

## Leevke und Ole sind startklar für die Travemünder Woche

**Neues Keyvisual auf Priwallfähre und LVG Linienbus macht Lust auf die Veranstaltung, 21.-30.07.2023**

+++ Travemünde. Welt ahoi und die Vorfreude wächst! Nur noch vier Wochen und die 134. Travemünder Woche startet vom 21. bis 30. Juli 2023 gestärkt durch eine Rundum-Frischzellenkur voll durch. Zu den Frischzellen gehört auch ganz im Sinne des Touristischen Entwicklungskonzeptes für Lübeck und Travemünde 2030 (TEK) die Neuausrichtung der Kommunikation, die die Lübeck und Travemünde Marketing GmbH (LTM) übernommen hat, um künftig die beiden Marken Travemünde und Travemünder Woche aufeinander abzustimmen und gegenseitig zu stärken. Als sichtbare Vorboten der Travemünder Woche sind aktuell die Priwall-Fußgängerfähre auf der Travemündung und ein LVG-Bus auf der Strecke zwischen Lübeck und Travemünde im neu entwickelten Design unterwegs. Während der LVG-Bus ab sofort auf den Straßen zu sehen ist, macht sich die Fußgängerfähre noch ein paar Tage fit für ihren Einsatz. Beide Transportmittel machen mit „Leevke“ und „Ole“ vor Ort Vorfreude auf das Segelevent, bei dem zehn Tage lang Regattasegeln mit Weltklasse-Niveau auf ein maritimes Volksfest mit ganz viel Herz trifft.

„Mit der Neuausrichtung des Marketings ist es allen Beteiligten gelungen, die Segelveranstaltung gegenüber bestehenden und neuen Kooperationspartner:innen besser zu vermarkten und somit langfristig zu sichern“, erläutert Sportsenatorin Monika Frank. „Durch die dauerhafte Präsenz auf Bus und Fähre und die positive Ausstrahlung der beiden Protagonisten „Leevke“ und „Ole“ wird die Sichtbarkeit und Identifikation mit dieser wichtigen Veranstaltung in der Bevölkerung gestärkt.“

„Als Ausrichter der Travemünder Woche freuen wir uns über das neue Erscheinungsbild und das tolle Keyvisual“, erklärt Frank Schärffe, Geschäftsführer der Travemünder Woche gGmbH. „Unserem großen Wunsch, das neue Design vor Ort sichtbar zu machen und Austragungsort und Veranstaltung schrittweise miteinander zu verankern, sind wir durch das Branding der Priwallfähre und des LVG-Busses wieder einen Riesenschritt nähergekommen – dafür möchte ich mich sehr herzlich bei der LTM und dem Stadtverkehr bedanken.“ Andreas Ortz, Geschäftsführer der Stadtwerke Lübeck Mobil, ergänzt: „Wir freuen uns, mit „Leevke“ und „Ole“ auf die gute ÖPNV Anbindung der Travemünder Woche hinweisen zu können. Mit dem Deutschlandticket und dem Monatsticket und im Abo kann man nicht nur Bus und Bahn nach Travemünde nutzen, sondern als Fußgänger:in auch die Priwallfähren, ohne etwas zuzuzahlen.“

„Ich freue mich über die neuen Werbeflächen an der Fußgängerfähre, weil sie noch einmal den Promenadenrundlauf als Alleinstellungsmerkmal in Travemünde in Szene setzen. Man kann zwischen dem Priwall und der Travepromenade hin- und herpendeln und hat das Geschehen der Travemünder Woche immer im Blick“, erläutert LTM-Geschäftsführer Christian Martin Lukas. „Unser Gruß ‚Welt Ahoi‘, der auf allen Werbemitteln zur Travemünder Woche zu lesen ist, steht für die Weltoffenheit Travemündes, denn das Seebad wird auch in diesem Jahr wieder Gastgeber und internationaler Treffpunkt von rund 1.500 Segelsportler:innen aus aller Welt.“

Das neue Keyvisual zeigt „Leevke“ und „Ole“ als freundliche Travemünder:innen, die für eine perfekte Symbiose aus Segelbegeisterung und Gute-Laune-Landprogramm in Travemünde-Blautönen sorgen. Regatten sind Teil des unbeschwertem Erlebnisses, indem scheinbar die wogende Haarmähne der jungen Travemünderin „Leevke“ oder der wilde, wallende Bart des Travemünder Seebären „Ole“ zur Wettkampfarena kleiner gelber Segelschiffe wird. Das Keyvisual wird in sämtlichen Kommunikationsebenen des LTM-Marketingkonzeptes eingesetzt, z.B. als Plakatmotiv, für die Gestaltung der Webseite und Verwendung in den Social Media-Kanälen, als Bannerwerbung, Branding der Veranstaltungsflächen und für das Design wertiger, regional produzierter und nachhaltiger Merchandising-Produkte.+++

[www.travemuender-woche.com](http://www.travemuender-woche.com)