

# Wendland.Elbe

---

## Tourismuskonzept für den Landkreis Lüchow-Dannenberg 2024-2029

---

Marketingbüro Wendland.Elbe | Compass Tourismus Partner eG | Christophstr. 15-17 | 50670 Köln | E-Mail: [info@wendland-elbe.de](mailto:info@wendland-elbe.de) | [www.wendland-elbe.de](http://www.wendland-elbe.de)

### Inhalte

---

1. Entstehung des Konzeptes
  2. Nachfrage- und Angebotsanalyse
  3. Rahmenbedingungen
  4. SWOT und Konfrontationsmatrix
  5. Positionierung und Nachhaltigkeitsmanagement
  6. Ziele und Vision
  7. Handlungsfelder und ausgewählte Maßnahmen
  8. Organisationsstruktur
- 

Marketingbüro Wendland.Elbe | Compass Tourismus Partner eG | Christophstr. 15-17 | 50670 Köln | E-Mail: [info@wendland-elbe.de](mailto:info@wendland-elbe.de) | [www.wendland-elbe.de](http://www.wendland-elbe.de)

---

# 1. Entstehung

---

Marketingbüro Wendland.Elbe | Compass Tourismus Partner eG | Christophstr. 15-17 | 50670 Köln | E-Mail: info@wendland-elbe.de | www.wendland-elbe.de

---

## Fortschreibung und Beteiligung

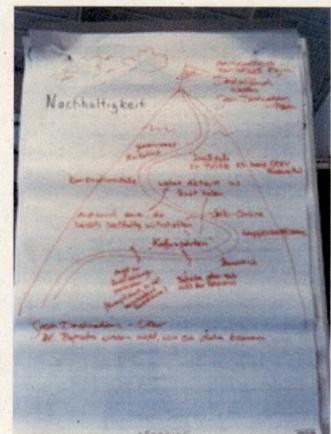
---

Basis war das Konzept aus 2018.

Daten und Trends wurden aktualisiert und ergänzt.

In zwei Workshoprunden wurden Ziele, Handlungsfelder, Maßnahmen herausgearbeitet. Beteiligt wurde der um weitere Akteure erweiterte Fachbeirat.

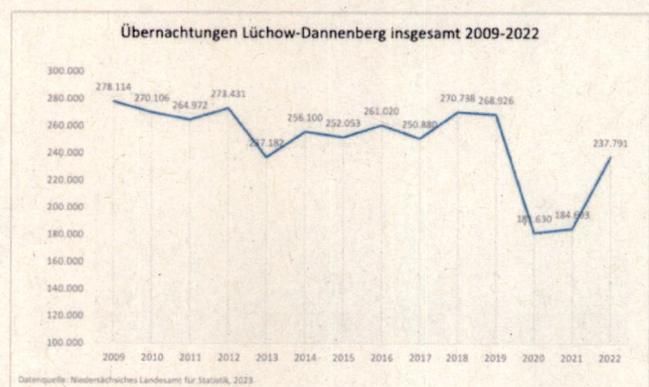
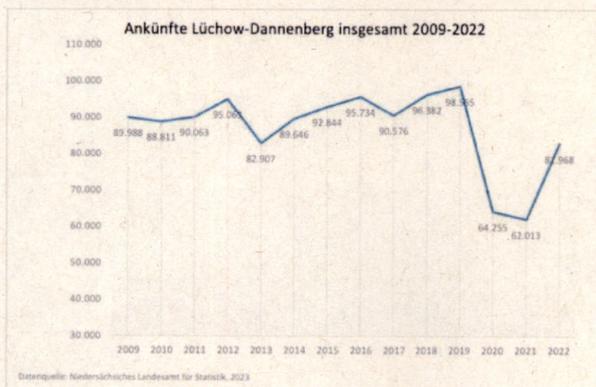
Fertigstellung in Abstimmung mit Kreisverwaltung.



