Fachausschuss Regionalentwicklung
16.02.2021

Touristisches Dachmarketing Wendland.Elbe
Rückblick und Ausblick

Fachausschuss Regionalentwicklung

Inhalt

1. Rückblick 2016-2020
- Markenentwicklung, strategischer Ansatz, Beteiligung

2. Umsetzung
- Digitalisierung, Pressearbeit, Informations- und Werbematerial

3. Ergebnisse
- Reichweite, Gästeankünfte und Übernachtungszahlen, Imageanalyse 2016 vs. 2020

4. Wie geht es weiter?
- Marketingaktivitäten, Corona Reaktion, Storytelling

Strategie

Der Prozess: 5 Jahre touristisches Dachmarketing Wendland.Elbe im Überblick

- ✓ **Partizipationsprozess** mit Bevölkerung und Touristikern im Landkreis zur Entwicklung der Dachmarketingstrategie

  Ergebnis: Die Destinationsmarke **Wendland.Elbe** mit modernem, konkurrenzfähiger Positionierung definierte Zielgruppen

- ✓ **Workshops & Seminare** für Touristiker des Landkreises zu verschiedenen Themen: Online Marketing, Intobis & DS Buchungssysteme, Destinationsstrategie & Produktentwicklung, Vermieter-Schulungen zum Thema Qualität
- ✓ **Individuelle Marketing-Betriebsberatungen** mit touristischen Leistungsträgern des Landkreises
- ✓ Entwicklung des **Tourismuskonzepts** für die Urlaubsregion Wendland.Elbe mit den Tourismus-verantwortlichen der Region
- ✓ Entwicklung von **touristischem Basismaterial**
- ✓ **Marketingkooperationen:** Metropolregion Hamburg, TourismusMarketing Niedersachsen, Wendlandleben, Buskontor24, Flusslandschaft Elbe, Heideregion Uelzen, Süderelbe AG, etc.
- ✓ **Internationalisierung** des Marketings: Übersetzung der Destinationswebseite auf Englisch und Niederländisch
- ✓ **Digitalisierung** des touristischen Angebots der Urlaubsregion Wendland.Elbe mithilfe von outdooractive
- ✓ Umstellung auf ein neues Buchungssystem HRS DESTINATION SOLUTIONS

Operatives Dachmarketing für die Urlaubsregion Wendland.Elbe:
Webseite, Buchungssystem, Social Media, Werbematerialien, Online Marketing, Direktmarketing, Pressearbeit, Print & Online Anzeigen, Presse- & Bloggerreisen

2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020

Strategie

Der Prozess: 5 Jahre touristisches Dachmarketing Wendland.Elbe im Überblick

outdooractive

HRS DESTINATION SOLUTIONS

Instagram

facebook

YouTube

Wendland.Elbe ist aktuell bestens aufgestellt für die weitere Digitalisierung im Tourismus.
Durch die Nutzung von Outdooractive werden sämtliche Voraussetzungen des Landes Niedersachsen zur Open Data Strategie seit Herbst 2020 erfüllt.

Beteiligung

Es geht nur zusammen!

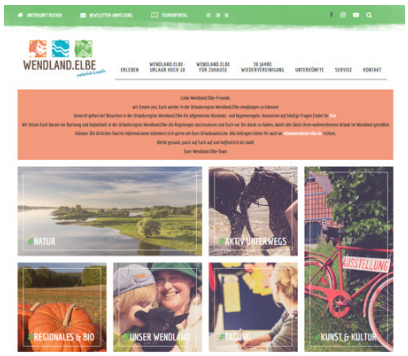
- ✓ Über den gesamten Zeitraum von 2016 bis 2020 wurden die regionalen Tourismusakteure im Landkreis Lüchow-Dannenberg in die Entwicklung und Umsetzung des Dachmarketings einbezogen.
- ✓ Die **dauerhaften Kommunikations- und Partizipationsaktivitäten** waren folgende:
  - ✓ Quartalstreffen mit dem touristischen Fachbeirat
  - ✓ Regelmäßige Newsletter-Versendung
  - ✓ Stetige und enge Zusammenarbeit mit Landkr
    Samtgemeinden und Touristinformationen

