



Destinationsmanagement Lübeck und Travemünde

Tourismus als Transformator für mehr Lebensqualität

Karoline Lenz

Unsere MISSION

Erfolgreiche Platzierung im touristischen Wettbewerb

Durchführung touristischer Serviceangebote und Veranstaltungen

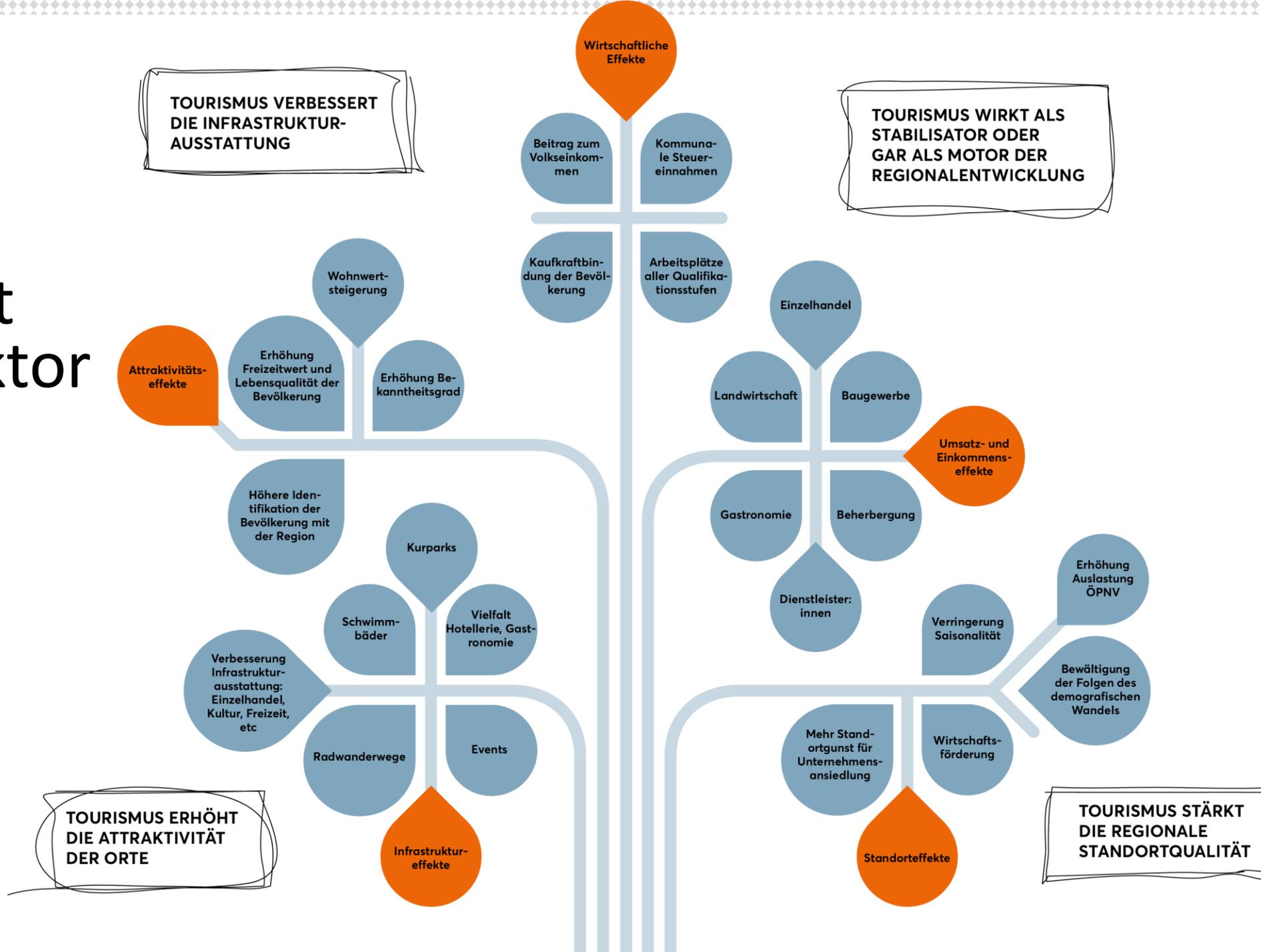
Destinations- & Stakeholder:innenmanagement