## 2. Nachfrage- und Angebotsanalyse

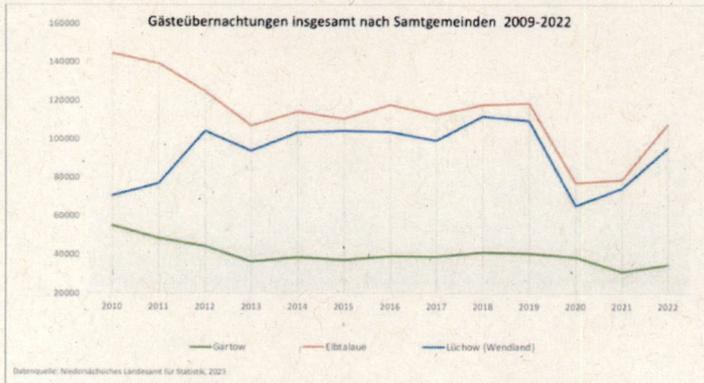
Marketingbüro Wendland.Elbe | Compass Tourismus Partner eG | Christophstr. 15-17 | 50670 Köln | E-Mail: info@wendland-elbe.de | www.wendland-elbe.de

### Nachfrage

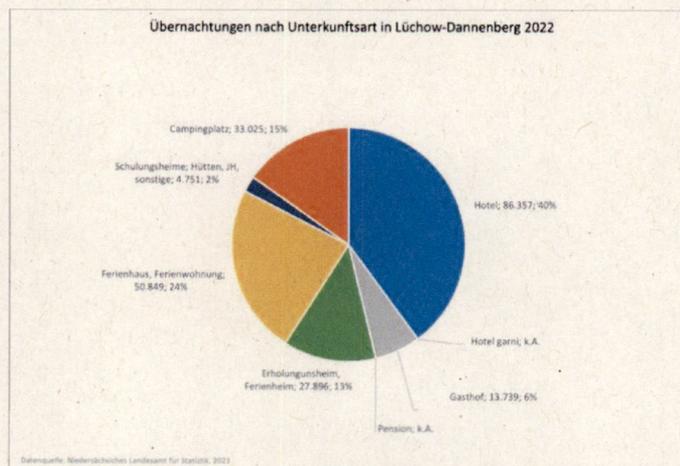


Die Aufenthaltsdauer liegt bei rund 3 Tagen. Rund 3% Übernachtungen durch Ausländer.

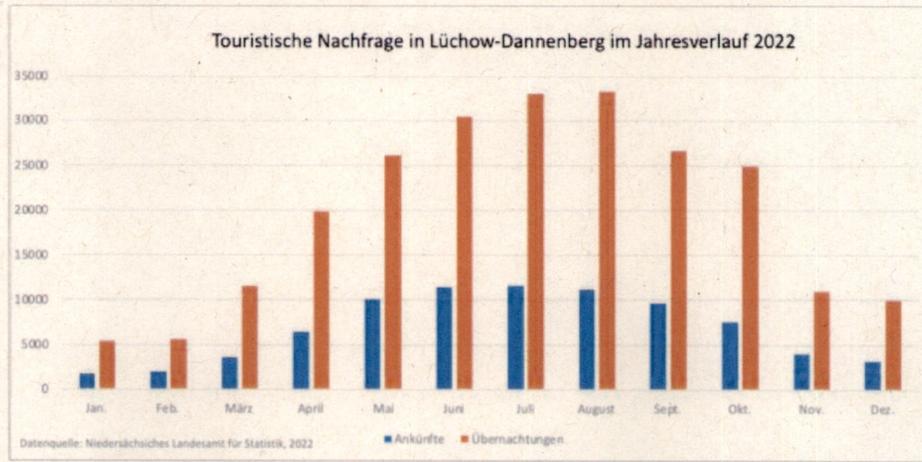
## Nachfrage



## Nachfrage



# Nachfrage



Marketingbüro Wendland.Elbe | Compass Tourismus Partner eG | Christophstr. 15-17 | 50670 Köln | E-Mail: info@wendland-elbe.de | www.wendland-elbe.de

### EINKOMMENSWIRKUNG

**Touristische Wertschöpfung im Landkreis Lüchow-Dannenberg**

Durch den Tourismus werden sowohl bei touristischen Betrieben als auch bei Vorleistungslieferanten und -betrieben Löhne, Gehälter und Gewinne generiert. Man spricht hierbei von erster und zweiter Umsatzstufe. Das direkte Einkommen resultiert aus den unmittelbaren Ausgaben der Gäste (z. B. Bezahlung der Hotelrechnung). Indirektes Einkommen entsteht im Rahmen von Vorleistungen zur touristischen Leistungserstellung (z. B. Zulieferung an das Hotel). Insgesamt entstehen in Lüchow-Dannenberg aus beiden Umsatzstufen 27,9 Mio. € Einkommen, was einem relativen Beitrag des Tourismus zum Gesamteinkommen aller Einwohner\*innen im Landkreis von rund 2,7% entspricht.



