

Presseinformation

29.06.2020

Ein guter Tag für das Binnenland in Schleswig-Holstein: Touristische Marketingkooperation offiziell unterzeichnet

Kiel. Strahlende Gesichter am 25. Juni 2020 vor den Räumen der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH: Mit der offiziellen Unterzeichnung der „Vereinbarung über die Kooperation für das Binnenland-Marketing in Schleswig-Holstein“ durch die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TA.SH), den Zweckverband Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz (TZHS), die Herzogtum Lauenburg Marketing und Service GmbH (HLMS) sowie den Schleswig-Holstein Binnenland Tourismus e.V. (SHBT) sollen die finanziellen und personellen Kräfte gebündelt werden, um durch gemeinsames Marketing den Tourismus im Binnenland von Schleswig-Holstein zu stärken.

300 natürliche Seen, vier große Naturparke mit Wäldern, sanften Hügeln sowie malerische Städtchen und eine entdeckenswerte Kulturlandschaft – und doch entfallen zurzeit nur rund 20 Prozent des Tourismus auf das schleswig-holsteinische Binnenland. Rund 80 Prozent der Gäste steuern primär die Küstenregionen an Nord- und Ostsee an. Dies, so das erklärte Ziel der vier Tourismusorganisationen, soll sich ändern.

„Wir freuen uns sehr, dass dieser wichtige Schritt der Binnenland-Kooperation zwischen den zentralen Tourismusorganisationen und uns gelungen ist. Unsere Süßwasseralternative zu den Meeren braucht gemeinsamen Mitteleinsatz und einheitliche Botschaften, um zukünftig erfolgreicher zu sein“, sagt Dr. Bettina Bunge, Geschäftsführerin der TA.SH.

„Wir freuen uns darauf, als einer der Akteure zwischen den Meeren eine stärkere Sichtbarkeit nach innen und nach außen zu erlangen“, bewertet Günter Schmidt, Geschäftsführer der Herzogtum Lauenburg Marketing und Service GmbH (HLMS), die neue Verbindung.

„Mit dieser Kooperation eröffnen sich für den SHBT neue Möglichkeiten und Kanäle, die wir allein nicht in dem Maße bespielen könnten“, urteilt Arne Lewandowski, der Vorsitzende des Vereins Schleswig-Holstein Binnenland Tourismus (SHBT).

„Wir sind überzeugt, durch die Kooperation gemeinsam schlagkräftiger zu werden und in den Köpfen unserer Gäste ein gemeinsames Bild dieser lebendigen Region zu erzeugen“, sagt Caroline Backmann, Zweckverband Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz (TZHS).

Die Eckdaten der Marketingkooperation:

- Die neue Binnenland-Kooperation ist zunächst auf 2,5 Jahre angelegt, das heißt vom 1. Juni 2020 bis 31. Dezember 2022.
- Für das gemeinsame Marketingbudget geben alle Partner einen Anteil. Zurzeit beträgt der Etat für das erste Jahr 120.000 Euro. (je Binnenlandpartner 10.000 Euro, 60.000 Euro TA.SH und geplante Förderung durch das Land 30.000 Euro).
- Personell ist die Kooperation mit einer halben Stelle durch entsprechendes TA.SH-Budget ausgestattet. Die Aufgabe nimmt die Marketingfachfrau Lisa Hinzmann wahr. Die 32-Jährige ist bei der TA.SH angestellt und koordiniert sämtliche Marketingprojekte der Kooperation. Dazu steht der Binnenlandmanagerin die gesamte TA.SH-Team-Kompetenz zur Seite.
- Ziel: Es geht primär darum, im Inland die Zielgruppen der Natururlauber, Entschleuniger und Neugierige zu erreichen. Sie sollen zum Übernachten in den vielfältigen Regionen des Binnenlandes animiert werden, am besten auch in der Nebensaison.

Das sind die nächsten Schritte:

Dringend wird für die gemeinsame Arbeit eine kommunikative Klammer benötigt, unter der alle Partner kommunizieren können. Dabei sollen die eigenen Markenauftritte bestehen bleiben. Weiterhin steht die Produktion von zielgruppengenaue und themenspezifischen Inhalten auf der Agenda wie Fotos, Bewegtbild und Texte. Über eine integrierte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie gezielte Marketingkampagnen soll das Binnenland zukünftig bekannter werden und ein schärferes, attraktives Profil in der Öffentlichkeit gewinnen.



BU: Vier Partner mit einem gemeinsamen Ziel: Das Binnenland zu stärken! Vertreter*innen von Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein, Zweckverband Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz, Herzogtum Lauenburg Marketing und Service GmbH sowie Schleswig-Holstein Binnenland Tourismus e.V. freuen sich über die Unterzeichnung des Kooperationsvertrages.

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 rund 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie setzt die Tourismusstrategie 2025 im In- und Ausland um und wird vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus gefördert.