

Presseinformation

Bausteine sortieren und bewerten

AG Stadtmarketing evaluiert Ergebnisse aus Zukunftsszenario

Mögliche Weg bereitende Entwicklungsschritte für die kommenden Jahre schauten sich die Mitglieder der Stadtmarketingrunde „Wir für Lübbenau“ bei ihrer jüngsten Sitzung genauer an.

Zuvor hatten sie sich beim letzten Mal mittels Zukunftsszenario gedanklich in das Jahr 2026 begeben und die Fortentwicklung Lübbenaus bis dahin Revue passieren lassen.

Diese Vorgehensweise stellte die nötigen Bausteine heraus, um in fünf Jahren die gewünschten Ergebnisse zu erreichen.

In 2026, so waren sich die Stadtmarketing-Teilnehmer beim letzten Mal sicher, verblasse die imaginäre Grenze zwischen Alt- und Neustadt. Die touristischen Leistungsträger gehen mit der Zeit und stellen ihren Gästen ganz selbstverständlich Online-Reservierungssysteme für ihre Leistungen zur Verfügung. Dadurch entzerrt sich das Gästeaufkommen in besucherstarken Zeiten und entspannt Besucher und Einheimische gleichermaßen. Letztere empfangen die Touristen freundlich und sie wissen um den Wert des Tourismus für die Stadt. 2026 gibt es neue Angebote, auch für ein jüngeres Publikum. Alle Leistungen werden automatisch den Lübbenauer Vierteln zugeordnet. Die Einwohner ihrerseits identifizieren sich noch stärker mit ihrer Stadt.

Damit diese Annahmen eintreffen, sind zielgerichtete Teilschritte nötig. Dazu könnten unter anderem zählen: Die Erschließung neuer Zielgruppen – mit zeitgemäßen (kulinarischen) Angeboten für junge Leute beispielsweise. Es hat sich bereits gezeigt, dass sich auch das junge Publikum für erholsame Tagestouren im Spreewald interessiert. Wenn sich die Heranwachsenden in Lübbenau wohl fühlen, werden sie mit hoher Wahrscheinlichkeit auch später mit ihrer eigenen Familie hier zu Gast sein.

Die permanente Erweiterung der Online-Buchbarkeit und die durchgängige digitale Begleitung des Gastes während des Reiseverlaufs sind nicht nur für die jüngere Generation entscheidend. Besucher allen Alters informieren sich auf schnellstem Weg über ihr Smartphone oder Tablet. Dies setzt eine lückenlose Netzverfügbarkeit im Spreewald voraus, die ebenfalls vorangetrieben werden sollte.

Das Thema Nachhaltigkeit ist für viele Reisende ein Entscheidungskriterium und sollte darum weiter ausgebaut werden – beispielsweise über die Bewerbung der Anreise mit der Bahn und eine leichte Erreichbarkeit der Angebote vor Ort ohne Pkw. Natürlich zählen auch regionale Produkte dazu.

Die Lübbenauer Viertel sollten bei der Bewerbung einzelner Angebote konsequent kommuniziert werden. Dies erhöht die Bekanntheit der Viertel bei den Gästen und weckt deren Interesse, die Vielfalt der Stadt zu entdecken. Zudem stärkt es die Identifikation der Einheimischen mit ihrer Stadt. Eine zentrale Internet-Plattform mit weiterführenden Informationen über die einzelnen Viertel und deren Angebote wäre dafür wichtig.

Neben der Besucherlenkung mittels Online-Reservierungssysteme könnte die Lübbenau App erweitert werden, inklusive Audiotouren durch den Spreewald und mehr Interaktivität für die Nutzer. Diskutiert wurde zwischen den Teilnehmern der Runde auch ein Paddelboot-Drive-In.

„Wir haben hier einen großen Blumenstrauß an Entwicklungsmöglichkeiten zusammengetragen“, fasst der Gruppenmoderator Professor Dr. Felix Herle von der Hochschule Bremen zusammen. Damit seien Grundlagen geschaffen, um anschließend in konkreten Handlungsfeldern weiterzuarbeiten. Maßgeblich geschieht dies vor dem Hintergrund der Erstellung einer neuen Entwicklungskonzeption der Stadt Lübbenau/Spreewald. Sie ist Voraussetzung, um den Status „Erholungsort“ weiterzuführen. Aus der Vielzahl der Entwicklungsschritte werde sich die AG Stadtmarketing den wichtigsten annehmen.

Bildinfos: Icon LübbenauApp

Bildrechte: Wir für Lübbenau

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Spreewald-Touristinformation Lübbenau e.V.

Daniel Schmidgunst (stellv. Geschäftsführer)

Ehm-Welk-Straße 15

03222 Lübbenau/Spreewald

Telefon: 03542 887040

E-Mail: schmidgunst@luebbenau-spreewald.com