### TOURISTISCHE NACHFRAGE

**Die Tagesreisenden dominieren den Markt**

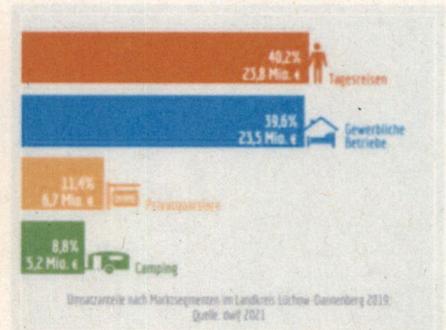
Im Jahr 2019 wurden insgesamt rund 1,677 Mio. touristische Aufenthaltstage im Landkreis Lüchow-Dannenberg verbracht. Der dominierende Anteil entfällt auf die privat motivierten Tagesreisenden. Sie sind rein quantitativ das mit Abstand wichtigste Nachfragesegment. Rund jeder 8. Aufenthaltstag ist mit einer Übernachtung in einem gewerblichen Betrieb verbunden.



### UMSATZWIRKUNGEN DER MARKTSEGMENTE

**59,2 Mio. € werden durch den Tourismus erzielt**

Der Tagestourismus ist mit 71,5 % der Aufenthaltstage das größte Nachfragesegment in Lüchow-Dannenberg. Mit 28,8 Mio. € generieren sie auch den größten Teil des Umsatzes. Der Anteil an den Umsätzen ist mit 40,2 % jedoch nicht wesentlich höher als der Anteil der Übernachtungsgäste in gewerblichen Betrieben. Dies lässt sich mit den verhältnismäßig geringeren Tagesausgaben der Tagesreisenden erklären.



Marketingbüro Wendland.Elbe | Compass Tourismus Partner eG | Christophstr. 15-17 | 50670 Köln | E-Mail: info@wendland-elbe.de | www.wendland-elbe.de

## Angebot

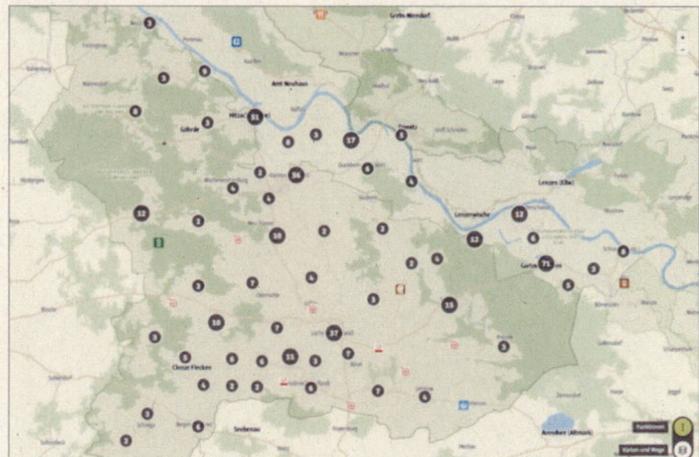


Marketingbüro Wendland.Elbe | Compass Tourismus Partner eG | Christophstr. 15-17 | 50670 Köln | E-Mail: [info@wendland-elbe.de](mailto:info@wendland-elbe.de) | [www.wendland-elbe.de](http://www.wendland-elbe.de)

## Angebot

In Online Datenbank abrufbar:

- 500 POI
- 40 Wander- und Radrouten
- Outdooractive, TMN Data Hub



Marketingbüro Wendland.Elbe | Compass Tourismus Partner eG | Christophstr. 15-17 | 50670 Köln | E-Mail: [info@wendland-elbe.de](mailto:info@wendland-elbe.de) | [www.wendland-elbe.de](http://www.wendland-elbe.de)

## Angebot

---

- Natur
- Kultur
- Veranstaltungen
- Aktivitäten
- Regionale Produkte
- Tagungen und Seminare



---

Marketingbüro Wendland.Elbe | Compass Tourismus Partner eG | Christophstr. 15-17 | 50670 Köln | E-Mail: [info@wendland-elbe.de](mailto:info@wendland-elbe.de) | [www.wendland-elbe.de](http://www.wendland-elbe.de)

---

## 3. Rahmenbedingungen

---

## Rahmenbedingungen

---

### Konzepte und Strategien, die zugrunde liegen:

- TMN-Strategie
- Zunfts-konzept Elbtal-aue-Heide-Wendland
- Regionales Entwicklungskonzept
- Auditbericht Green Destinations

