

## PRESSE-INFORMATION

06. Oktober 2021

### **„echt nordiSH – Das Mehr zwischen den Küsten“: Schleswig-Holsteins Binnenregionen starten erste gemeinsame Tourismuskampagne**

**Kiel.** Die prosperierende touristische Marketing-Kooperation für die Binnenregionen in Schleswig-Holstein hat ihren ersten Meilenstein erreicht. Mit „echt nordiSH - Das Mehr zwischen den Küsten“ wurde Ende September eine regionenübergreifende Kampagne gestartet, die es in dieser Form für Schleswig-Holstein noch nicht gegeben hat. Dazu arbeiten die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TA.SH), die Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz (TZHS), die Herzogtum Lauenburg Marketing und Service GmbH (HLMS) sowie der Schleswig-Holstein Binnenland Tourismus e.V. (SHBT) seit über einem Jahr zusammen.

Das Binnenland in Schleswig-Holstein deckt 90% der gesamten Landesfläche ab und steht trotz dieser flächenmäßig hohen Bedeutung touristisch noch im Schatten der Küsten. Der Übernachtungsanteil beträgt derzeit max. 20% vom Gesamtvolumen in Schleswig-Holstein. Um die touristischen Entwicklungspotentiale der Binnenregionen gezielt zu entwickeln, wurde das Handlungsfeld in die Tourismusstrategie des Landes Schleswig-Holstein aufgenommen und die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein damit beauftragt, sich gezielt um die Vermarktung dieser Binnenregionen gemeinsam mit den Partnern zu kümmern. Ein Kooperationsvertrag wurde im Juni 2020 geschlossen.

*„Um Gäste für unsere touristischen Regionen zwischen den Küsten zu begeistern, haben wir erstmals gemeinsam Film- und Bildmaterial erstellt und eine Herbstkampagne konzipiert, die unter dem Claim „echt nordiSH“ ausgespielt wird. Wir konnten Know-how bündeln, Ressourcen effizient einsetzen und die Attraktionen der Binnenregionen unter einem Dach darstellen. Mein Dank gilt allen Partnern in der Region und vor allem Lisa Hinzmann, die als unsere Binnenland-Managerin die gemeinsamen Aktivitäten erfolgreich steuert“, so Dr. Bettina Bunge, Geschäftsführerin der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TA.SH).*

#### **Eindrucksvolle Videos mit zauberhaften Landschaftsaufnahmen**

In „echt nordiSH - Das Mehr zwischen den Küsten“ präsentieren sich die drei kooperierenden Binnenregionen und die TA.SH von ihren schönsten Seiten. Dazu wurden sowohl statische Anzeigen als auch eindrucksvolle Video-Ads kreiert. Zu sehen sind beeindruckende Landschaftsaufnahmen, die mit multisensorischer Bildsprache die Zuschauenden verzaubern sollen. Ziel ist die neue, inhaltlich aktualisierte und vereinheitlichte Landingpage [www.sh-tourismus.de/zwischen-den-kuesten](http://www.sh-tourismus.de/zwischen-den-kuesten) auf der sich die Partner nun gemeinsam präsentieren. Außerdem wurde eine korrespondierende Übersicht mit Einleitung, verschiedenen Angeboten und der Vorstell-Rubrik „Das erste Mal“ eingefügt.

Seite **1** von **3**

*„Es ist schon Klasse, wie gut sich die Zusammenarbeit unseres Verbandes mit der Holsteinischen Schweiz, dem Herzogtum Lauenburg und der Tourismusagentur Schleswig-Holstein entwickelt. Mit dem „Mehr zwischen den Küsten“ ist es uns gelungen, die herausragenden Erlebnis- und Aktivangebote im Binnenland zu bündeln und den Gästen Schleswig-Holsteins den echten Norden auch von einer bisher etwas weniger bekannten Seite zu zeigen“, sagt Olaf Prüß, Geschäftsführer des Vereins Schleswig-Holstein Binnenland Tourismus (SHBT).*

### **Studie gibt das Ziel vor: Die Regionen zwischen den Küsten stärken**

Die nun ausgespielte, erste gemeinsame Binnenregion-Kampagne spiegelt das Ergebnis der umfassenden Studie „Entwicklungspotenziale und Handlungsempfehlungen zur Stärkung des Binnenlandtourismus in Schleswig-Holstein“ aus dem Jahr 2019 wider. Die Ergebnisse flossen in die Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2025 ein. Auch das Wirtschaftsministerium und der Tourismusverband Schleswig-Holstein e.V. (TVSH) hatten sich an dieser Studie beteiligt.

