

## Ankündigung Titelseite



### THEMEN DES TAGES

#### OSTHOLSTEIN

### Image der Lübecker Bucht soll maritimer werden

Die Tourismus-Agentur Lübecker Bucht stellt sich neu auf. Lässig, lebendig und maritim woller sich die Küstenorte den Urlaubern künftig präsentieren. Insbesondere Gäste mit einem hohen Einkommen und mehreren Urlauben pro Jahr sollen mit der neuen Strategie angesprochen werden. Unter anderem wurde bereits ein neues Logo für die Lübecker Bucht entworfen. **Seite 11**

## Lässig, lebendig, maritim

**Ostholstein.** Neues Logo, neues Konzept und neue Veranstaltungsideen: Die Tourismus-Agentur Lübecker Bucht (Talb) will sich neu aufstellen und die Lübecker Bucht so noch attraktiver für Touristen machen. „Nach gut zehn Jahren war es an der Zeit, sich zu hinterfragen und zu schauen, ob wir gut aufgestellt sind“, sagt der Vorsitzende André Rosinski. Die Talb hat deshalb Marktforschungen durchgeführt und auf Basis der Ergebnisse eine neue Strategie entwickelt.

Die wohl sichtbarste Veränderung ist ein neues Logo. Die Talb arbeitet mit neuen Farbwelten und Formen. Der türkisfarbene Klecks gehört der Vergangenheit an. Stattdessen zeigt das neue Logo zwei Halbkreise. Der obere symbolisiert einen Sonnenaufgang, der untere die Bucht. Dazu kommen Striche im unteren Halbkreis, die für die Wellen stehen. Das Ganze soll als Familienmarke verwendet werden. Das bedeutet, die Orte können das Logo nutzen und mit ihrem Ortsnamen kombinieren.

Außerdem haben sich die Verantwortlichen gefragt, was den Urlaub an der Küste für die Touristen ausmacht. Natürlich ist das in erster Linie das „Strandleben“, das in der Lübecker Bucht bunt und abwechslungsreich ist. Herausgekommen ist aber auch, dass viele das „maritime Flair“ besonders lieben. „Das hielten wir für etwas verstaubt. Aber die Häfen in Neustadt oder Niendorf sind beispielsweise sehr beliebt“, erzählt Rosinski. Unter dem Motto „maritim mittendrin“ soll deshalb künftig ein Fokus auf diesem Bereich liegen. Die dritte Säule: „Natur ganz nah“. Unter diesem Stichpunkt will die Talb das Hinterland stärker bewerben. „Wir wollen zeigen, dass es auch hinterm Strand schön ist“, sagt Rosinski. Erstmals gibt es im Sommer eine Wanderbrochure mit Tourenvorschlägen. Neben der „lebendigen Ostseekultur“ als viertes Element rückt auch das Thema „Achtsamkeit und Wellness“ in den Fokus.

Um trotz der Corona-Pandemie ein buntes Veranstaltungsprogramm zu bieten, laufen die Planungen auch Hochtouren. Neben Wander- und Radtipps gibt es unter [www.luebeckerbucht-ostsee.de](http://www.luebeckerbucht-ostsee.de) auch den Eventkalender. *mwe*



Bettina Schäfer und André Rosinski präsentieren das neue Konzept. FOTO: WEGNER