## Rahmenbedingungen

---

### Zukunftstrends im Tourismus

- Folgen der Covid19 Pandemie
- Nachhaltigkeit
- Demographischer Wandel
- Heterogene Gesellschaft
- Digitalisierung
- Reisezweck
- Individualisierung



## 4. SWOT-Analyse und Konfrontationsmatrix

Marketingbüro Wendland.Elbe | Compass Tourismus Partner eG | Christophstr. 15-17 | 50670 Köln | E-Mail: info@wendland-elbe.de | www.wendland-elbe.de

### SWOT - Zusammenfassung

#### Stärken

- ✓ Rundlingsdörfer
- ✓ Elbe und Elberadweg
- ✓ Kulturelle und künstlerische Angebote
- ✓ Innovative Angebote, Leitbetriebe
- ✓ Umweltbildung und Nachhaltigkeit
- ✓ Positionierung und Profil
- ✓ ...

#### Schwächen

- Hohe Saisonalität, niedrige Ausgaben
- Wenige Schlechtwetterangebote
- Qualitativ hochwertige Unterkünfte fehlen
- Gastronomische Angebote fehlen
- Privatwirtschaft nicht finanziell beteiligt
- Zusammenarbeit zwischen Samtgemeinden
- ...

#### Chancen

- ✓ Digitalisierung und Open Data
- ✓ Trend zu Nachhaltigkeit
- ✓ Trend zu Workation und Bildungsangeboten
- ✓ Steigende Nachfrage nach Kulturtourismus
- ✓ ...

#### Risiken

- Arbeitskräftemangel
- Steigende Qualitätserwartungen der Gäste
- Klimawandel
- Fehlende Investitionen
- ...

## Konfrontationsmatrix

	Stärken	Schwächen
Chancen	<p><b>Ausbauen!</b></p> <p>Aus welchen Stärken ergeben sich neue Chancen?</p>	<p><b>Aufholen!</b></p> <p>An welchen Schwächen müssen wir arbeiten, um Chancen zu nutzen?</p>
Risiken	<p><b>Absichern!</b></p> <p>Welche Stärken helfen, mögliche Bedrohungen zu minimieren?</p>	<p><b>Vermeiden!</b></p> <p>Weiterentwickeln, damit Schwächen nicht zu mehr Risiken werden.</p>

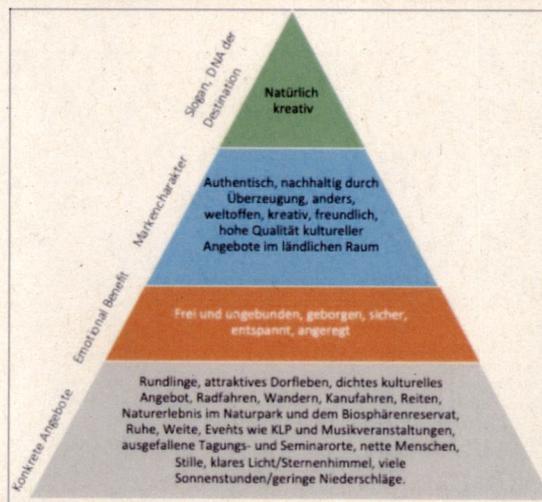
## Konfrontationsmatrix - zusammengefasst

	Stärken	Schwächen
Chancen	<p><b>Ausbauen!</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Profil weiter entwickeln und schärfen</li> <li>✓ Digitalisierung ausbauen</li> <li>✓ Workation Angebote ausbauen</li> <li>✓ Tagungs- und Seminarangebote ausbauen</li> <li>✓ Investoren mit nachhaltigem Portfolio ansprechen</li> <li>✓ Bildungsangebote ausbauen</li> </ul>	<p><b>Aufholen!</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Saisonunabhängige Angebote stärken</li> <li>✓ TIs stärker in Vertrieb einbinden</li> <li>✓ Zusammenarbeit der Samtgemeinden fördern</li> <li>✓ Auslandsmarketing stärken</li> <li>✓ Innenmarketing intensivieren</li> <li>✓ Barrierefreie Angebote ausbauen</li> </ul>
Risiken	<p><b>Absichern!</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Nachhaltigkeit zur Qualitätssteigerung nutzen</li> <li>✓ Kampagne: Arbeitnehmerfreundliche Tourismusdestination</li> <li>✓ Kommunikation nach Innen stärken</li> </ul>	<p><b>Vermeiden!</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Investitionsförderung betreiben</li> <li>✓ Qualität steigern</li> <li>✓ Stärker zusammenarbeiten</li> </ul>