*„Die Binnenland-Studie hat die enormen Potenziale der Regionen zwischen den Küsten aufgezeigt und es freut mich, dass wir die Handlungsempfehlungen dieser Studie nun peu à peu umsetzen - sowohl eigenverantwortlich in den drei großen Regionen als auch gemeinsam im Marketing mit der TASH. Die Zusammenarbeit ist immer vertrauensvoll und professionell und die Ergebnisse überzeugen uns sehr“, sagt Caroline Backmann vom Zweckverband Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz (TZHS).*

### **Windstärken-Kampagne „echt nordiSH“ dient als Zugpferd**

Als Kampagnenansatz diente die bereits bestehende Kreatividee von „echt nordiSH“. Mit diesem Slogan und der Anspielung auf den allgegenwärtigen Wind im nördlichsten Bundesland vermarktet die TA.SH erfolgreich das Reiseland Schleswig-Holstein als authentische, bodenständige, nachhaltige und sympathische Urlaubsdestination. „Das Mehr zwischen den Küsten“ sattelt auf diesen Markenclaim auf und holt dabei die Zielgruppen Natururlauber, Entschleuniger und Neugierige ab. Von dieser Entscheidung versprechen sich die vier Partner die Generierung einer hohen Reichweite und viel positive Resonanz.

*„Mit der aktuellen Herbstkampagne „echt nordiSH - Das Mehr zwischen den Küsten“ zeigen die Reisedestinationen im schleswig-holsteinischen Binnenland erstmals gemeinsam, welche vielfältigen Möglichkeiten der Entspannung unsere Landschaften auch außerhalb der Hauptreisezeiten bieten“, erklärt Günter Schmidt, Geschäftsführer der Herzogtum Lauenburg Marketing und Service GmbH (HLMS).*

Die Herbstkampagne ist der Auftakt für weitere Maßnahmen in dieser Kooperation. „Die ersten Werte der Onlinekampagne zeigen einen positiven Verlauf. Für uns ein weiterer Grund

auch das Frühjahr 2022 unter „echt nordiSH - Das Mehr zwischen den Küsten“ zu bewerben. Dann mit frischen Motiven, die passend zur Saison die aufblühenden Binnenregionen von Schleswig-Holstein zeigen“, so der Ausblick von Lisa Hinzmann, Managerin Städte- und Binnenland-Marketing der TA.SH.

### **Eckdaten der Binnenregion-Kampagne im Herbst**

- Start: September 2021, Laufzeit bis Ende November 2021
- Beteiligte: Herzogtum Lauenburg Marketing und Service GmbH (HLMS), Schleswig-Holstein Binnenland Tourismus e.V. (SHBT), Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz (TZHS), Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TA.SH)
- Ziel: Inspirieren und Informieren der Natururlauber, Entschleuniger, Neugierige in den Märkten Schleswig-Holstein (Küstenregionen, Hamburg und Niedersachsen (in den Großstädten)).
- Maßnahmen: Social-Media-Kampagne mit vier Leitmotiven primär über Facebook und Instagram
- Website: [www.sh-tourismus.de/landschaften/zwischen-den-kuesten](http://www.sh-tourismus.de/landschaften/zwischen-den-kuesten)



Bildunterschrift: Die erste regionenübergreifende Kampagne ihrer Art bringt frischen Wind in die Binnenregionen von Schleswig-Holstein. © sh-tourismus.de

[Bei Bedarf weiterer Motive sprechen Sie uns gerne an.]

Die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TA.SH) ist die offizielle touristische Landesmarketingorganisation für Schleswig-Holstein und organisiert die überregionale Vermarktung des Reise- und Tagungsstandorts Schleswig-Holstein mit dem Ziel, potenzielle Gäste für den echten Norden zu begeistern. Die TA.SH ist ein 100%iges Tochterunternehmen des Landes mit Sitz in Kiel und beschäftigt ein 23-köpfiges Team. Sie setzt die Tourismusstrategie 2025 im In- und Ausland um und wird vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus gefördert.