



# Landkreis Lüneburg

DER LANDRAT

Büro Landrat	Vorlagenart	Vorlagennummer
Verantwortlich: Masemann, Inga Datum: 13.09.2018	<b>Bericht</b>	<b>2018/274</b>
Öffentlichkeitsstatus: öffentlich		

## **Beratungsgegenstand:**

Basis Informationen Tourismus Lüneburger Heide GmbH

## **Produkt/e:**

575-000 Förderung des Fremdenverkehrs

## **Beratungsfolge**

Status	Datum	Gremium
--------	-------	---------

Ö	25.09.2018	Ausschuss für Wirtschaft, Touristik, Verkehrsplanung und ÖPNV
---	------------	---

## **Anlage/n:**

Basis Informationen Tourismus

## **Beschlussvorschlag:**

Berichtsvorlage: Keine Beschlussfassung erforderlich

## **Sachlage:**

Dieser Vorlage ist eine Präsentation der Lüneburger Heide GmbH beigefügt.  
Aus der Anlage sind die Aktivitäten und Entwicklungen der Lüneburger Heide GmbH in Sachen touristischer Vermarktung zu entnehmen.

Sie enthält darüber hinaus aktuelles Zahlenmaterial zur Entwicklung der Übernachtungszahlen, Tourismusintensität sowie zum Bekanntheitsgrad und Image der Lüneburger Heide.

Es werden die aktuellen Aktivitäten im Bereich Social Media und Produktschwerpunkte der Lüneburger Heide GmbH vorgestellt.



# **Basis Informationen Tourismus**

Alle Inhalte © Lüneburger Heide GmbH

A landscape photograph showing a large, leafy tree on the left side of a field. The sun is rising behind a line of trees in the distance, creating a bright, hazy glow and long shadows. The foreground is filled with dense, low-lying vegetation, possibly heather or wildflowers, in shades of purple and brown. The sky is a clear, pale blue.

# Basis Daten

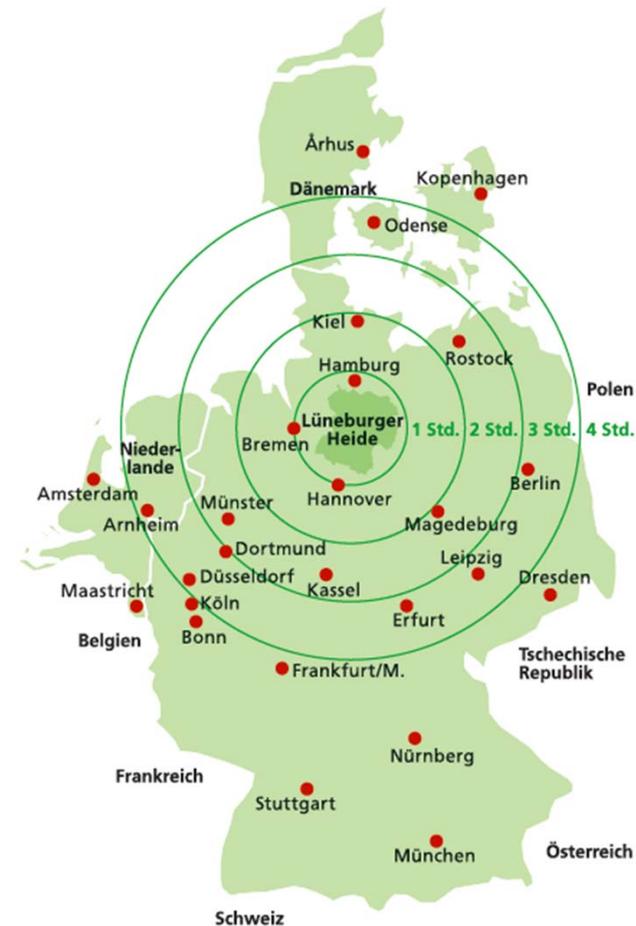
# Basis Daten: Lage



Die Lüneburger Heide liegt in Norddeutschland, zwischen den Metropolen Hamburg, Bremen und Hannover.

Die Lüneburger Heide ist eine Zweiturlaubsdestination, in der die Urlauber im Schnitt 4 Tage bleiben.

So erstreckt sich das Einzugsgebiet auf 4 Autostunden rund um die Lüneburger Heide.



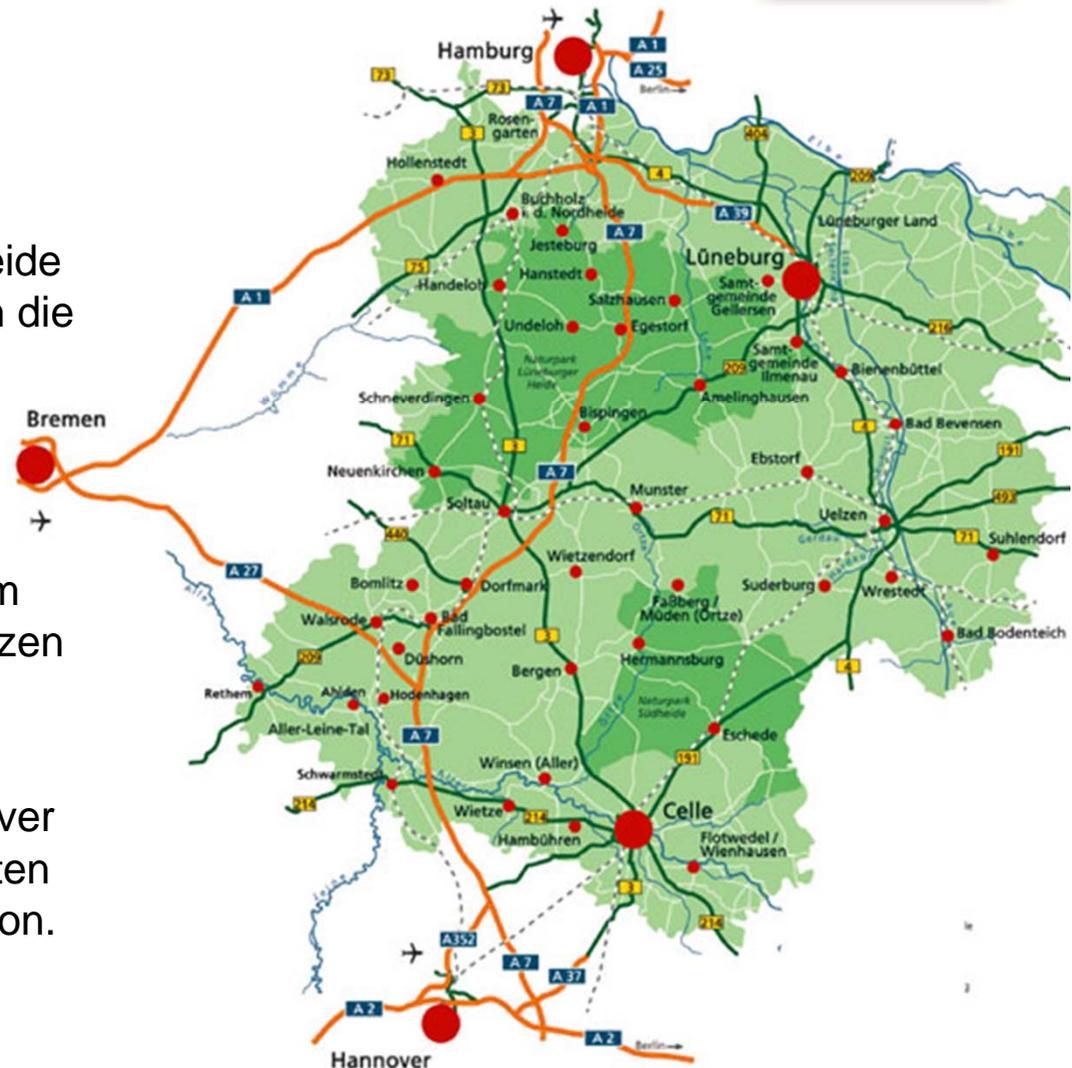
# Basis Daten: Lage



Verkehrsseitig ist die Lüneburger Heide erschlossen durch die A 7, die durch die Heide führt und eine schnelle und einfache Anreise der Gäste ermöglicht.