Auftaktworkshop 2016 zur Entwicklung der Dachmarketingstrategie

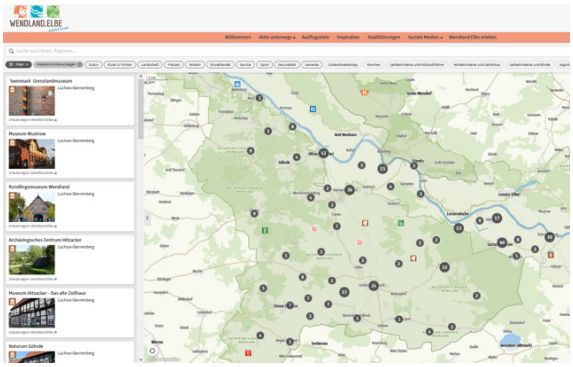
Digitalisierung

Tourismusmarketing findet zu 80% online statt – auch in Wendland.Elbe

Internetseite



outdooractive

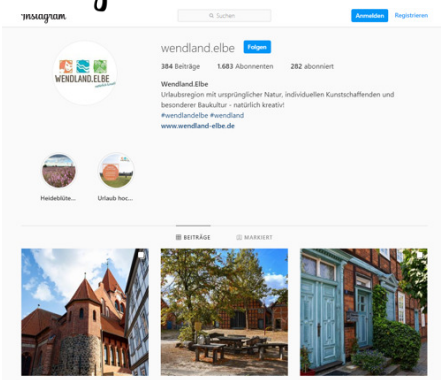


Digitalisierung

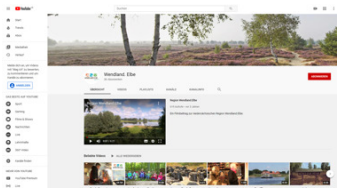
Wendland.Elbe auf Social Media

facebook

Instagram



YouTube



Digitalisierung

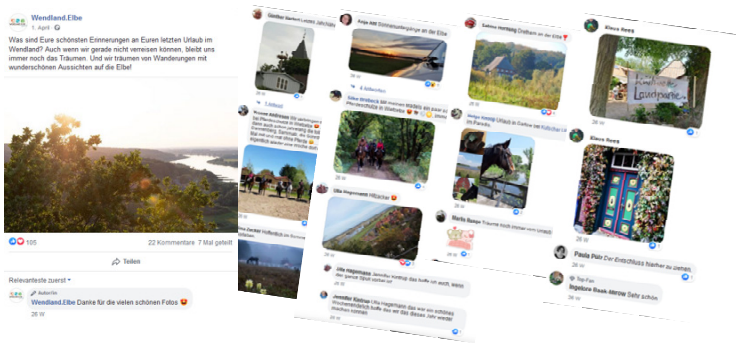
Digitalisierung: Zusammenarbeit MRH und TMN

Durch die enge Social Media Zusammenarbeit mit dem TourismusMarketing Niedersachsen (TMN) und der Metropolregion Hamburg (MRH) konnte die Urlaubsregion Wendland.Elbe eine noch größere Reichweite gewinnen, z.B. durch folgende gemeinsame (Sonder-)Aktionen

Digitalisierung

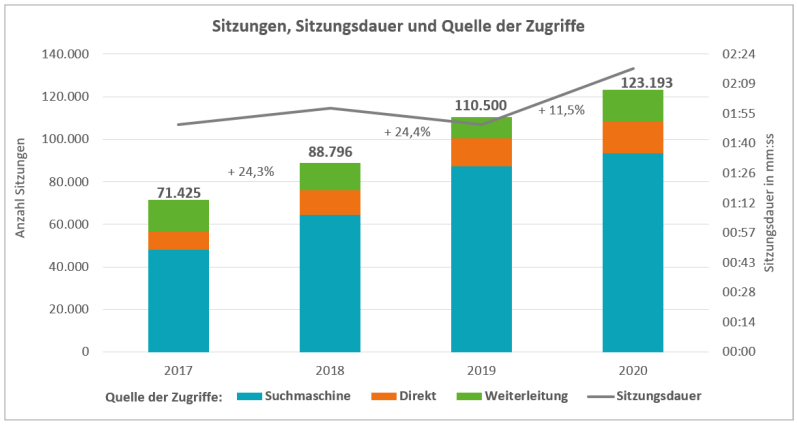
Digitalisierung: Social Media der Dachmarke Wendland.Elbe

