nur schick“, beschreibt Hansjörg Conzelmann, Produktmanager der Tourismus-Agentur Lübecker Bucht (TALB) das druckfrische Urlaubsmagazin, welches das bisherige Gastgeberverzeichnis ersetzt. „Uns ist es wichtig, den natürlichen Charme unserer Region darzustellen. Der Gast soll beim Durchblättern des Magazins schon erleben, dass er hier seinen Urlaub in persönlicher Atmosphäre mit entspannt-modernem Ostsee-Flair und mit vielfältigen Freizeitangeboten genießen kann“, erklärt Conzelmann und fährt fort: „Wir wollen zeigen, wie es hier wirklich ist: nämlich einfach schön!“

Zum 98-Seiten starken Urlaubsmagazin gehören ein 43-seitiger Imageteil, zehn Sei-

ten zum Thema „Camping und Caravanning“, 45 Seiten mit dem Gastgeberverzeichnis von Scharbeutz, Sierksdorf, Neustadt in Holstein sowie Kartenübersichten zu den einzelnen Orten. „Im umfangreichen Imageteil geben wir den individuellen Ortsbeschreibungen viel Raum. Jeder Ort wird mit seinem ganz eigenen Charakter und seinen Besonderheiten dargestellt“, berichtet Doris Willmer-Huperz, zuständig für PR und Kommunikation bei der Tourismus-Agentur. „Und wer könnte dies besser beschreiben, als die Ansässigen selbst, deren Zitate wir in das Magazin aufgenommen haben. Ergänzend baten wir Urlauber vor Ort um ein Stimmungsbild und stellen damit die Sicht des Gastes dar. Auf diese Weise ist ein sehr nahba-

res Bild der Region entstanden“, freut sich Doris Willmer-Huperz.

Das Urlaubsmagazin 2016 ist in einer Auflage von 25 000 Exemplaren erschienen und kann gratis bei den Tourist-Informationen der Lübecker Bucht abgeholt werden. Auf Anfrage wird es außerdem kostenlos verschickt sowie auf Tourismusmessen verteilt.

Neben dem Online-Marketing setzt die TALB damit nach wie vor auf Printprodukte. „Viele Gäste informieren sich im Internet, genießen es aber gleichzeitig an einem trübigen Tag in dem Magazin zu Blättern“, betont Doris Willmer-Huperz. „Außerdem ist das Magazin ein beliebtes Urlaubssouvenir, das gleich wieder Lust auf den nächsten Urlaub in unserer Region macht.“ KG