Die A 1 und A 39 (ehemals A 250) im Norden und die A 2 im Süden ergänzen das ideale Autobahn-Netz.

Von den DB-Verkehrsknoten Hannover und Hamburg führen auf beiden Seiten der Heide Bahnlinien durch die Region.



# Touristische Vermarktung

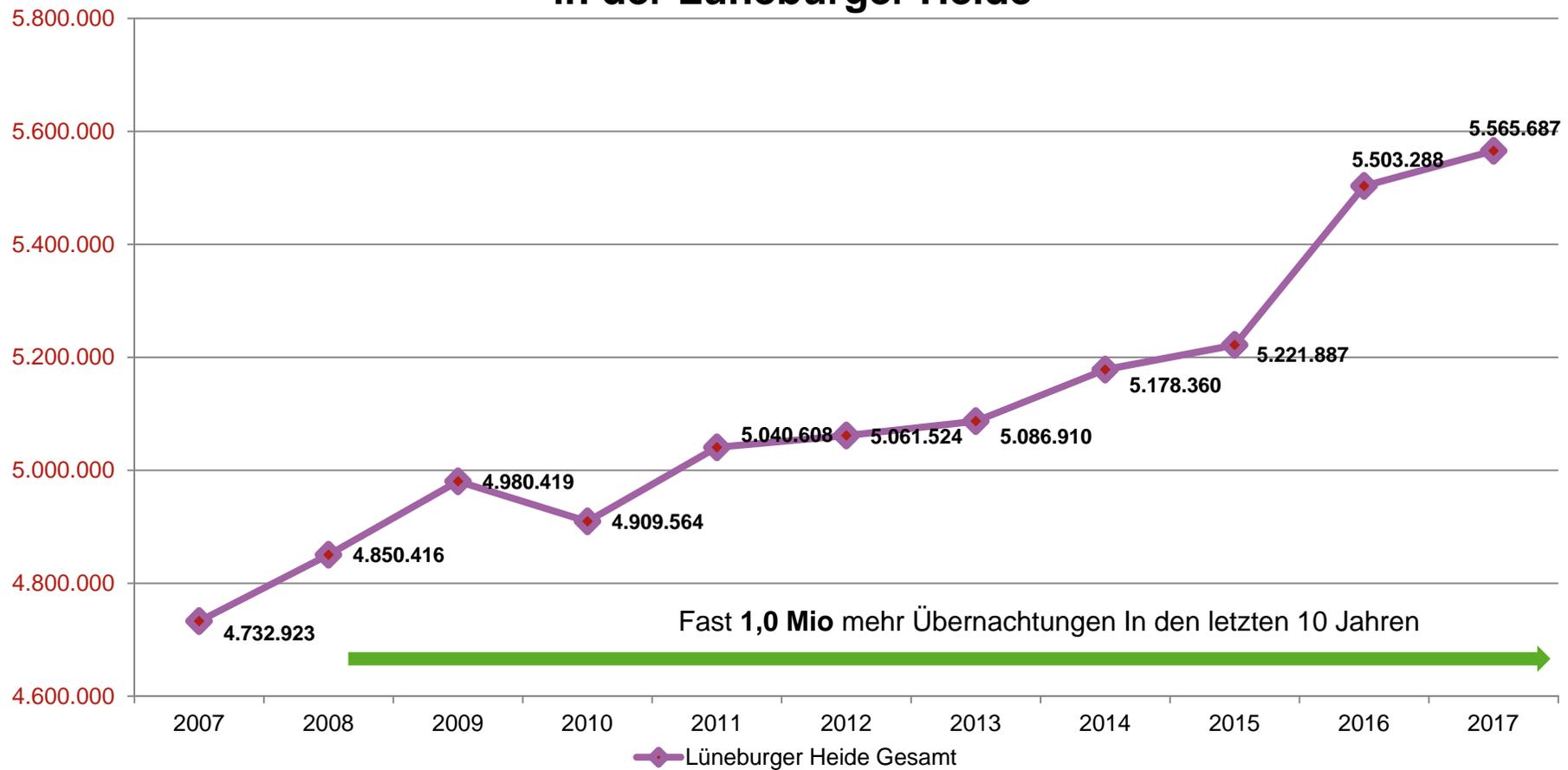


- In 2007 wurde durch das Land Niedersachsen ein „Masterplan“ für die touristische Zukunft der Lüneburger Heide beim Europäischen Tourismus Institut in Auftrag gegeben
- Aufgrund des Masterplans wurde 2008 eine Destinationsagentur (Lüneburger Heide GmbH) gegründet, die den Masterplan in die Realität umsetzt.
- Komplettes verändertes Marketing, neue Zielgruppenanalysen und ein Neuaufbau des Produktes sorgen für ständig steigende Übernachtungszahlen.
- Alle 2-4 Jahre erfolgte eine bundesweite Studie über EMNID, um die Imagewerte und Bekanntheit der Lüneburger Heide zu messen (Nächste: 2018).
- Die Lüneburger Heide ist heute eine der innovativsten der touristischen Regionen in Norddeutschland mit überdurchschnittlichem Wachstum.