- ✓ Die Facebook-Fans und Instagram-Follower der Urlaubsregion interagieren zunehmend mit Wendland.Elbe und anderen Fans.
- ✓ Dieser „User Generated Content“ in Form von Reisetipps wird häufig auch durch Bilder und eigenen Erlebnissen ergänzt und ist zum allergrößten Teil sehr positiv.
- ✓ Der Hashtag #wendlandelbe wurde erfolgreich bei Instagram etabliert mit bisher über 2.300 Beiträgen. Das heißt, dass die Bekanntheit der Region gestiegen ist und neben dem Dachmarketing selber auch viele Fans und Multiplikatoren die Region bewusst in ihren Bildern vertaggen und kommunizieren.



Ergebnisse

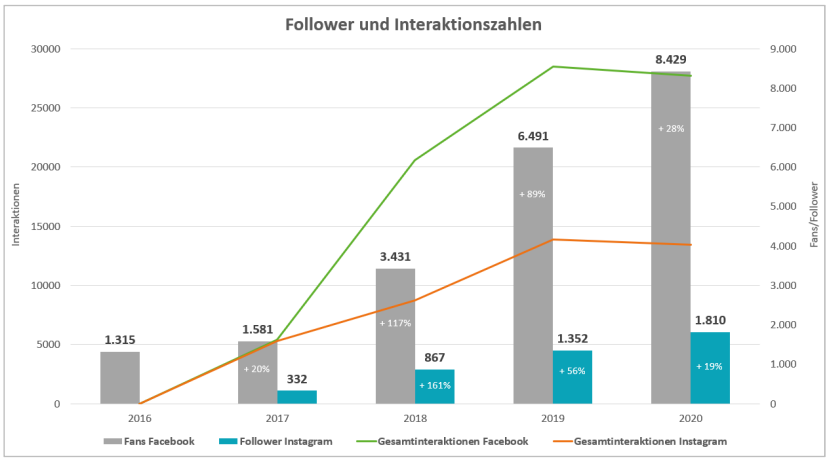
Digitalisierung: Ergebnisse - Internetseite



Quelle: Google Analytics, 2020

Ergebnisse

Digitalisierung: Ergebnisse Social Media

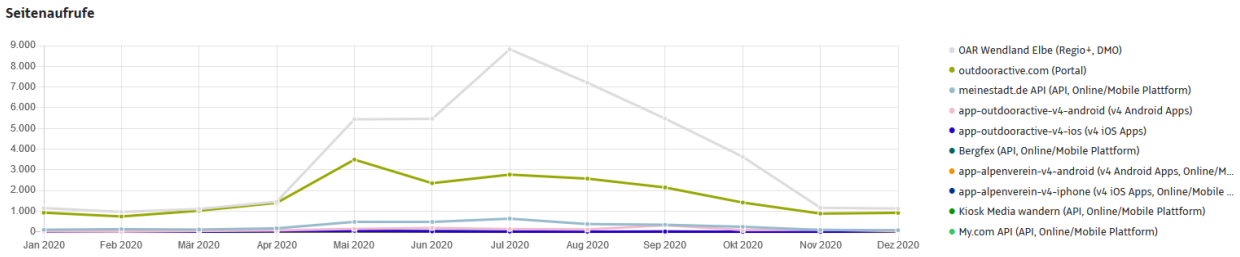


Quelle: Facebook & Instagram, 2020

Ergebnisse

Digitalisierung: Wendland.Elbe bei Outdooractive

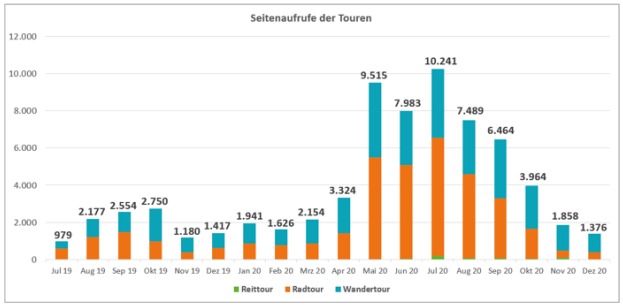
- ✓ Ein Blick auf die Zugriffstatistik von 2020 zeigt, dass die Inhalte der Urlaubsregion bisher am häufigsten über das eigene Tourenportal, die Outdooractive Webseite & App sowie die Plattform meinestadt.de aufgerufen wurden.

