



Verband Berlin-Brandenburgischer
Wohnungsunternehmen e.V.

Lübbenauer Stadtmarketing-AG erhält wissenschaftlichen Input

12.06.2019

Fachinformation

„Konzentrieren Sie sich auf Ihr Produkt!“, so heißt die Empfehlung von Tourismus-Studenten an die Stadtmarketing-Runde „Wir für Lübbenau“. Letztere wurden gebeten, herauszufinden, wie man mit Hilfe der digitalen Medien Neugier auf die Spreewaldstadt erzeugen und die Vorfreude auf einen Besuch wecken kann. Unter der Projektleitung von Prof. Felix Herle von der Hochschule Bremen wurde das Thema „Digitalstrategie zur Steigerung der Vorfreude und Neugier vor der Reise nach Lübbenau/Spreewald“ bearbeitet. Bei einer dreitägigen Vorort-Analyse haben die angehenden Akademiker selbst die Region wahrgenommen, die Ergebnisse wurden im Juni 2019 den Mitgliedern der Marketinginitiative, darunter auch die WIS Wohnungsbaugesellschaft im Spreewald, präsentiert.

Die weitläufige Naturlandschaft mit ihrer Stille, die scheinbar endlosen Fließe sowie die Sagen und Mythen steigern bei Besuchern die Vorfreude auf die Region – insbesondere, wenn diese das erste Mal im Spreewald zu Gast sind. Das haben die 100 Gästebefragungen bestätigt, die die Studenten-Gruppe im April durchgeführt hat. Hinzu kamen Interviews mit verschiedenen Leistungsträgern und Experten sowie die Auswertung wissenschaftlicher Studien. Ihre Ergebnisse haben die Hochschüler in einer Abschlusspräsentation dargestellt.

Deutlich wurde, dass sich die Gäste für eine Reise nach Lübbenau/Spreewald überwiegend über die touristische Webseite der Stadt informieren. Sie wird damit zum wichtigsten Medium für den Lübbenauer Tourismus. Zunächst lassen sich die Interessenten gern inspirieren, wie die Studenten herausfanden. Große Bilder zur Spreewälder Kultur, zu Natur und Kulinarik machen Lust auf einen Besuch und sollen zukünftig noch stärker für die Werbung genutzt werden. In der Stadtmarketing-Runde könne man sich auch vorstellen, sich mehrmals jährlich über Neuerungen in der digitalen Welt beraten zu lassen. „Der Online-Markt ist so schnelllebig, wir müssen immer am Ball bleiben, um bei den Nutzern weiter interessant zu sein“, ist sich Steven Schwerdtner, Marketingleiter der Spreewelten sicher.

Die Mitglieder der Marketinginitiative wissen, dass ein Ort am besten gemeinschaftlich auf sich aufmerksam machen und gegen die Konkurrenz abheben kann. Gerade die kleinen Anbieter könnten durch die Ideen und das Umsetzen von Innovationen der Großen mitgenommen werden. „In der Touristinformation machen wir viel mehr, als die Häuser mit Übernachtungsgästen zu füllen. Wir bündeln und präsentieren die Angebotsvielfalt, schaffen Veranstaltungen und werben überregional für Lübbenau/Spreewald“, verrät Daniel Schmidgunst von der Spreewald-Touristinformation Lübbenau. „Das ist oft nicht sicht-, nicht greifbar. Aber ohne diese Bemühungen gäbe es keine so starke Nachfrage“, unterstreicht der stellvertretende Geschäftsführer. Diesen Gemeinschaftsgedanken wolle die Marketinginitiative in Lübbenau weiter verbreiten. „Mit den Anbietern müsse man Vorteile herausarbeiten, Standards festlegen, diese umsetzen und weiterentwickeln. Andere werden von alleine nachziehen, wenn es läuft“, ist auch Bürgermeister Helmut Wenzel überzeugt.

Bildinfo1: Ergebnis-Präsentation des Studienauftrages, Bildrechte: Wir für Lübbenau



<https://bbu.de/beitraege/luebbenauer-stadtmarketing-ag-erhaelt-wissenschaftlichen-input>