

PRESSE-INFORMATION
29.01.2021

Städtetourismus in Schleswig-Holstein gestärkt Erstmals gemeinsame Werbung von Landes- und Städtemarketingorganisation: Neues „StadtLiebe“-Magazin

Kiel. Kräfte bündeln, Wirkung erhöhen, mehr Gäste in die Städte Schleswig-Holsteins locken – das ist das Ziel der 2020 begonnenen Kooperation der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TA.SH) und der Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. (MakS). In der MakS sind aktuell 14 schleswig-holsteinische Städte organisiert: Ahrensburg, Bad Bramstedt, Eutin, Flensburg, Friedrichstadt, Glückstadt, Husum, Kiel, Lübeck, Mölln, Neumünster, Norderstedt, Plön und Rendsburg. Pünktlich zum Start ins Jahr 2021 erscheint das „StadtLiebe“-Magazin in neuem Design und mit spannenden Geschichten.

Relaunch des Magazins „StadtLiebe“

Das Magazin „StadtLiebe“ ist die wichtigste Werbebroschüre des Städteverbundes MakS. Der Relaunch dieses 2013 erstmals erschienenen Magazins ist ein wesentlicher Meilenstein der Kooperation.

„Es ist uns gelungen, das neue, einhundert Seiten starke Printprodukt zusammen mit den 14 Beteiligten in nur wenigen Monaten erfolgreich zu realisieren“, freut sich Claudia Mank, TA.SH-Marketingleiterin. Im komplett neuen Design, mit frischen Fotos, ansprechenden Geschichten und vielen Geheimtipps über die 14 Städte berichten die Autoren, was es dort zu sehen und zu erleben gibt. Einen Themenschwerpunkt setzt das Redaktionsteam auf das Thema Manufakturen. Das Magazin erscheint in einer Auflage von 20.000 Exemplaren und liegt ab Februar 2021 in den Tourist-Informationen der beteiligten Städte aus. Es kann kostenlos über die Website www.stadtliebe.staedte.sh ein Exemplar bestellt oder als Download bezogen werden. Um weitere Interessierte zu erreichen, wird es darüber hinaus über den Vertriebskanal Press & Books in Buchhandlungen in norddeutschen Bahnhöfen in Hamburg-Altona, Bremen, Lüneburg, Uelzen und Schwerin zur kostenlosen Mitnahme ausgelegt.

Produktion von Bewegtbild und Fotomaterial

Grundlage für die Produktion des neuen StadtLiebe-Magazins war unter anderem die Produktion von neuem Bild- und Filmmaterial aus den Mitgliederstädten. In 14 Shootings, eine in jeder Destination, sind 2020 viele neue Motive und Filmsequenzen entstanden, die für das Magazin wie auch für spätere Kampagnen zur Verfügung stehen.

Pressekontakt:

Kooperationsvertrag als Grundlage der Zusammenarbeit

Im Dezember 2019 unterzeichneten Dr. Bettina Bunge, Geschäftsführerin der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TA.SH), und Uwe Wanger, Vorsitzender Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. e.V. (MakS), einen auf drei Jahre angelegten Kooperationsvertrag. Vertragsbeginn war der 1. Januar 2020. Im Rahmen dieser Kooperation wird das Stadtmarketing für die zurzeit 14 Mitgliederstädte der MakS in enger Abstimmung mit dem Landesmarketing der TA.SH gebündelt. Die Städtemanagerin Lisa Hinzmann kümmert sich um die Steuerung der gemeinsamen Marketingprojekte. Der Vertrag sieht vor, dass beide Organisationen drei Jahre lang pro Jahr jeweils 100.000 Euro zusammen investieren, um gezielte Marketingmaßnahmen für die Mitgliedsstädte des Vereins zu entwickeln und umzusetzen.

„Die Kooperation ist gerade in diesen für die Städte so herausfordernden Zeiten sinnvoll und erfolgsversprechend. Personelle und finanzielle Ressourcen werden gebündelt, Marketingkampagnen werden gemeinsam umgesetzt. So können wir die Gäste noch besser ansprechen und für die einzigartigen Städte in Schleswig-Holstein begeistern“, sagt TA.SH-Geschäftsführerin Dr. Bettina Bunge.