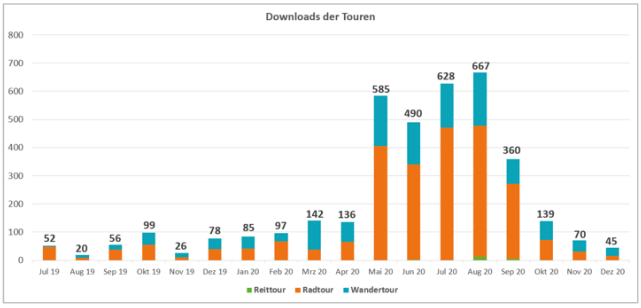


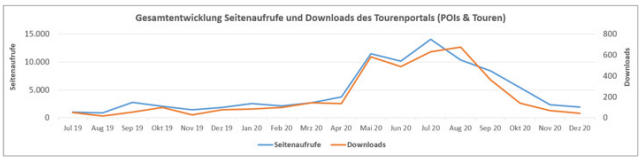
Quelle: Outdooractive, 2020

Ergebnisse

Digitalisierung: Ergebnisse Outdooractive







- ✓ Die Zugriffe und Downloads des Wendland.Elbe Tourenportals entwickeln sich seit der Einführung im Sommer 2019 sehr positiv. Insbesondere die deutliche Steigerung von der Hauptsaison 2019 zu 2020 ist ein Erfolg und verdeutlicht die hohe Bedeutung digital aufbereiteter Informationsangebote im Tourismus.
  (Zu berücksichtigen sind die Reisebeschränkungen im Frühjahr, Herbst & Winter 2020.)

Quelle: Outdooractive, 2020

Ergebnisse

Wendland.Elbe Pressearbeit

- ✓ Die touristischen Themen, Neuigkeiten und Veranstaltungen in der Urlaubsregion Wendland.Elbe wurden 2016 bis 2020 über verschiedene Kanäle und in regelmäßigen Abständen an die zielgruppenspezifische Presse kommuniziert, z.B.:
  - Über den eigenen Presse-Newsletter an Journalisten und Medienbüros
  - Über den Presse-Verteiler der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN)

Durchschn. **12** Presseberichte (print) pro Monat	Durchschn. **9** Meldungen (online) pro Monat	Durchschn. **2 Mio.** Reichweite (print) pro Monat

Ergebnisse

Wendland.Elbe in der Presse (einige Highlights)

2017

„Landleben im Wendland“

Erschienen z.B. in:
Kölner Stadt-Anzeiger, Hannoversche Allgemeine Zeitung,
Lübecker Nachrichten, Leipziger Volkszeitung, Ostsee Zeitung,
Kieler Nachrichten

2018

„16 Geheimtipps aus 16 Bundesländern. Niedersachsen: Wendland“

Erschienen z.B. in:
WAZ, Westfälische Rundschau, Westfalenpost, Rheinische Post, Weser Kurier, Express, Berliner Morgenpost, Berliner Kurier, Sächsische Zeitung

2019

„Zone der Zuflucht“

Erschienen z.B. in:
Berliner Zeitung, Kölner Stadt-Anzeiger, Augsburger Allgemeine Online, Sächsische Zeitung

Ergebnisse

Wendland.Elbe Berichte von Presse- & Bloggerreisen (einige Highlights)

2017

„Es geht rund im Wendland“

Jeanette Müller, Journalistin
8-seitiger Bericht im Magazin „Landzauber“
(29/2017)

