



PRESSEINFORMATION

St. Peter-Ording
Nordseeheil- und Schwefelbad

14.12.2020

Deutscher Tourismuspreis: St. Peter-Ording und die Lübecker Bucht gewinnen gemeinsam den 2. Platz

Die Tourismus-Zentrale St. Peter-Ording und die Tourismus-Agentur Lübecker Bucht haben mit ihrem Gemeinschafts-Projekt „Innovative digitale Lösungen zur Messung von Auslastungen und zur Besucherlenkung“ den 2. Platz beim Deutschen Tourismuspreis 2020 und den Publikumspreis gewonnen.

Am 14. Dezember sind die Gewinner durch den Deutschen Tourismusverband (DTV) in einer virtuellen Veranstaltung ausgezeichnet worden. „Die Freude über den 2. Preis ist bei uns riesengroß“ so Nils Stauch, Teamleiter Marketing der Tourismus-Zentrale St. Peter-Ording. „Das ist das erste Mal, dass wir einen Preis im Deutschlandtourismus gewinnen konnten“, ergänzt Bürgermeister Rainer Balsmeier stolz. Auch die ehemalige Tourismus-Direktorin Constanze Höfinghoff, die das Projekt maßgeblich mit angestoßen und vorangetrieben hat, war bei der virtuellen Preisübergabe vom Allgäu aus live am Bildschirm mit dabei und sendet ihre Glückwünsche nach Schleswig-Holstein.

Der 1. Preis des Deutschen Tourismuspreises 2020 geht an die Hockeypark Betriebs GmbH mit dem Projekt „STRANDKORB Open Air 2020“. Die IUBH Internationale Hochschule konnte sich mit dem Projekt „#Umdenken im Tourismus - Chancen in der Krise“ über den dritten Preis der Jury freuen.

St. Peter-Ording und die Lübecker Bucht dürfen sich neben dem 2. Platz außerdem über den Publikumspreis 2020 freuen. Mit 5.002 Stimmen, der insgesamt über 10.000 abgegebenen Stimmen für den Publikumspreis, belegte das Pilot-Projekt, welches vom Land Schleswig-Holstein gefördert wird, im Online-Voting klar den 1. Platz. „Wir bedanken uns an dieser Stelle bei allen, die uns unterstützt und für uns gestimmt haben“, sagt Nils Stauch.

In dem Projekt von der Tourismus-Zentrale St. Peter-Ording und der Tourismus-Agentur Lübecker Bucht geht es im Wesentlichen darum, an stark besuchten Orten das Besucheraufkommen in Echtzeit digital zu messen und die erfassten Auslastungen an die Besucher per Ampelsystem über eine WebApp zu kommunizieren. So kann jeder selbst entscheiden, wann man zu welcher Zeit bestimmte Orte aufsuchen möchte.

Sowohl an Nordsee und an Ostsee waren die Probleme im Sommer sehr ähnlich. So kam es zeitweise an einigen Plätzen zu starkem Besucheraufkommen, was es schwer gemacht hat, die Corona-Abstandsregeln immer einhalten zu können. „Bei uns in St. Peter-Ording stellte der Strand nicht das große Problem dar, die Sandbank bietet genug Fläche um sich gegenseitig aus dem Weg zu gehen. Bei uns sind eher die Zuwegungen das Problem, hier bündelte es sich manchmal zu bestimmten Zeiten“ erklärt Nils Stauch.

An der Ostsee sieht es dagegen etwas anders aus. „Die Lübecker Bucht ist als Urlaubs- und Ausflugsziel beliebt. Sie ist gut erreichbar und viele mögen unseren Ostsee-Lifestyle. An einigen Stränden herrscht deswegen im Sommer eine starke Auslastung; aber nicht an allen. Woanders ist oft noch reichlich Platz am Strand, wenn die Hotspots schon sehr gut besucht sind.“, so Paul Stellmacher, stellvertretender Vorstand und Fachbereichsleiter Online-Marketing der Tourismus-Agentur Lübecker Bucht. Eine schnelle Lösung



PRESSEINFORMATION

musste gefunden werden. Mit Hilfe der Technologiepartner Lufthansa Industry Solutions AS GmbH mit Sitz in Norderstedt konnte dieses technisch sehr anspruchsvolle Projekt in kurzer Zeit umgesetzt werden. In St. Peter-Ording haben dazu neben laserbasierter Sensorik auch noch die neusta destination solutions GmbH sowie der hubermedia GmbH mit einer WLAN-basierten Besucherzählung das Projekt maßgeblich ergänzt, um möglichst viele relevante Orte mit der jeweils passenden Messtechnik ausstatten zu können. Und auch der Datenschutz hat während des gesamten Projektes eine wesentliche Rolle bei allen Beteiligten eingenommen.

André Rosinski, Vorstand der Tourismus-Agentur Lübecker Bucht, freut sich besonders, dass das Projekt nach Sicherstellung der Finanzierung und Unterstützung durch das Land Schleswig-Holstein im Sommer 2020 kurzfristig realisiert werden konnte. „Das Interesse von anderen Orten und Regionen ist immens, wir berichten gerne von unseren Erfahrungen“ so André Rosinski weiter.

Die SPO WebApp ist unter www.meinspo.info zu finden. Der Strandticker der Lübecker Bucht ist unter www.strandticker.de aufrufbar.

„Das System wird in den nächsten Monaten noch weiter ausgebaut, so soll zukünftig eine Prognose basierend auf künstlicher Intelligenz, Erfahrungswerten und weiteren relevanten Einflussfaktoren erstellt werden, so dass man nicht nur die aktuelle Auslastung einsehen kann, sondern auch abschätzen kann, wie es sich in den nächsten Stunden oder Tagen verhält“ sagt Projektleiter Nils Stauch von der Tourismus-Zentrale St. Peter-Ording. „Auch das Thema OpenData sei allen Beteiligten von Beginn an sehr wichtig gewesen, die Schnittstellen werden wir nun gemeinsam weiter ausbauen und die Daten auch der Wissenschaft zur Verfügung stellen“ ergänzt Paul Stellmacher von der Tourismus-Agentur Lübecker Bucht.

Fünf von 158 Bewerbungen haben es ins Finale des Deutschen Tourismuspreises 2020 geschafft. Nach Angaben des DTV gab es in diesem Jahr so viele Bewerbungen wie nie zuvor. Eine Jury aus 22 Tourismusexperten und Medienvertretern wählte die Nominierten nach den Kriterien Innovationsgrad, Qualität & Kundenorientierung, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit aus.

Mit dem Deutschen Tourismuspreis werden jährlich zukunftsweisende Produkte und Projekte im Deutschlandtourismus prämiert. Der Deutsche Tourismuspreis steht für Innovationskraft und Kreativität im Deutschlandtourismus – Qualitäten, die gerade zu Corona-Zeiten besonders gefragt sind. Deswegen hat der Deutsche Tourismusverband (DTV) sich im Jahr 2020 dazu entschieden, den Preis für dieses außergewöhnliche Jahr in veränderter Form zu vergeben. Diese Auszeichnung für innovative Lösungsansätze soll jene Ideen und Projekte auf die Bühne holen, die mehr denn je Außerordentliches beim Neustart des Deutschlandtourismus geleistet haben. Gesucht wurden konkrete Lösungen zur Sicherung des eigenen Betriebs, zur Unterstützung anderer oder zur Neujustierung des eigenen Geschäftsmodells.

Alle Informationen zum Deutschen Tourismuspreis können unter www.deutschertourismuspreis.de abgerufen werden.

Wir bitten um Veröffentlichung.