Stärkung der Lebensraumqualität

Umsetzung Tourismuskonzept 2030



Tourismus. Lebensqualität Wirtschaftsfaktor



ÜBER MOR GEN



**TOURISMUSENTWICKLUNGSKONZEPT
LÜBECK
TRAVEMÜNDE**

KOMMUNIKATION & PARTIZIPATION IM TEK

- Fortlaufende Zusammenarbeit mit dem Steuerungskreis: interdisziplinär besetzt
- Information und Diskussion mit dem LTM-Aufsichtsrat und Beirat
- Fachgespräche mit Leistungsträger:innen und Vertreter:innen aus Politik & Verwaltung
- Online-Befragung der Bürger:innen
- Vor-Ort-Präsenz auf den Stadtteilveranstaltungen von LÜBECK:überMORGEN
- Online-Befragung der Leistungsträger:innen
- Veranstaltung von zwei Branchenforen in Lübeck & Travemünde



VERANTWORTUNG

TourismusVISION 2030

Die Kulturstadt Lübeck & das Seebad Travemünde
als klimafreundliche Reiseziele

Im Jahr 2030 erleben unsere Gäste Lübeck und -Travemünde als zwei klimafreundliche Reiseziele mit jeweils eigenem Profil: Lübeck ist die Kulturstadt und Travemünde das Seebad an der Ostsee. Lübeck und Travemünde sind gleichermaßen lebenswert. Hier gehen wir wertschätzend miteinander und unseren natürlichen Ressourcen um.

Vision & Strategie



Wie wir unser Ziel

Handlungskonzept

Produkt- und Erlebnisqualität

Markenführung und Kommunikation

- 1** Schlüsselmaßnahme: Markenmanagement und Produktentwicklung
- 2** Schlüsselmaßnahme: Tourismus Im Dialog
- 3** Schlüsselmaßnahme: Green Meetings MICE-Management
- 4** Schlüsselmaßnahme: Qualitatives Hotelentwicklungskonzept

1

Erlebnisszenierung Altstadtinsel

- 5** Schlüsselmaßnahme: PopUp-Stadtkultur
- 6** Schlüsselmaßnahme: Wassererlebnis Altstadtinsel
- 7** Schlüsselmaßnahme: Wasser Tourismusentwicklung

2

Angebots- und Infrastrukturentwicklung Seebad

- 8** Schlüsselmaßnahme: Erlebnis Nordermole
- 9** Schlüsselmaßnahme: Ostsee.Stern
- 10** Schlüsselmaßnahme: Zukunft Travemünder Woche
- 11** Schlüsselmaßnahme: Naturerlebnis Priwall
- 12** Schlüsselmaßnahme: Seebad Kultur

3

Tourismuslenkung

- 13** Schlüsselmaßnahme: Lübeck, Travemünde Mobil
- 14** Schlüsselmaßnahme: Lübeck, Travemünde klimafreundlich
- 15** Schlüsselmaßnahme: Digitalisierungs- und Lenkungs-offensive

4

Versachlichung von Debatten: Akzeptanzbefragung zum Tourismus & Tourismusdialog



Tapetenwechsel Gast in der eigenen Stadt

Aktionszeitraum: Januar und Februar 2024

21 Hotels in Lübeck-Travemünde,
9 in Timmendorfer Strand, 4 von der TALB,
8 in Grömitz

Preiskategorien: ab € 45,- p.P./Nacht inkl.
Frühstück

Buchungen: 1.749 (+11,3% zum Vorjahr)

Umsatz: rd. € 300.000,- (+17 % zum Vorjahr)

TAPETEN WECHSEL

BUCHUNGSSTART: 22. 11. 2023

Hotelgast in der eigenen Heimat: Sonderaktion für Lübeck
und die Lübecker Bucht im Januar und Februar 2024

luebeck-tourismus.de
travemuende-tourismus.de
timmendorfer-strand.de
luebecker-bucht-ostsee.de
groemitz.de

AB
€ 45,-



In Kooperation mit:





TOURISMUS ALS TRANSFORMATOR FÜR MEHR LEBENSQUALITÄT

Herzlich
willkommen im
ÜBERGANGSGARTEN



LÜBECK
TRAVEMÜNDE
MARKETING

Herzlichen Dank.