# 5. Positionierung und Nachhaltigkeit

Marketingbüro Wendland.Elbe | Compass Tourismus Partner eG | Christophstr. 15-17 | 50670 Köln | E-Mail: info@wendland-elbe.de | www.wendland-elbe.de

## Positionierung



Marketingbüro Wendland.Elbe | Compass Tourismus Partner eG | Christophstr. 15-17 | 50670 Köln | E-Mail: info@wendland-elbe.de | www.wendland-elbe.de

# Green Destinations



Green Destinations Standard V2

2 Destination: Absoluten	100%
Regionale Informationen	5/10
Verfügbarkeit der Unterkunft	11/12

3 Destinationmanagement	100%
Wartung / Contentment & Organisation	11/12
Marketing & Entwicklung	10/12
Stellenmanagement	10/12
Strengehaltung & Buchhaltung	10/12
Einbindung von Mitarbeitern & anderen Stakeholdern	10/12

3 Natur und Landschaft	100%
Natur & Schutz	1/1
Natur & Topografie	1/1

3 Umwelt & Klima	100%
Umweltbildung & Umweltbewusstsein	1/1
Wasser Management	1/1
Abfall und Recycling	1/1
Energie, Nachhaltigkeit & Klimaschutz	1/1
Regulation der Abfallwirtschaft	1/1

Marketingbüro Wendland.Elbe | Compass Tourismus Partner eG | Christophstr. 15-17 | 50670 Köln | E-Mail: info@wendland-elbe.de | www.wendland-elbe.de



## 6. Vision, Ziele

Marketingbüro Wendland.Elbe | Compass Tourismus Partner eG | Christophstr. 15-17 | 50670 Köln | E-Mail: info@wendland-elbe.de | www.wendland-elbe.de

## Unsere Vision

---

Wendland.Elbe ist „The place to be“ für bewusst lebende, reisende und arbeitende Menschen mit Interesse an Kunst und Natur. Die Gäste kommen gern und bleiben lange, weil sie hier ein echtes Miteinander finden. Schon seit langem sind eine intakte Natur, soziales Leben und kreatives Schaffen die Grundpfeiler dieser vielfältigen, ländlichen Region.



Marketingbüro Wendland.Elbe | Compass Tourismus Partner eG | Christophstr. 15-17 | 50670 Köln | E-Mail: [info@wendland-elbe.de](mailto:info@wendland-elbe.de) | [www.wendland-elbe.de](http://www.wendland-elbe.de)

## Unsere Ziele

---

- Steigerung der Übernachtungszahlen
- Eine längere Verweildauer der Gäste
- Steigerung der Nachfrage in der Nebensaison
- Steigerung der Nachfrage aus dem Ausland
- Ausbau des Unterkunftsangebotes
- Etablierung als Workation Destination
- Digitalisierung weiterentwickeln
- Erhöhung der Angebotsvielfalt
- Stärkung der Gastronomie und Schaffung weiterer Angebote
- Qualifizierung der touristischen Anbieter
- Nachhaltigkeit im Tourismus weiter ausbauen
- Steigerung barrierefreier Angebote
- Gästezufriedenheit messen und steigern
- Steigerung eines positiven Tourismusbewusstseins
- Tourist Informationen stärker einbinden und qualifizieren
- Verstärkte Einbindung der Bevölkerung in die Tourismusplanung
- Arbeitskräftemangel beheben

Marketingbüro Wendland.Elbe | Compass Tourismus Partner eG | Christophstr. 15-17 | 50670 Köln | E-Mail: [info@wendland-elbe.de](mailto:info@wendland-elbe.de) | [www.wendland-elbe.de](http://www.wendland-elbe.de)

---

## 7. Handlungsfelder und Maßnahmen

---

Marketingbüro Wendland.Elbe | Compass Tourismus Partner eG | Christophstr. 15-17 | 50670 Köln | E-Mail: [info@wendland-elbe.de](mailto:info@wendland-elbe.de) | [www.wendland-elbe.de](http://www.wendland-elbe.de)