2018

„Die 7 schönsten Orte im Wendland“

Ute Kranz, Bloggerin
www.bravebird.de

2019

Übersetzt: „Nachhaltige Hotel-Gemütlichkeit im Hinterhof der Wölfe“

Carsten B. Grubach, dänischer Journalist

Ergebnisse

Informations- und Werbematerial (analog) der Dachmarke Wendland.Elbe

Wendland.Elbe Wanderflyer (Nord-West)

Wendland.Elbe Wanderflyer (Süd-Ost)

Wendland.Elbe touristische Karte

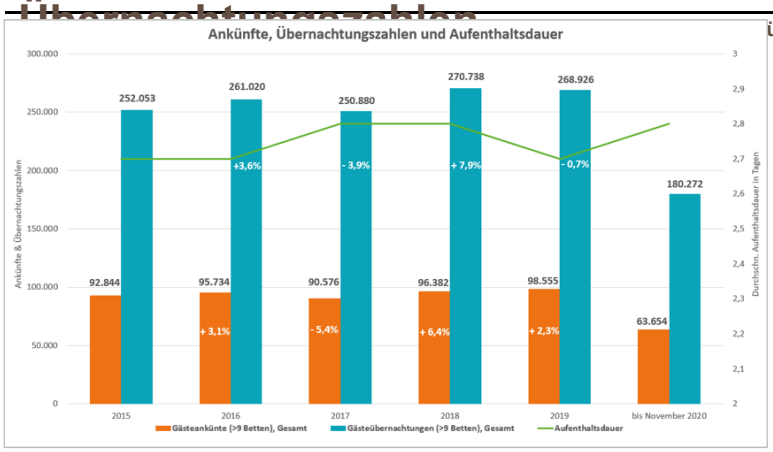
Wendland.Elbe Radtourenflyer

Wendland.Elbe Reitflyer

Wendland.Elbe Messestand

Ergebnisse

Wendland.Elbe: Gästeankünfte und Übernachtungszahlen



Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen, 2020
(Amtliche Statistik für gewerbliche Unterkünfte mit mind. 10 Betten)

ünfte > 9 Betten)

Steigerung der Gästezahlen 2015-2019: 7%

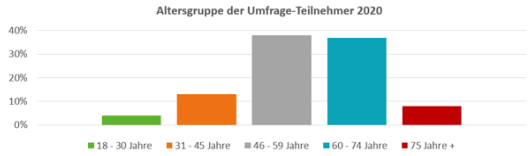
Bedeutet eine Erhöhung

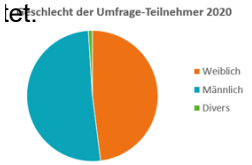
- des touristischen Bruttoumsatzes um rund **3,5 Mio.€**
- der touristischen Wertschöpfung um rund **2,2 Mio.€**

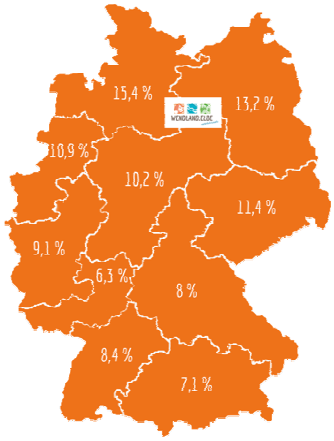
Ergebnisse

Wendland.Elbe Imageanalyse 2016 vs. 2020

- ✓ Anfang 2016 und Ende 2020 wurde jeweils eine Image-Umfrage durchgeführt um herauszufinden, inwiefern die Bekanntheit der Urlaubsregion gesteigert werden konnte und welche Empfindungen und Assoziationen die Menschen mit den folgenden drei Begriffen verbinden: Lüchow-Dannenberg, Wendland und Gorleben.
- ✓ Die Image-Umfrage wurde jeweils an 200.000 reiseaffine Endkunden in Deutschland verschickt und von **901 Teilnehmern im Jahr 2016** ausgefüllt.