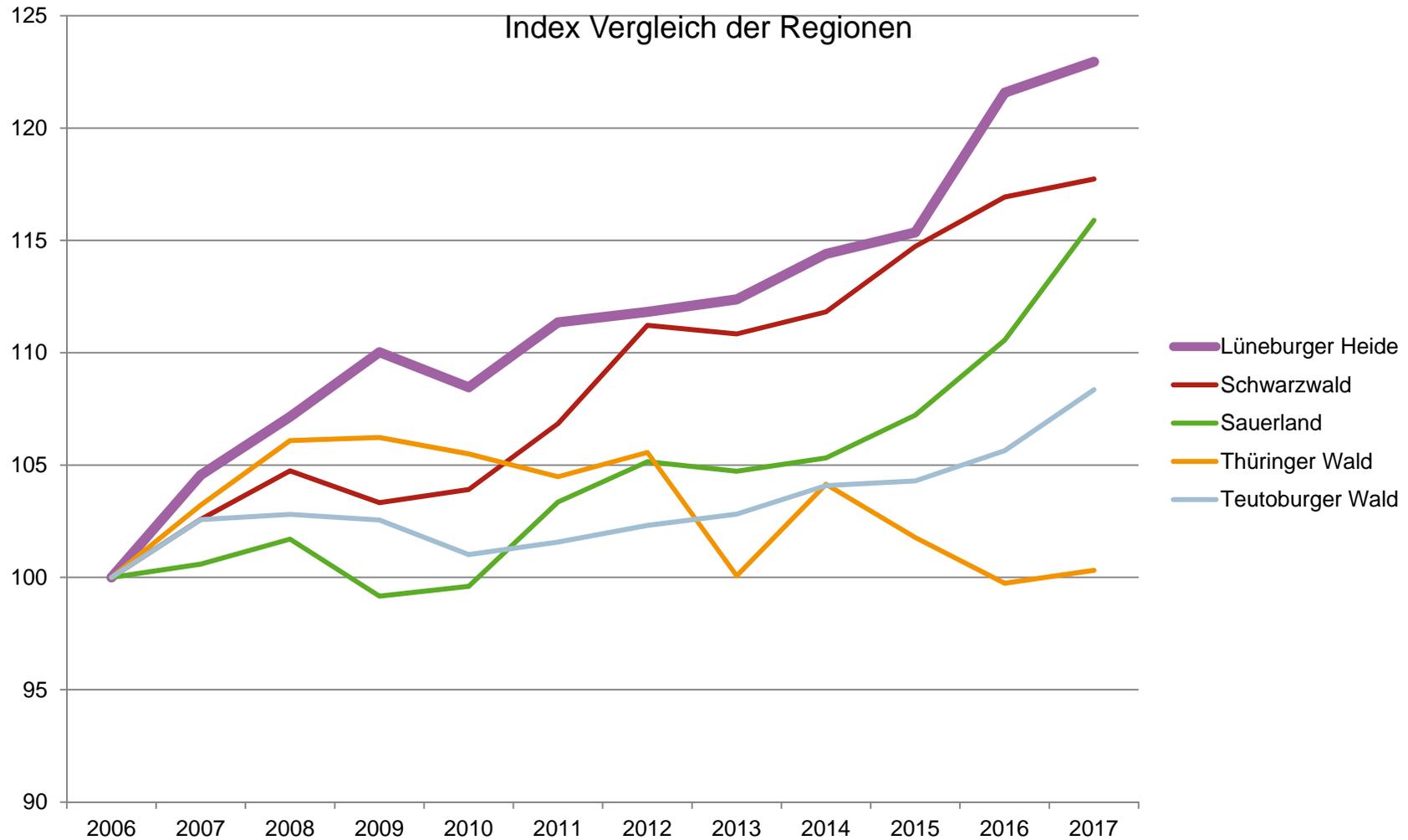
# Stetiges Wachstum im Tourismus trotz weniger Betten



## Entwicklung der Übernachtungen in der Lüneburger Heide



# 11-Jahres-Vergleich mit Mitbewerbern: Höchste Wachstumsdynamik in der Heide



# Aktuell: Heide holt 2018 erneut Marktanteile

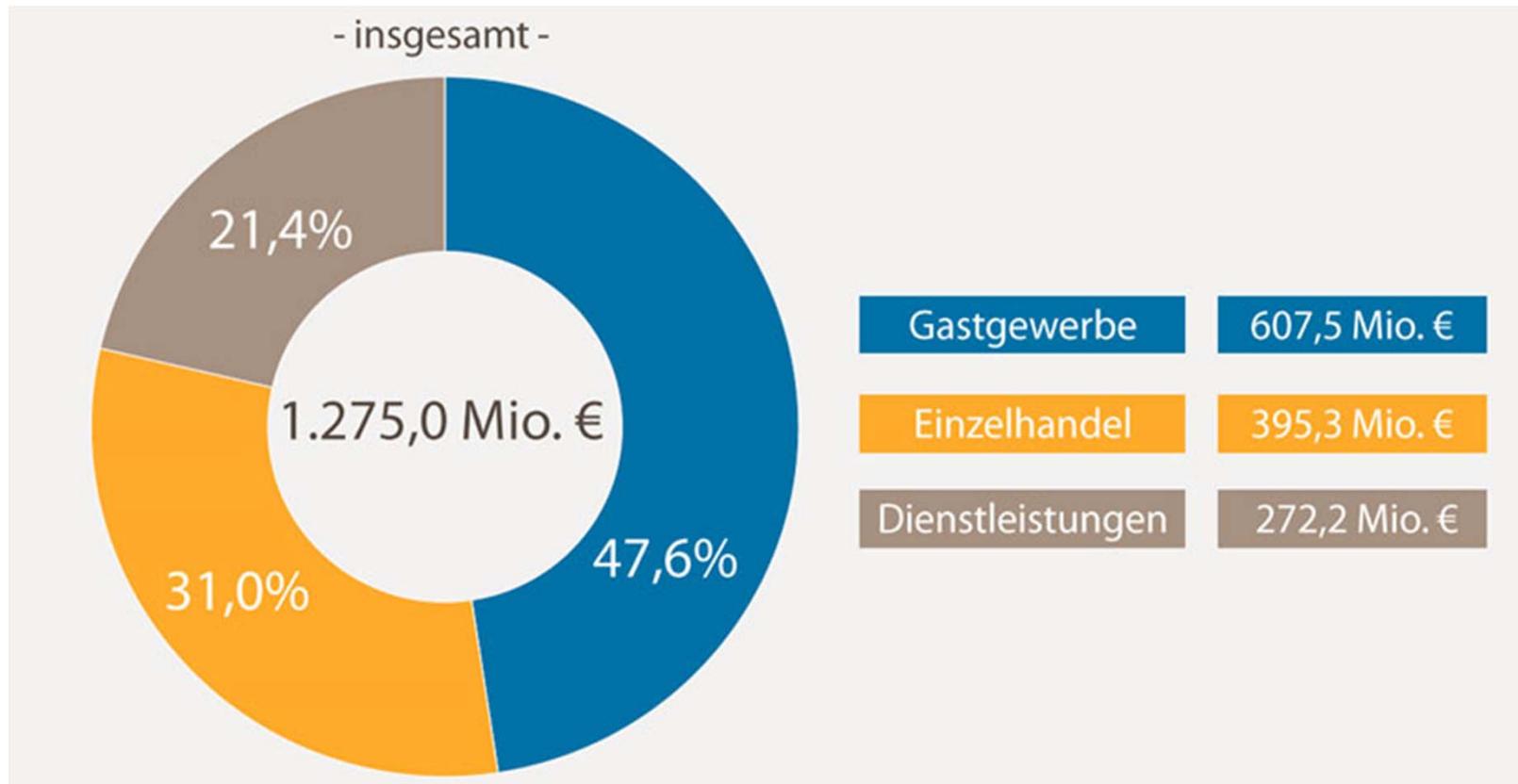


- Lüneburger Heide **+6,6 %**
- Niedersachsen **+3,6 %**
- Deutschland **+5,2 %**

Veränderung der Übernachtungen zum Vorjahr, Jan-Mai 2018

# Tourismus ist wichtig !

Profiteure des Tourismus in der Lüneburger Heide



Der Einzelhandel profitiert sehr stark vom Tourismus in der Region !

Fast 50% der Umsätze durch Touristen gehen in nichttouristische Bereiche

# Tourismusintensität



**Die Tourismusintensität ist eine Kennzahl für die relative Bedeutung des Tourismus in einem Gebiet.**

Sie wird berechnet mit der Anzahl der kommerziellen Übernachtungen (amtliche Statistik), bezogen auf 1.000 Einwohner. Mit dieser Kennziffer, die auch das Statistische Bundesamt verwendet, lässt sich ein Vergleich über alle Regionen des Tourismus herstellen.

Die Formel lautet:  $\text{Übernachtungen/Einwohner} \times 1000 = \text{Tourismusintensität}$

Lüneburger Heide	Einwohner	Übernachtungen	Tourismusintensität
2010	836.325	4.909.564	5870
2011	819.364	5.040.608	6151
2012	820.467	5.061.524	6169
2013	823.757	5.086.910	6175
2014	828.211	5.178.360	6252

# Tourismusintensität im Vergleich



Deutschland 2014	5.250
Niedersachsen 2014	5.198
Lüneburger Heide 2014	6.252



20% höhere Bedeutung des Tourismus in der Heide gegenüber dem Bundesgebiet

Tourismus ist wichtig für unsere Region !