### Handlungsfelder

---

1. Durch nachhaltige Angebote und gezielte Kommunikation die Nachfrage dauerhaft steigern
2. Die Digitalisierung im Tourismus weiter ausbauen
3. Qualität und Nachhaltigkeit der Angebote erhöhen
4. Tourismus durch regelmäßige Kommunikation mit Akteuren stabil weiter entwickeln

---

Marketingbüro Wendland.Elbe | Compass Tourismus Partner eG | Christophstr. 15-17 | 50670 Köln | E-Mail: [info@wendland-elbe.de](mailto:info@wendland-elbe.de) | [www.wendland-elbe.de](http://www.wendland-elbe.de)

## Maßnahmen

### Handlungsfeld 1: Durch nachhaltige Angebote und gezielte Kommunikation die Nachfrage dauerhaft steigern

1	Neue Übernachtungsangebote schaffen	A
2	Bestehende Übernachtungsangebote erweitern	A
3	Gastronomie: Potenziale identifizieren und kommunizieren, Investoren fördern	A
4	Lokale Erzeuger und Gastronomie zusammen bringen	B
5	Versorgungs-Hubs installieren	A
6	Wendland.Elbe als nachhaltige Workation Destination profilieren	A
7	Tagungstourismus fördern, Seminarprogramme ausbauen	B
8	Ausbau von Wohnmobil-Stellplätzen	B
9	Konzept und Umsetzung „Albergo Diffuso“	C

## Maßnahmen

### Handlungsfeld 2: Die Digitalisierung im Tourismus weiter ausbauen

10	Outdooractive Datenbank weiter ausbauen und Community aufbauen	A
11	Digitalisierung weiter ausbauen: Augmented Reality	A
12	Konzept: Tourist Informationen zu digitalen TIs weiter entwickeln	B

### Handlungsfeld 3: Qualität und Nachhaltigkeit der Angebote erhöhen

13	Green Destinations Award in Gold/Platin erzielen	B
14	Betriebe beraten und coachen	A
15	Anzahl zertifizierter Unternehmen erhöhen	B

## Maßnahmen

### Handlungsfeld 4: Tourismus durch regelmäßige Kommunikation mit Akteuren stabil weiter entwickeln

16	Netzwerk der Vermieter und Gastronomen etablieren	A
17	Innenmarketing stärken: Dialog mit Tourismusakteuren und Bevölkerung	A
18	Zusammenarbeit zwischen TIs und Samtgemeinden verbessern	A
19	Lösungen für Betriebsnachfolge finden	B

## Maßnahmen - Beispiele

### Neue Übernachtungsangebote schaffen

Priorität: A

#### Thema:

Ansiedlung mindestens eines mittelgroßen, neuen Unterkunftsbetriebes (mind. 50 Betten), das die Anforderung an Nachhaltigkeit und Individualität erfüllt.

#### Inhalte:

Identifizierung geeigneter Standorte mittels der Potenzialanalyse (s. Maßnahme 3) und gezielte Vermarktung in Kooperation mit der Wirtschaftsförderung. Definition von Kriterien zur Investorenauswahl (Nachhaltigkeit, Unternehmensprofil) sowie Prüfung der geplanten Investitionen.

Für die vielversprechendsten Standorte sollten auf Basis der Analyse, Exposés erstellt werden, für die online, durch Direktsprache oder auf Messen Vertriebsaktivitäten durchgeführt werden. Eine enge Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung und anderen Institutionen ist dabei dringend notwendig.

## Maßnahmen - Beispiele

Wendland.Elbe als nachhaltige Workation Destination profilieren

Priorität: A

### Thema:

Wendland.Elbe als Destination für nachhaltige Workation-Aufenthalte zwischen Hamburg, Hannover und Berlin etablieren und auch als Angebote im Winter positionieren.

### Inhalte:

(...)Regionen und Destinationen im Grünen rücken dabei in das Blickfeld – und müssen einiges an Vorarbeit leisten, um Gäste zu Coworking und Workation vor Ort begrüßen zu können.

So sind Fragen der An- und Abreise wie der Mobilität vor Ort ebenso entscheidend wie das Freizeit- und Erlebnisangebot abseits der beruflichen Verpflichtungen. All diese Informationen müssen gebündelt und online auffindbar sein. Das bestehende Outdooractive-/Open-Data-Portal von Wendland.Elbe bietet dafür beste Voraussetzungen, um Workation-geeignete POIs zu präsentieren und auffindbar zu machen. In weiteren Schritten sollte eine eigene Produktentwicklung im Bereich Workation ebenso ins Auge gefasst werden wie die Verzahnung mit Unternehmen, Handwerkern und Start Ups vor Ort zusammen mit WendlandLeben (...)

