

„Meer für Zuhause – die Lübecker Bucht denkt an Dich!“:

Facebook-Aktion der Tourismus-Agentur Lübecker Bucht für Locals und Ostseefans

Scharbeutz. Mit einer Facebook-Aktion unterstützt die Tourismus-Agentur Lübecker Bucht (TALB) den lokalen Fachhandel und hält gleichzeitig den Kontakt zu den Ostseefans in der verordneten Ferne.

Aktuell dürfen Touristen nicht zum geplanten Urlaub in die Lübecker Bucht kommen und viele lokale Gewerbetreibende haben mit einer – wenn überhaupt – nur eingeschränkt möglichen Geschäftstätigkeit zu kämpfen. Vor diesem Hintergrund hat die TALB eine Facebook-Aktion mit dem Titel „Meer für Zuhause – die Lübecker Bucht denkt an dich!“ initiiert und nutzt hierbei die Reichweite ihrer Facebook-Seite facebook.com/luebeckerbucht mit fast 63.000 Abonnenten.

Die Idee dahinter ist einfach: die TALB kauft bei regionalen Anbietern Produkte ein und verlost diese unter den Facebook-Abonnenten, die gerade nicht in die Region kommen können.

Eine klassische Win-Win-Situation, denn die Lübecker Bucht-Fans freuen sich über das kleine Geschenk von der Ostsee und der lokale Fachhandel profitiert von der reichweitenstarken, für sie kostenfreien Werbeplattform. Bei der Verlosung verweist die TALB zusätzlich auf die Facebook- oder Webseite des lokalen Fachhandels, wo die Facebook-Nutzer weitere Produkte des Anbieters entdecken können; bestenfalls resultiert daraus die eine oder andere Folgebestellung.

„Wir haben die Aktion recht spontan entwickelt. Der Auftakt war bereits am 25.

März in Form eines musikalischen Grußes vom Meer, für den wir einen hier ansässigen Klavierspieler mit seinem Instrument an den Strand gebracht haben. Seitdem wurden bereits handgemachte Kissen mit maritimen Motiven, Kaffee aus einer lokalen Rösterei oder auch Gutschei-

ne eines kleinen Spielzeugladens und Bernsteinschleifsets verlost. Weitere Dinge haben wir bereits im Köcher,“ erzählt Jessica Liepelt aus der Online-Abteilung der TALB. Getreu dem Motto „kleine Geschenke erhalten die Freundschaft“, möchte die TALB auf diese Weise die Bindung der Gäste zur Lübecker Bucht stärken. „Wir halten es für maßgeblich, schon jetzt über den Rand der Krise hinauszudenken. Mit

unseren sympathischen Locals und ihren handgemachten oder auch regionaltypischen Produkten zeigen wir die Lübecker Bucht als sympathische, erlebenswerte Reisedestination und halten sie in den Köpfen der Gäste präsent. Damit positionieren wir sie für den Moment, wenn das Reisen wieder erlaubt ist,“ fasst es Doris Wilmer-Huperz von der TALB, verantwortlich für PR und Kommunikation, zusammen.



Mit einer Facebook-Aktion unterstützt die Tourismus-Agentur Lübecker Bucht (TALB) den lokalen Fachhandel und hält gleichzeitig den Kontakt zu den Ostseefans in der verordneten Ferne.