# Tourismus stellt in der Lüneburger Heide fast 15 % aller Beschäftigten



## Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte am Arbeitsort in allen Branchen der Region

Landkreis Celle	52.113
Landkreis Harburg	51.398
Landkreis Lüneburg	50.177
Landkreis Heidekreis	42.722
Landkreis Uelzen	26.402
<b>Gesamt Lüneburger Heide</b>	<b>222.812</b>

Anteilig an allen 222.812 Beschäftigten erreicht der Tourismus mit 32.605 Beschäftigten einen Satz von 14,63 %

# Touristische Vermarktung



- 2016 erreichten die Übernachtungen in der Lüneburger Heide erstmals einen Gesamtwert **über 7,5 Millionen** inklusive der Ferienwohnungen und Campingplätze. (Statistisch erfasst werden nur 5,5 Mio Übernachtungen in Betrieben >10 Betten, 2 Mio. Übernachtungen kommen dazu in Kleinbetrieben)
- Die Lüneburger Heide ist eine der am schnellsten wachsenden Regionen Deutschlands
- Dazu besuchen ca. 30 Millionen Tagesbesucher jedes Jahr die Heide
- Der Durchschnittsaufenthalt der Gäste in der Heide liegt seit 10 Jahren konstant bei 4 Tagen / 3 Übernachtungen. Die Heide ist ein Zweitreiseziel.
- Das Einzugsgebiet liegt bei einer Autoanreisedauer von 4 Stunden rund um die Lüneburger Heide. Die Top 4 Quellmärkte sind Nordrhein-Westfalen, Berlin, Hamburg/Schleswig-Holstein und Hessen.

Alles dreht sich um die Website:  
6,5 Millionen Seitenabrufe in 2017



Unterkunft suchen: von 05.03.2017 bis 12.03.2017 [Q Los!](#) [Detailsuche](#)

**Natur**

Heideblüte, Naturpark, Ausflugsziele, Wanderwege, Radwege, Naturhotels, Sehenswürdigkeiten

**Erlebnis**

14 Freizeitparks der Lüneburger Heide: Heide Park Soltau, Serengeti Park, Vogelpark Walsrode, Wildpark uvm.

**Vital**

Wellness, Massagen, gesunde Natur, Kür, Aktiv Urlaub, Ernährung, Wellness Hotels, Wellness Angebote

**Stadt**

Lüneburg, Celle, Sehenswürdigkeiten, Weihnachtsmärkte, Shopping, Kulinarisches, Hotels

**Lüneburger Heide**

- [Region](#)
- [Hotels](#)
- [Urlaub auf dem Bauernhof](#)
- [Veranstaltungen](#)
- [Ferienwohnungen](#)
- [Urlaub mit Hund](#)
- [Ausflugsziele](#)
- [Ferienhäuser](#)
- [Kataloge bestellen](#)
- [Karte](#)
- [Pensionen](#)
- [Videos](#)
- [Last Minute](#)
- [Camping](#)
- [Kontakt](#)

**Natur**  
Einzigartige Landschaft

[→ Die grünen Seiten der Heide](#)

[feratel.lueburger-heide.de/hg/de/accommodation/search?customHeader=true](#)

[Tipp](#)

[Tipp](#)



# Vermarktung

16.08.2018

# Marketingstrategie nach Reisewelten



- Entstanden aus der Marktforschung
- Kommunikation mit Kunden verfeinern, Streuverluste vermeiden
- Mitteleinsatz gezielter möglich



# Produktschwerpunkte



Die Lüneburger Heide steht auf 4 großen Produktsäulen:

## 1. Naturerlebnis

Die Lüneburger Heide verfügt über die größten zusammenhängenden Heideflächen Europas. Über 23.000 Hektar des Naturschutzgebietes sind komplett autofrei, das ist einzigartig in Deutschland. Insbesondere die Produkte „Wandern“ und „Radfahren“ stehen für diese Region. 5 von 6 Zielgruppen reagieren auf die Produktsäule „Naturerlebnis“

## 1. Größte Freizeitregion Europas

Mit 14 Freizeitparks (Heide Park, Serengeti Park, Vogelpark, Barfußpark usw.) ist die Lüneburger Heide heute eine der größten Freizeitregionen Europas. Ein Designer Outlet ergänzt das Angebot. Diese Produktsäule zieht insbesondere Familien an. Diese Zielgruppe ist klar identifiziert und einfach anzusprechen.

# Produktschwerpunkte



Die Lüneburger Heide steht auf 4 großen Produktsäulen:

## **Vital**

Wellnessurlaub, Kur und Stressbewältigung sind große Säulen des Vitalbereichs. Aber auch „die Reise zum Ich“ nimmt stark zu mit Yoga und anderen Facetten. Im Vitalbereich spielt der gesunde Aspekt des Urlaub eine große Rolle. Der Gast für diese Produktwelt ist weltoffen und international erfahren.

## **Städte**

Mit den beiden besonderen Städten Lüneburg und Celle hat die Lüneburger Heide ein kulturell wertvolles Produkt zu bieten. Beide Altstädte sind gut erhalten und die Historie beider Städte spielt eine große Rolle. Der Produktbestandteil Städte dreht sich nur um Aufenthalt in den Städten, in der Regel als Kurzurlaub. Der Urlauber für die Städte ist kulturell interessiert und hochwertig.

# Produktschwerpunkte



In der Lüneburger Heide gibt es ca. 400 Hotels und Pensionen und ca. 1.000 Ferienwohnungen. Statistisch erfasst werden nur Betriebe mit mehr als 10 Betten. Der Bereich unter 10 Betten wird durch Studien auf 39% geschätzt.

2 Naturparke (Naturpark Lüneburger Heide, Naturpark Südheide) sind geschaffen worden für den Erhalt der Natur. Das Naturschutzgebiet Lüneburger Heide war eines der ersten und ist bis heute eines der größten in Deutschland.

Die bekanntesten Städte sind Lüneburg, Celle, Soltau, Bispingen und Uelzen.

Die größten Ferienorte mit den meisten Übernachtungen sind Bispingen (Center Parcs), Wietzendorf (Südsee Camp) und Bad Bevensen.

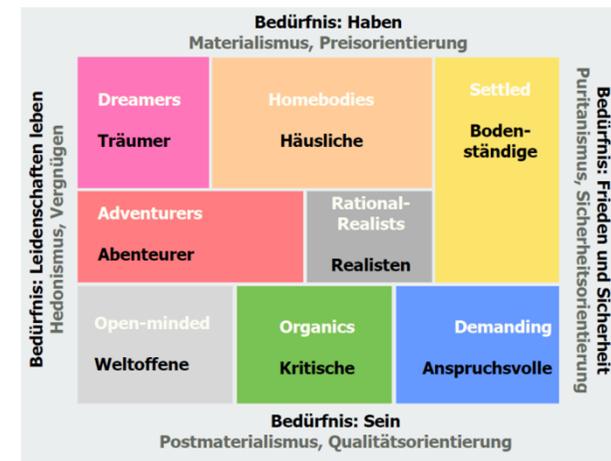
Mit den Premium-Radwegen „Aller Radweg“ und „Ilmenau Radweg“ und dem einzigen Qualitätswanderweg im Norden, dem „Heidschnuckenweg“, hat die Lüneburger Heide starke Alleinstellungsmerkmale.