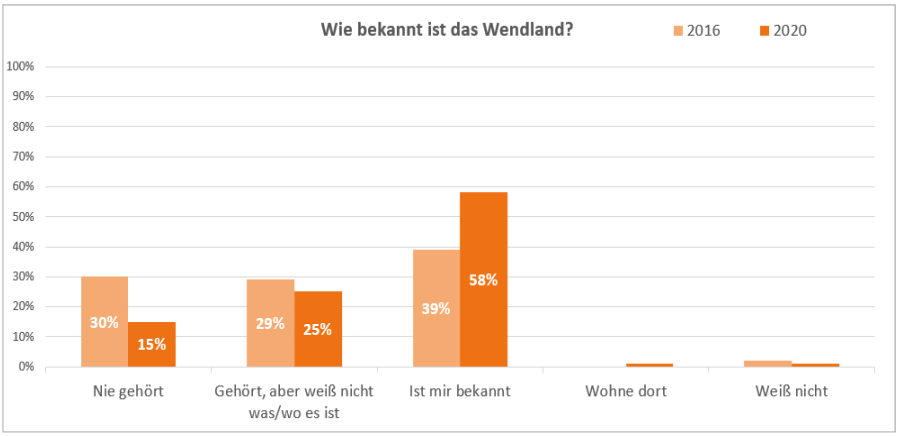
Verteilung der Umfrage-Teilnehmer 2020 nach deutschen Postleitzahlgebieten

Ergebnisse

Wendland.Elbe Imageanalyse 2016 vs. 2020: Begriff „Wendland“

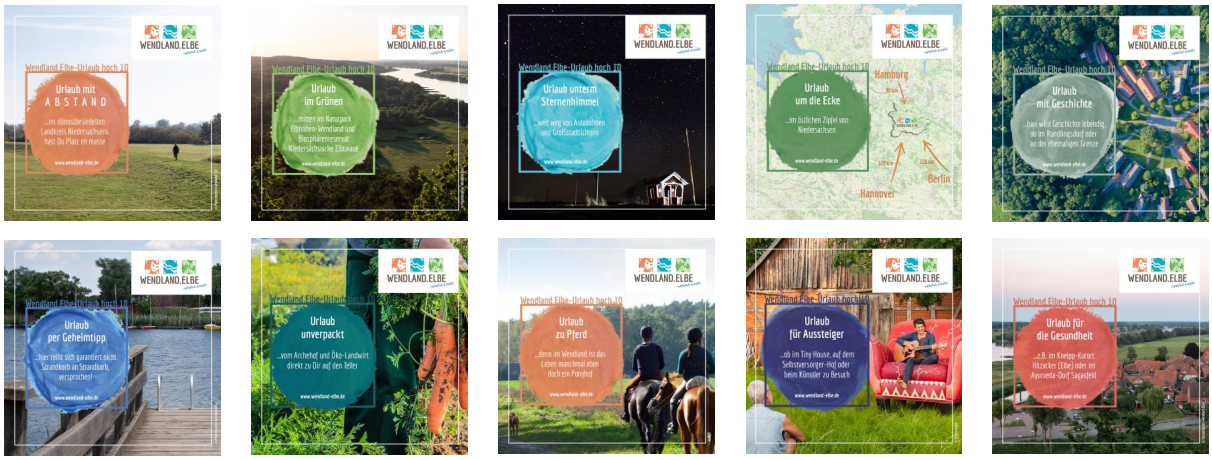
Häufigste Empfindungen zum Begriff „Wendland“:
„Interessiert mich“ (51%)
„Macht mich neugierig“ (43%)
„Etwas Schönes“ (29%)
„Erfreut mich“ (16%)
„Begeistert mich“ (10%)
(Ergebnisse der Imageanalyse 2020, Mehrfachantworten möglich)

An was denken Sie wenn Sie den Begriff „Wendland“ hören?
„Landschaft“ (67%)
„Elbe“ (39%)
„Ist alternativ“ (16%)
„Zusammenhalt“ (16%)
„Individualität“ (15%)
(Ergebnisse der Imageanalyse 2020, Mehrfachantworten möglich)



Kampagne Urlaub hoch 10

Reaktion auf Corona Krise



Wie geht es weiter?