## Maßnahmen - Beispiele

Konzept und Umsetzung „Albergo Diffuso“

Priorität: C

### Thema:

Im Kreisgebiet gibt es eine Vielzahl potenzieller Standorte für ein sog. „Albergo Diffuso“. Dessen Prinzip besteht darin, dass authentische und in lokalem Stil dekorierte Zimmer über verschiedene Gebäude innerhalb des Ortes verteilt sind. Sie alle werden von einem Manager betreut. Ein Frühstück bekommt man in der Küche eines der Häuser oder im Dorfcafé. Dort ist auch die Rezeption. Mit Hilfe dieses ursprünglich in Italien entwickelten Konzeptes wird die (Weiter-/Nach-)Nutzung bestehender Gebäude so ermöglicht, dass davon Gäste und Einheimische gleichermaßen profitieren und Leerstände vor Ort verringert werden.

### Inhalte:

Erarbeitung eines Konzeptes zur Schaffung eines „Albergo Diffuso“: Kriterienliste für Standortsuche, Identifizierung möglicher Standorte, Erarbeitung eines Konzeptes und eines Netzwerks, das das Albergo diffuso vor Ort „trägt“, Umsetzung mithilfe örtlicher Akteure.

Der Prozess kann durch einen öffentlichen Wettbewerb initiiert werden, bei dem sich Orte bewerben und eine beratende Unterstützung bei der Umsetzung erhalten.

## Maßnahmen - Beispiele

Digitalisierung weiter ausbauen: Augmented Reality

Priorität: A

### Thema:

Im Landkreis gibt es eine Vielzahl spannender Themen und Orte, die sich jedoch nicht immer unmittelbar dem Gast erschließen. Mittels digitaler Anwendungen können diese dem Gast erlebbar gemacht und mit Hintergrundinformationen angereichert werden.

### Inhalte:

Zu den nicht ersichtlichen Orten und Informationen gehören beispielsweise private Bereiche oder geschichtliche Entwicklungen in den Rundlingsdörfern, Hintergrundinformationen zu Natur- und Landschaft oder Ateliers und Werkstätten, die nicht regelmäßig geöffnet sind.

Die Idee der Maßnahme ist es, diese Inhalte zu digitalisieren und mittels Augmented Reality Technologie den Gästen über ihre Smartphones zur Verfügung zu stellen.

So werden Maßnahmen der Besucherlenkung und der Informationsvermittlung kombiniert.