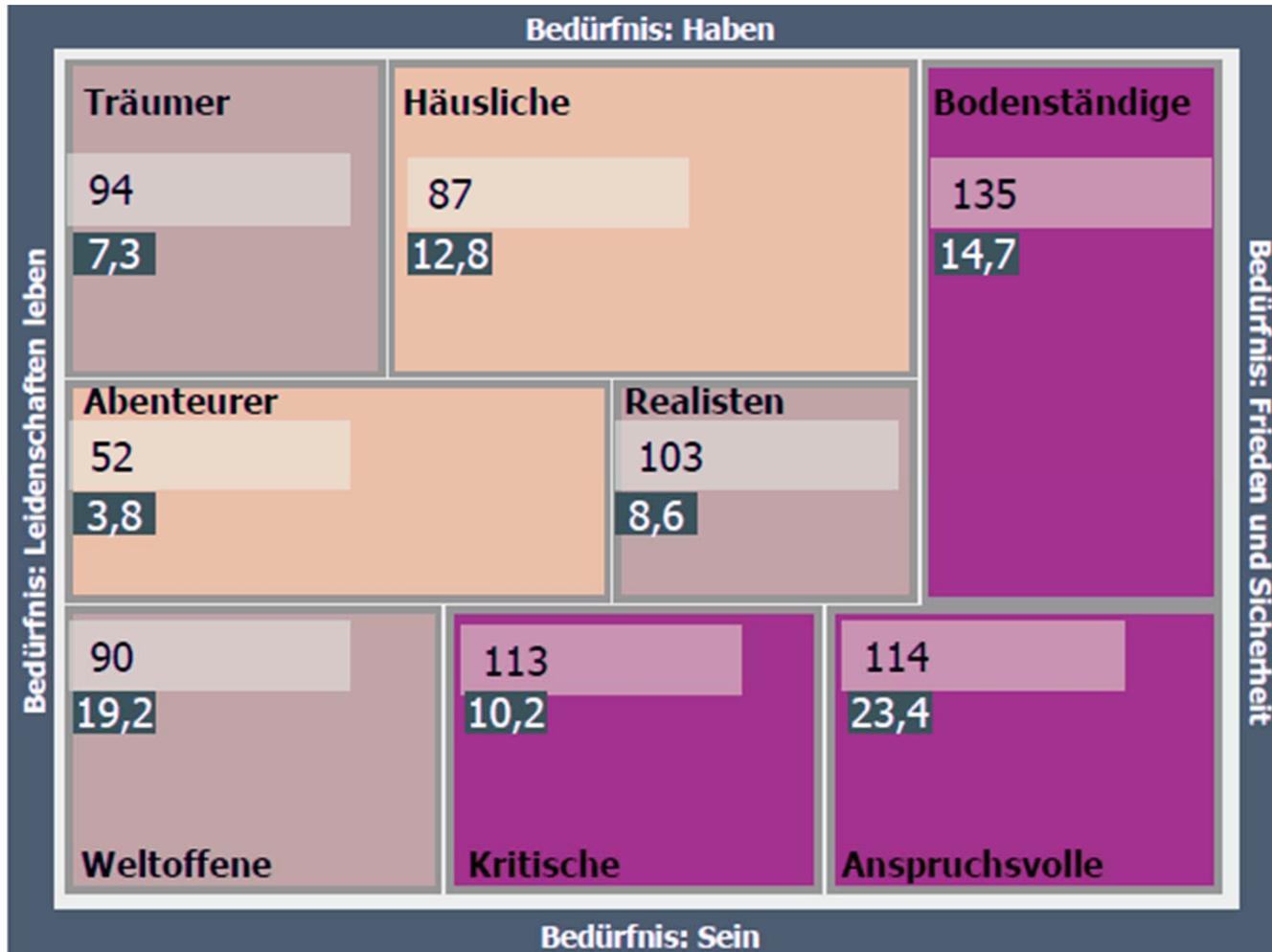
# Zielgruppen

# Zielgruppen

- Zusammen mit dem Marktforschungsinstitut GfK wurden die Zielgruppen der Lüneburger Heide nach dem „RCS Lifestyle Cluster“ bestimmt.
- Diese Systematik ist bekannt aus der Konsumgüterforschung und wurde bereits vom touristischen Marktführer in Europa, der TUI, aufgegriffen.
- Die Lüneburger Heide bestimmt Zielgruppen nicht mehr nach Demografie, sondern nach Lebensstil. Damit ist eine genauere Auswertung der Urlaubsgewohnheiten und Anforderungen möglich.
- Die Zielgruppen werden auf einer sogenannten „Lebensstil-Karte“ abgebildet



# Die Lifestyle-Karte: Positionierung der Lüneburger Heide Kunden



# Zielgruppen



- Die Zielgruppen in der Lüneburger Heide sind die „Anspruchsvollen“, die „Weltoffenen“, die „Kritischen“, die „Bodenständigen“, die „Realisten“ und für das Freizeitpark-Thema die „Häuslichen“.
- Es liegen detaillierte Auswertungen über die Urlaubswünsche und die Konsumpräferenzen dieser Zielgruppen vor, die für Standortanalysen und auch für Einrichtungskonzepte genutzt werden können.
- Naturliebhaber oder Wellnesskunden können z.B. klar identifiziert werden.
- Alle Hotels sind im Winter 2012/2013 untersucht worden auf die Zielgruppen. Viele Ferienwohnungen wurden im Winter 2013/2014 untersucht.
- Diese Auswertung ist so detailliert, dass man sogar den Aufbau eines idealen Zimmers für jede Zielgruppe beschreiben kann, vom Fussboden bis zur Form des Lampenschirms.

# Zielgruppen



Besonderheit:

- Alle Hotels sind untersucht worden auf die Zielgruppen. Mittels einer Checkliste wurde festgelegt, welche der Zielgruppen jeder Betrieb ansprechen kann.
- So lässt sich pro Ort oder pro Region feststellen, welche Zielgruppe dort hotelseitig vorherrscht.
- Ebenfalls kann man feststellen, welche Zielgruppe dort fehlt !
- Eine gezielte Investition als Marktergänzung ist so möglich !



