



Touristisches Leitbild

Tourismus ist ein wichtiges Thema für Neumünster.
Die Stadt **stärkt** und **fördert** den Tourismus
nachhaltig und **bekannt** sich klar zu dem **Thema**.

Neumünster will sich im Tourismus als viertgrößte Stadt
Schleswig-Holsteins **etablieren**. Im Binnenland Tourismus e.V. sowie
in der Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. ist
Neumünster ein **wahrnehmbarer** und **wichtiger Partner**. Auch in der
Metropolregion Hamburg **positioniert** sich Neumünster
klar im Tourismus und stellt seine **Potentiale** heraus.

Das **touristische Marketing** der Stadt wird **im Dialog** mit den
touristischen Einrichtungen, den Hotel- und Gastronomiebetrieben,
dem Designer Outlet Neumünster,
den Hallenbetrieben Neumünster GmbH und dem Citymanagement
Neumünster weiterentwickelt.

Das **Alleinstellungsmerkmal Designer Outlet Neumünster**
spielt auch im Bereich Tourismusmarketing eine wichtige Rolle,
besonders im Zusammenhang mit der **textilen Geschichte** Neumünsters.

Die drei **Zielgruppen** der Landesstrategie im Tourismus
(anspruchsvolle Genießer, junge Familien und Best Ager)
sind bei der Schaffung von qualitativ hochwertigen Angeboten zu
berücksichtigen, werden jedoch um die speziellen Zielgruppen und Themen
im **Städte-, Geschäftsreise-, Kultur- und Tagestourismus** ergänzt.

Die **Wertschöpfung** im Tourismus in Neumünster gilt es zu
stabilisieren und **möglichst zu erhöhen**.

Der **Tagestourismus** als
wichtigstes touristisches Standbein wird **weiter gefördert**.
Dazu sind die **tagestouristischen Potentiale** der Stadt
stärker herauszuarbeiten.

Die **touristischen Quellmärkte**
Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen, Dänemark sowie Schleswig-Holstein
selbst und die Metropolregion Hamburg stehen bei sämtlichen
touristischen Marketingaktivitäten im Vordergrund.

Das Thema **Barrierefreiheit** erhält auch im Themenfeld Tourismus
einen höheren Stellenwert und wird berücksichtigt.

Das **Image** der Stadt Neumünster als **lebendiges Oberzentrum im
Binnenland** mit hervorragenden Einkaufs-, Kultur- und
Erholungsmöglichkeiten wird verstärkt nach außen getragen und,
auch im Sinne des Tourismus,
nachhaltig **verbessert** und **verstärkt**, um den **Bekanntheitsgrad**
der Stadt zu steigern.