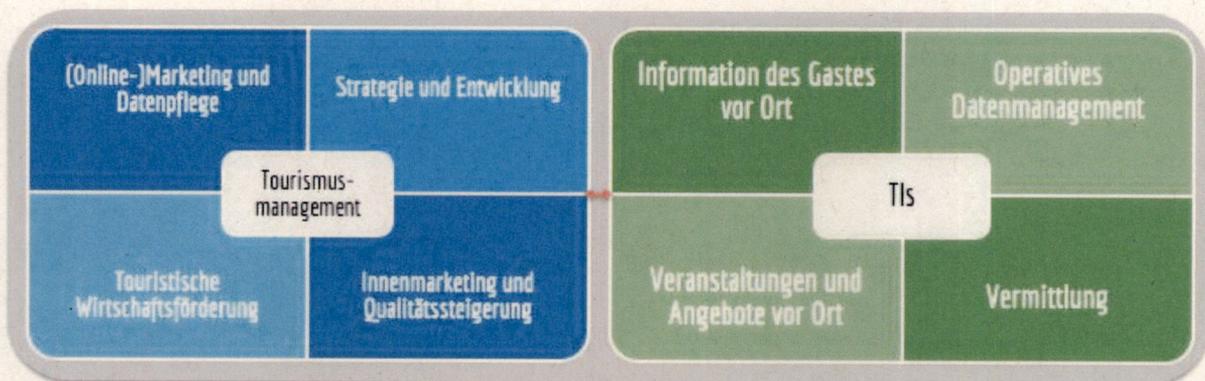
## 9. Organisationsstruktur

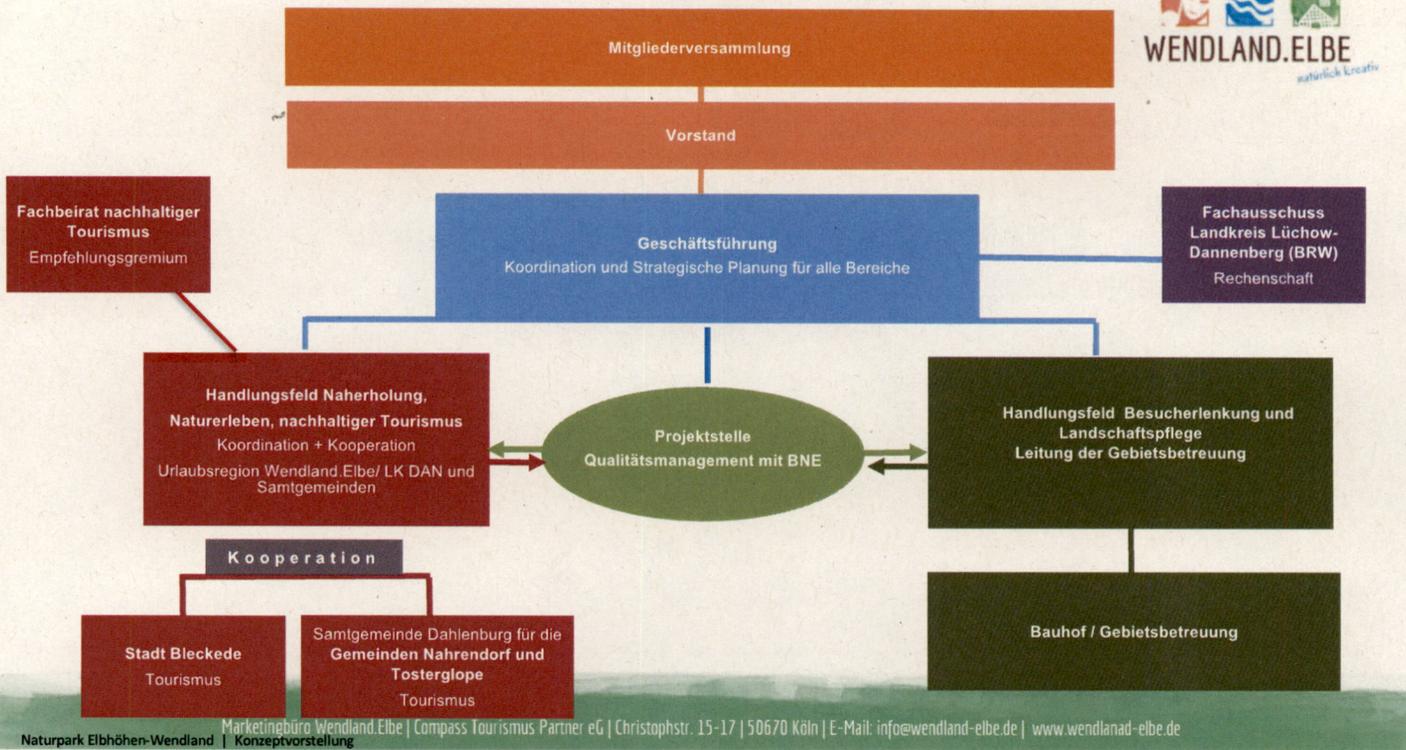
## Zum Hintergrund - Entwicklungen im Destinationsmanagement

### Die Aufgaben haben sich grundlegend geändert

1. Marketing und Kommunikation: Hin zum Datenmanagement Open Data, Social Media & Co.!
2. Daten aller Art (von Geodaten über Öffnungszeiten bis zu Bildern) sammeln, bündeln, veredeln und verteilen
3. Beratung: Leistungsträger befähigen, die für sie richtigen Vertriebspartner unter der Vielzahl der Plattformen zu finden
4. Vertrieb: online: die Destination durch eigene Vertriebsaktivitäten im Markt buchbar halten
5. Sensibilisierung, Beratung etc. von Leistungsträgern im Rahmen eines touristischen „Innovationsmanagements“
6. Strategie und Positionierung sowie Produktentwicklung
7. Innenmarketing, Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe & Qualität sowie Nachhaltigkeit fördern
8. Auf Ortsebene: Infrastruktur entwickeln, Veranstaltungen umsetzen und Gäste informieren
9. Nachhaltigkeit als Führungsaufgabe

## Konkret - Aufgaben des Destinationsmanagements





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Haben Sie Fragen oder Anmerkungen?