# Image Werte

16.08.2018

# Imagewerte

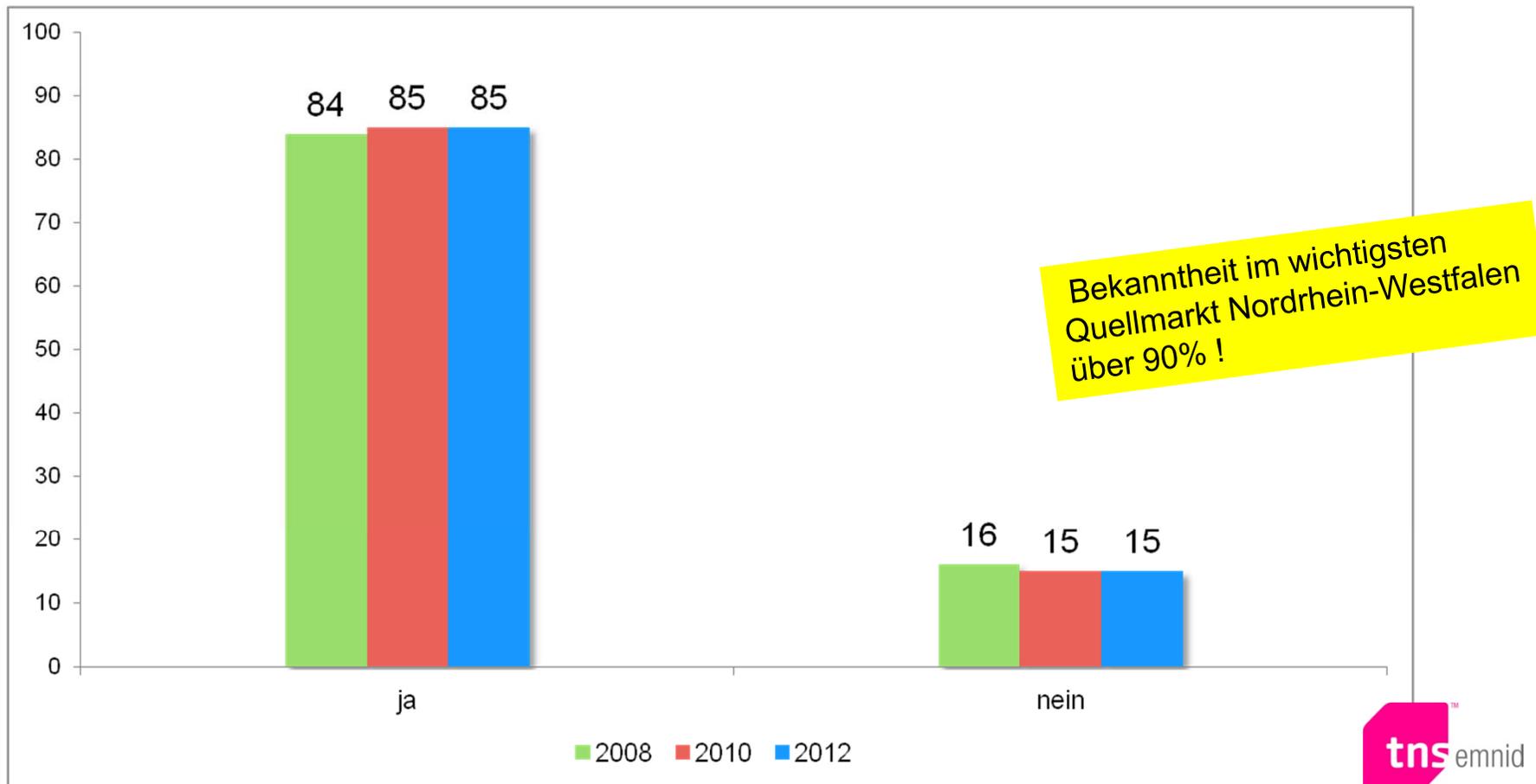


- Die Imagewerte werden alle 2-4 Jahre von EMNID in einer bundesrepräsentativen Studie untersucht
- Mit einem Bekanntheitsgrad von 85% bundesweit ist die Lüneburger Heide eine der bekanntesten Regionen Deutschlands

# Die Lüneburger Heide hat eine gestützte Bekanntheit von 85%



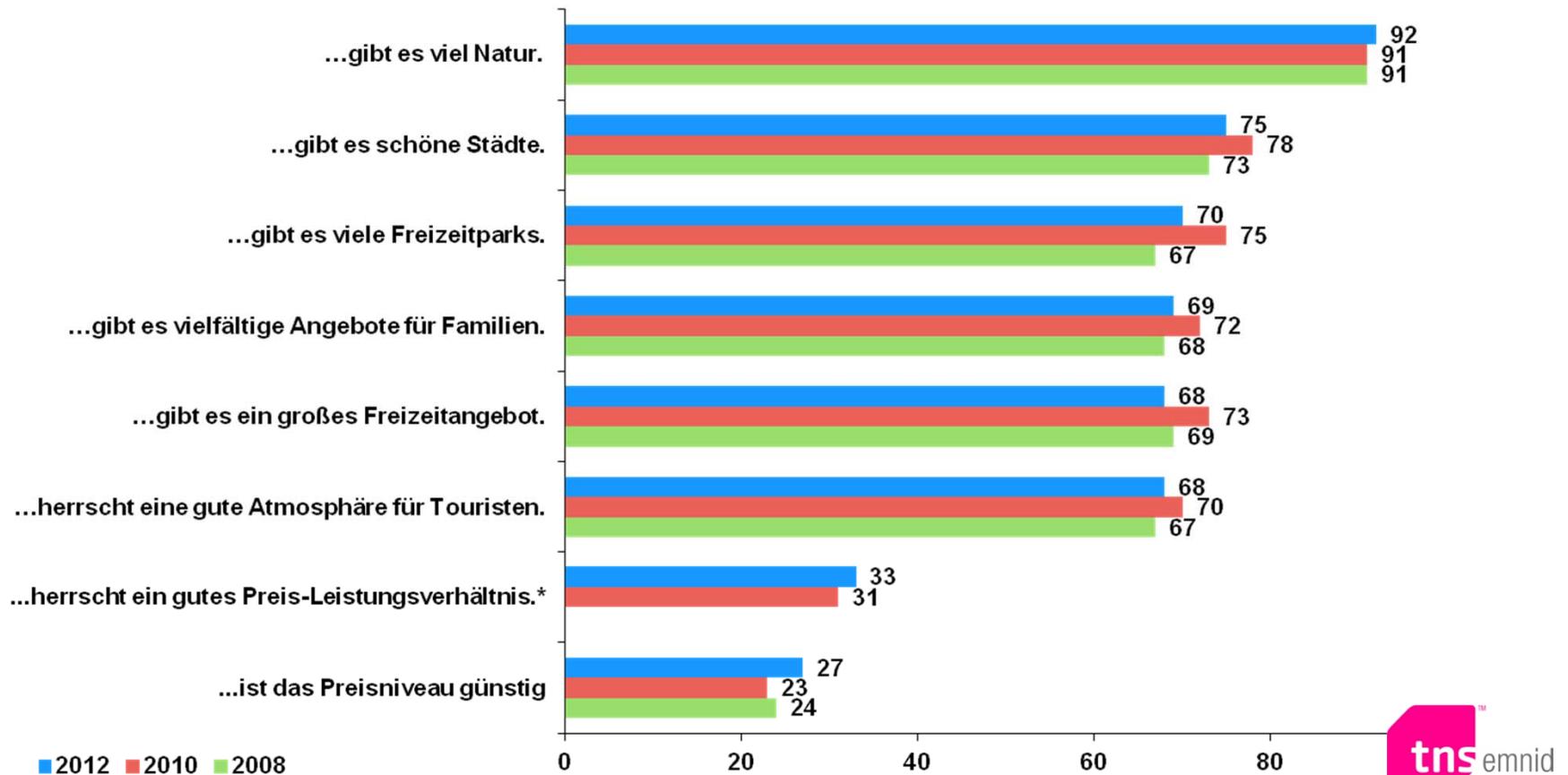
Kennen Sie die Lüneburger Heide ?