Auch Uwe Wanger freut sich über die Kooperation: „Wir sind sehr glücklich über diesen Schritt und setzen großes Vertrauen in die enge Zusammenarbeit mit Bettina Bunge und der TA.SH. Die Gestaltung des Städtemarketings Schleswig-Holsteins bekommt durch diese Kooperation neue Schlagkraft. Die Städtemanagerin wird das operative Marketing in den Räumlichkeiten und mit den Kolleginnen und Kollegen der TA.SH effizienter und umfassender steuern können, als dies bisher möglich war, während der Verein weiterhin bestehen bleibt und mitgestaltet. Wir freuen uns über den historischen Meilenstein für das gemeinsame Marketing von TA.SH und MakS,“ so Wanger.

Städtemanagerin eingestellt, Marketingplan verabschiedet

Die erste gemeinsame Aktion der beiden Vertragspartner im Jahr 2020 war die Besetzung der halben Stelle der Städtemanagerin. Seit dem 15. Februar 2020 ist die Marketingfachfrau Lisa Hinzmann (33) die offizielle Städtemanagerin für den Schleswig-Holstein-Tourismus. Ihre Aufgabe ist es, alle gemeinsamen Projekte zu planen und in der Umsetzung zu steuern. Sie hat ihren Arbeitsplatz in den Räumen der TA.SH und kann so auf kurzem Weg das Expertenwissen des TA.SH-Team, vom Themenmanagement über PR bis zu Digitalem Marketing, nutzen. In den ersten Monaten der Kooperation wurden zentrale Grundlagen der gemeinsamen Marketingarbeit gelegt, die von der Recherche vermarktbarer Inhalte über die Produktion neuer Werbematerialien bis zur Planung zukünftiger Kampagnen reichen. Mit dem Stadtliebe- Magazin liegt nun das erste fertige Print-Produkt vor.

Pressekontakt:

Die nächsten Marketingaktivitäten: Städtekampagne mit Flair der Manufakturen

Als nächstes wird eine neue Werbekampagne die einzigartigen, besonderen Manufakturen, die in den 14 Mitgliedsstädten beheimatet sind, in den Vordergrund stellen. Die jeweiligen Unternehmerinnen und Unternehmer berichten über ihre Liebe zu ihrer Stadt und stellen ihr Handwerk vor. Es wird 14 Motive geben, welche die jeweilige Stadt mit ihrer besonderen Manufaktur präsentieren und vor allem für Online-Kampagnen zunächst im Inland eingesetzt werden. Für die kommenden zwei Jahre planen die Kooperationspartner weitere Kampagnen im In- und nahegelegenen Ausland.

Weitere Infos unter: www.stadtliebe.staedte.sh



©borowiakziehe KG

BU:

Das neue, einhundert Seite starke Magazin Stadtliebe erzählt Geschichten aus schleswig-holsteinischen Städten und Manufakturen, bietet Anregungen und gibt Tipps. Damit richtet es sich gleichermaßen an Touristen und Einheimische.

Die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TA.SH) ist die offizielle touristische Landesmarketingorganisation in Schleswig-Holstein und organisiert die überregionale Vermarktung des Reise- und Tagungslandes Schleswig-Holsteins. Die TA.SH ist ein 100%iges Tochterunternehmen des Landes mit Sitz in Kiel und beschäftigt 23 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie setzt die Tourismusstrategie 2025 des Landes Schleswig-Holstein im In- und Ausland um. Sie wird vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus gefördert.

Seite 3 von 3

Pressekontakt:

Manuela Schütze, Pressesprecherin, Tel.: 0431 600 58 70, E-Mail: schuetze@sht.de, presse@sht.de;
Pressestelle: Julia Rojahn, Tel.: 0431 60058-71, rojahn@sht.de, Meike von der Goltz, Tel.: 0431 60058-74
Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH, Wall 55, 24103 Kiel www.sh-business.de; www.twitter.com/Landesmarketing