Marketing Wendland.Elbe 2021-2022

1. Marketingstrategie und Online-Marketing
   - Marktforschung und Marktanalyse
   - Weiterentwicklung Marketingstrategie
   - Entwicklung und Umsetzung von Kampagnen
   - Beratung digitales Optimierungspotenzial
   - Webseite, Social Media, Outdooractive

2. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
   - Pressemitteilungen und Pressenewsletter
   - Presse- und Bloggerreise

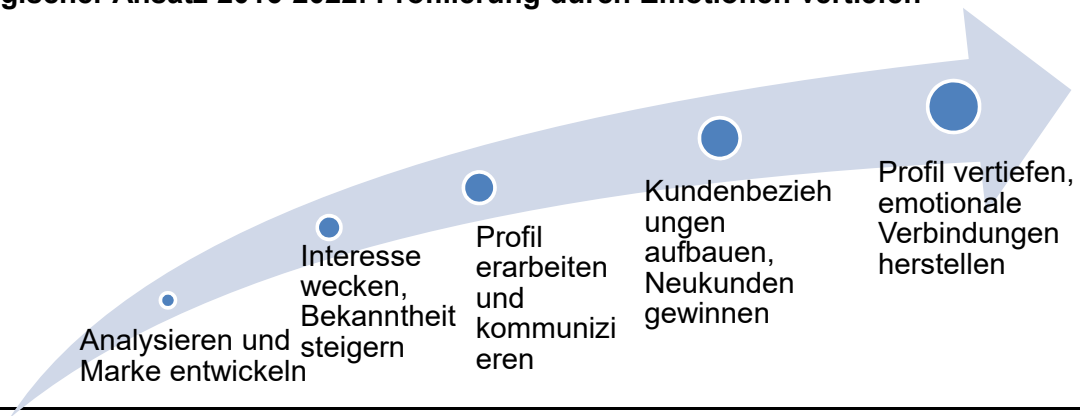
3. Erstellung von Marketingmaterialien
   - Erstellung von Bildstrecken
   - Broschüre, Karten, Merchandising

4. Beratung und Unterstützung des Destinationsmanagements
   - Marketing, Qualitätsmanagement
   - Beratung Unternehmen
   - Investitionsförderung

Wie geht es weiter?

Marketing Wendland.Elbe 2021-2022

Strategischer Ansatz 2016-2022: Profilierung durch Emotionen vertiefen



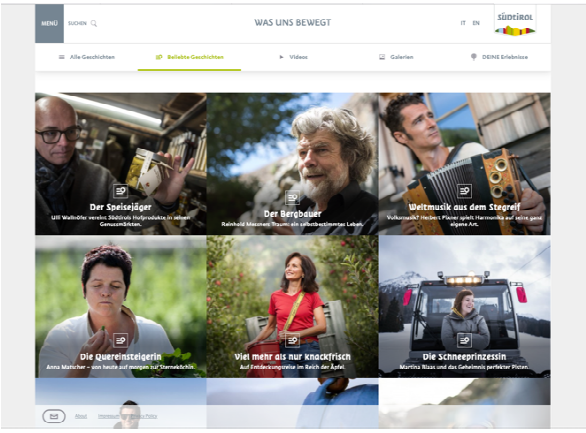
Wie geht es weiter?

Marketing Wendland.Elbe 2021-2022

Storytelling als Basis der Marketingaktivitäten

Über das Jahr verteilt entstehen Geschichten aus dem Wendland

- Basierend auf den Themen von „Urlaub hoch 10“
- Darstellung über storytelling-software
- Ausspielung auf Webseite, social media etc.



Ziel: bestehende Kundenaffinitäten stärken und neue Gäste gewinnen. Sympathien und persönliche Verbindungen zwischen Gästen und Wendland.Elbe herstellen.

Wie geht es weiter?

Marketing Wendland.Elbe 2021-2022

Was braucht Wendland.Elbe ansonsten im Tourismus?

- Weitere außergewöhnliche und Wendland-typische Angebote und Produkte
- Mehr qualitativ hochwertige Übernachtungskapazitäten
- Investitionsförderung
- Ein einheitliches Vorgehen, gute Abstimmung im Kreisgebiet

- Mit der Einrichtung einer Personalstelle beim Naturpark sind dafür nun beste Voraussetzungen geschaffen!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!