# Imagewerte der Lüneburger Heide



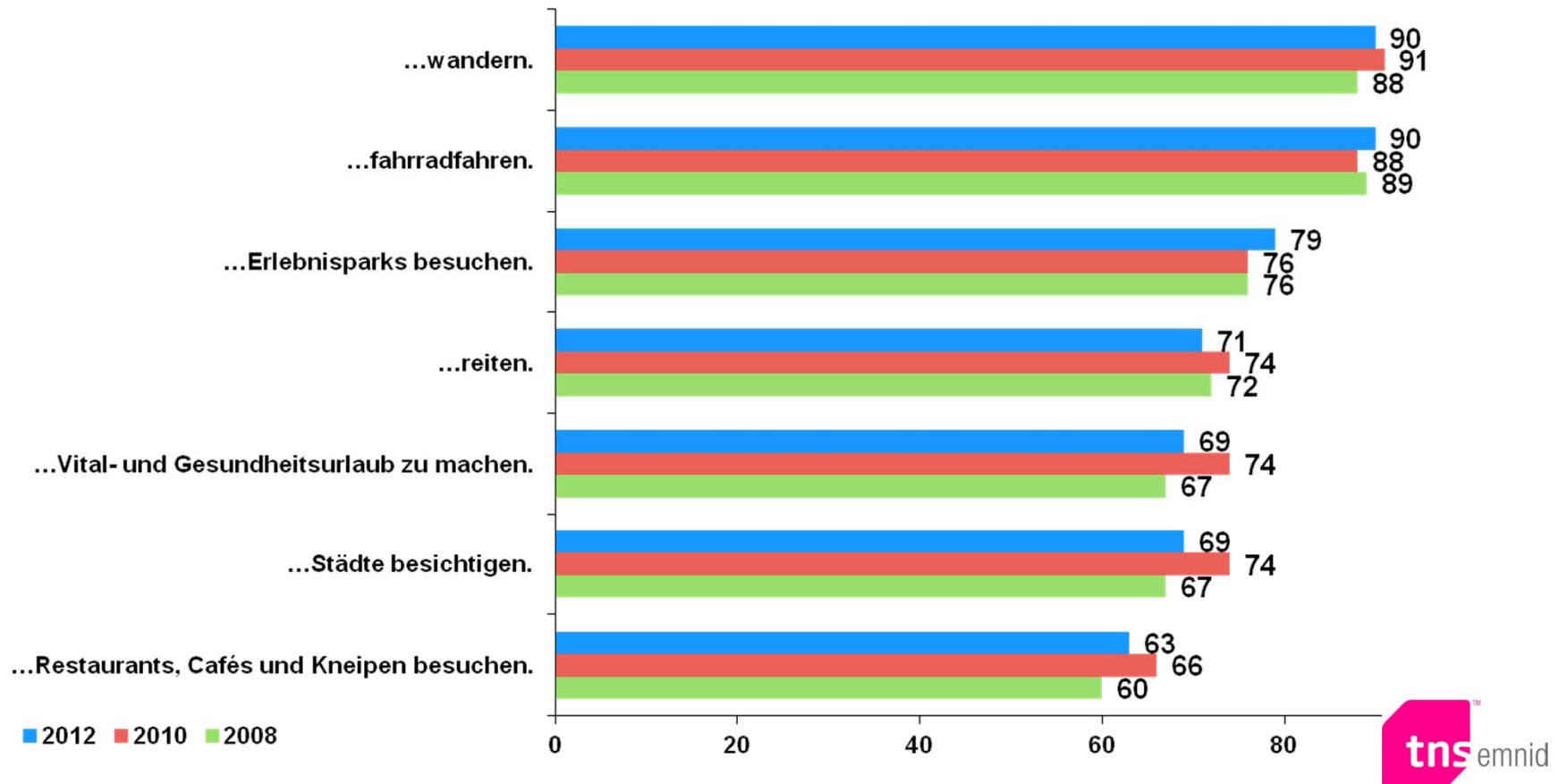
In der Lüneburger Heide.....



# Imagewerte der Lüneburger Heide



In der Lüneburger Heide kann man gut.....





# Aktuelles

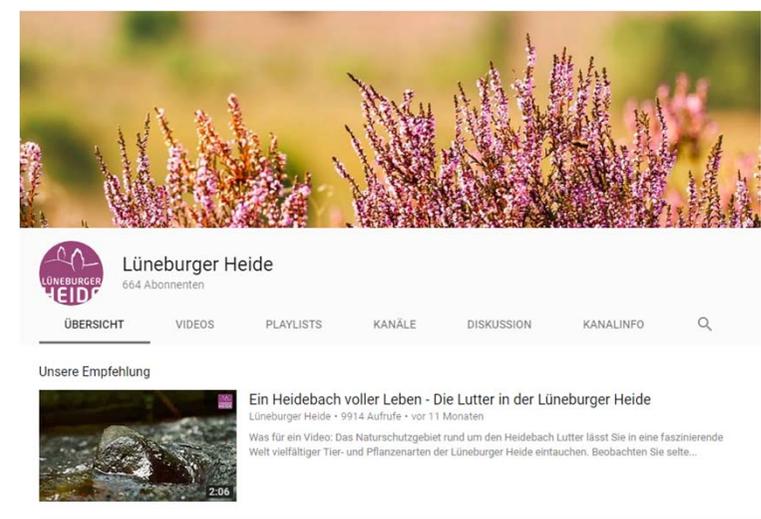
16.08.2018

30

# Aktuelle Content-Marketingthemen



- „HEIDE kocht“: mehrteilige Videos mit regionalen Gerichten und Zutaten
- TYPEN Heide: Interessante Menschen aus der Heide erzählen von sich



## TypenHEIDE | Besondere Menschen aus der Heide ALLE WIEDERGEHEN

Der Heidschnuckenschäfer, der Heide-Imker, die Heidekönigin oder der Heide-Ranger: Es gibt viele besondere Persönlichkeiten in der Lüneburger Heide.



**Umgekehrte Welt: Aus Mallorca in die Lüneburger Heide ausgewandert**  
Lüneburger Heide • 307 Aufrufe • vor 2 Monaten

Katerina Glet ist aus Mallorca in die Lüneburger Heide ausgewandert. Es geht also auch einmal anders herum. In Schneverdingen führt sie mit Ihrem Mann ein Hotel. Im Video erzählt sie, wie die Umste...



**Sie machen Filz spannend: Ehepaar Ernst, Betreiber der felto - Filzwelt Soltau**  
Lüneburger Heide • 151 Aufrufe • vor 1 Monat

Die felto - Filzwelt in Soltau (Lüneburger Heide) zeigt alles rund um den Filz. Und jeder, der dort war, kommt mit dem Satz wieder heraus: "Das war ja unglaublich, das hätte ich nicht gedacht". Und...



**Der Kutscher der Königin - Alles Meyer, oder was?**  
Lüneburger Heide • 1888 Aufrufe • vor 11 Monaten

Seit nunmehr 30 Jahren fährt Kutscher Klaus Meyer die jeweilige Heidekönigin in Schneverdingen. Lüneburger Heide mit seiner Kutsche zur Krönung. Klaus Meyer ist ein richtiges Unikat in der Lüneburg...



**Der Salzsieder | Minke Koch, Salzsieder im Deutschen Salzmuseum Lüneburg**  
Lüneburger Heide • 111 Aufrufe • vor 1 Monat

Minke Koch zeigt, wie man früher in Lüneburg das Salz gesiedet hat. Der Reichtum der Hansestadt Lüneburg beruht auf dem Salzmonopol in der Hanse. In Lüneburg spielt das Salz bis heute eine große

MEHR ANZEIGEN

## HEIDE kocht | Regionale Gerichte aus der Lüneburger Heide ALLE WIEDERGEHEN



**HEIDE kocht | Roggenschrotrot, ein...**  
Lüneburger Heide



**Heide kocht | Dessert mit Heidehonig, Ziegenkäse un...**  
Lüneburger Heide



**Heide kocht | Heidschnucken-Carpaccio...**  
Lüneburger Heide



**Heide kocht | geschmorter Heidschnuckenschulter mit...**  
Lüneburger Heide

# Die Heide im Ausland



- Aktueller Anteil ausländischer Gäste: 8,8 % (Vorjahr 8,5%)
- 493.186 Übernachtungen von ausländischen Gästen
- Top 5:
  1. Dänemark
  2. Niederlande
  3. Schweden
  4. Schweiz
  5. Polen
- Vermarktung in Dänemark, Niederlande, Schweiz



# Die Heide in 360 Grad

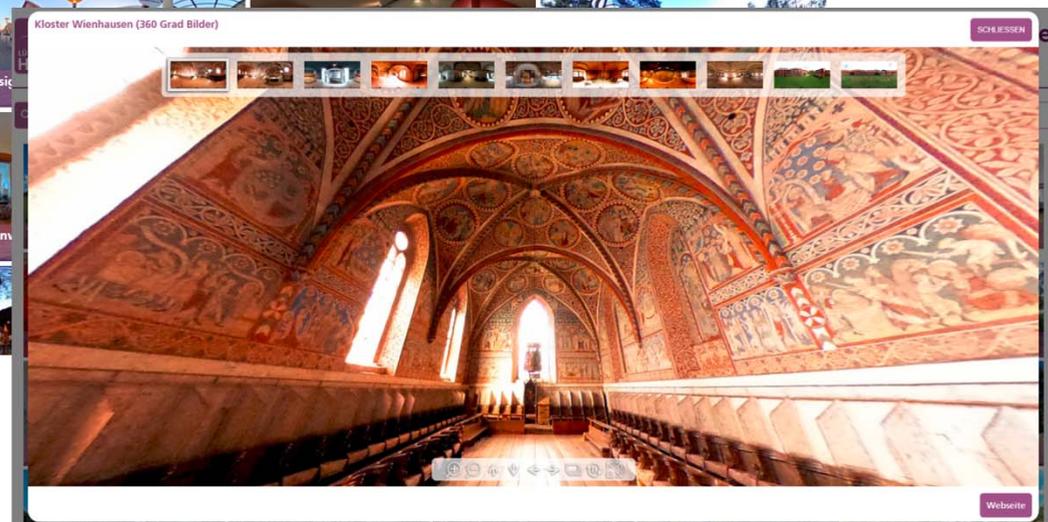
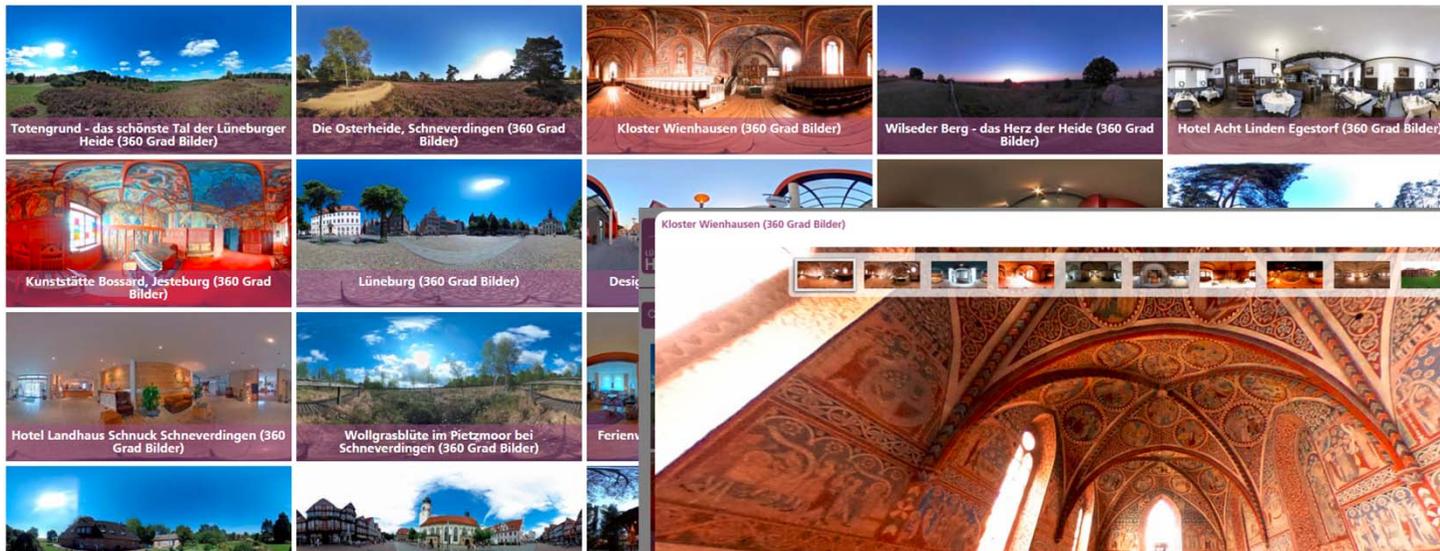
[www.lueeneburger-heide-360.de](http://www.lueeneburger-heide-360.de)



Willkommen auf dem 360 Grad Portal der Lüneburger Heide

Alle

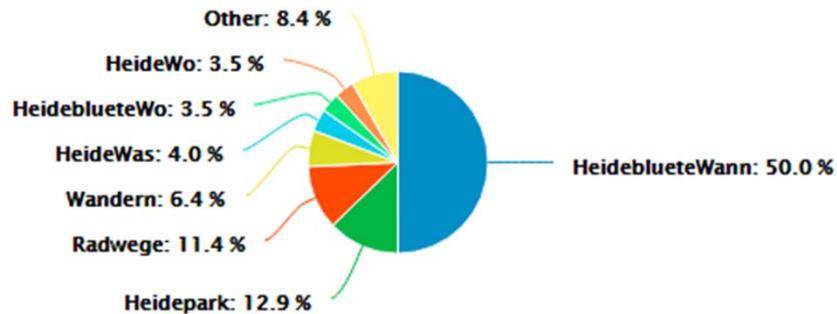
Suche



# Alexa, wann blüht die Heide?



- Erste Region Deutschlands mit einer sprachgesteuerter Anwendung auf Amazon Alexa
- 50% fragen, wann die Heide blüht.



# Netzwerk Energieeffizienz



- Energieberatung für Gastgeber
- Finanzierung des Projektes:
- Förderung einzelbetrieblicher Beratung für KMU\* (KMU) durch Energieberatung Mittelstand (BAFA) zu 80%
- Eigenanteil Betriebe in Höhe von 20% der Beratungskosten
- Erweiterung Netzwerk, 2. Phase Herbst '18

blueContec  
Sustainability in tourism

„HoGa Energieeffizienz – Netzwerk“  
eine Initiative von

IHK  
Industrie- und Handelskammer  
Lüneburg-Wolfburg

LÜNEBURGER  
HEIDE

Ergebnis- und Austauschworkshop  
Bispingen, 17.05.2018



# Hop On Hop Off – Touren für Kleinbetriebe

- Tour 1: LK Harburg
- Tour 2: LK Celle
- Tour 3: LK Heidekreis
- Tour 4: LK Uelzen

Bustouren mit bis zu 70 Personen mit Besichtigung von Musterferienwohnungen, Einrichtungsberater, Zielgruppenberater, Abschlussworkshop etc.

- „Fortbildung“ und Kreativwerkstatt
- Impulse sammeln
- Netzworkebildung
- Marketing-Effekt
- PR-Effekt
- Facebook-Aktion für Gäste



# Ansprechpartner



Lüneburger Heide GmbH  
Wallstrasse 4, 21335 Lüneburg  
Telefon: 04131-309 39 60  
info@lueneburger-heide.de



Babette Schwerdtner  
Leiterin Partnerkommunikation



Ulrich von dem Bruch  
Geschäftsführer