



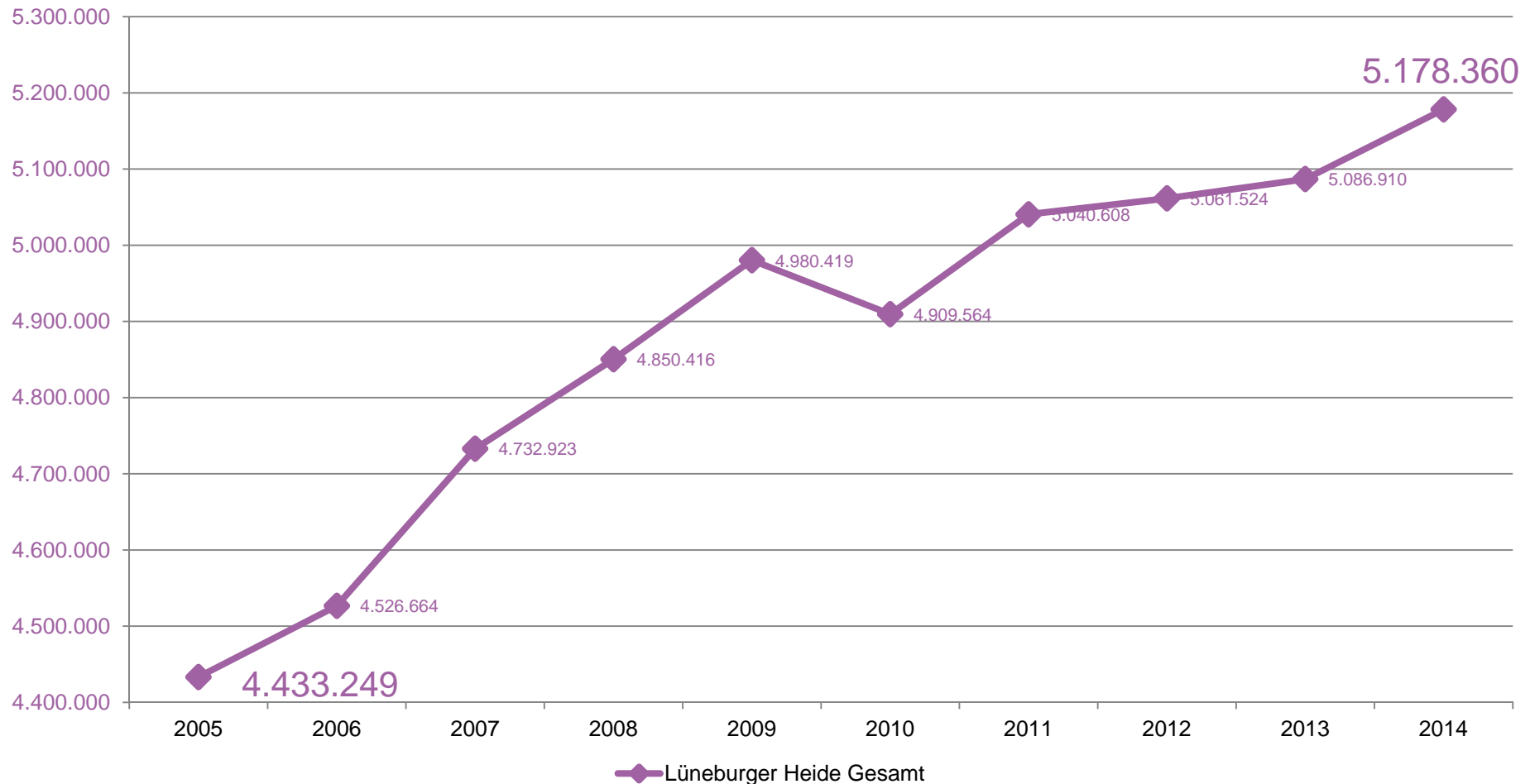
# Die Bedeutung des Naturtourismus für die Lüneburger Heide

24.06.15

Ulrich von dem Bruch

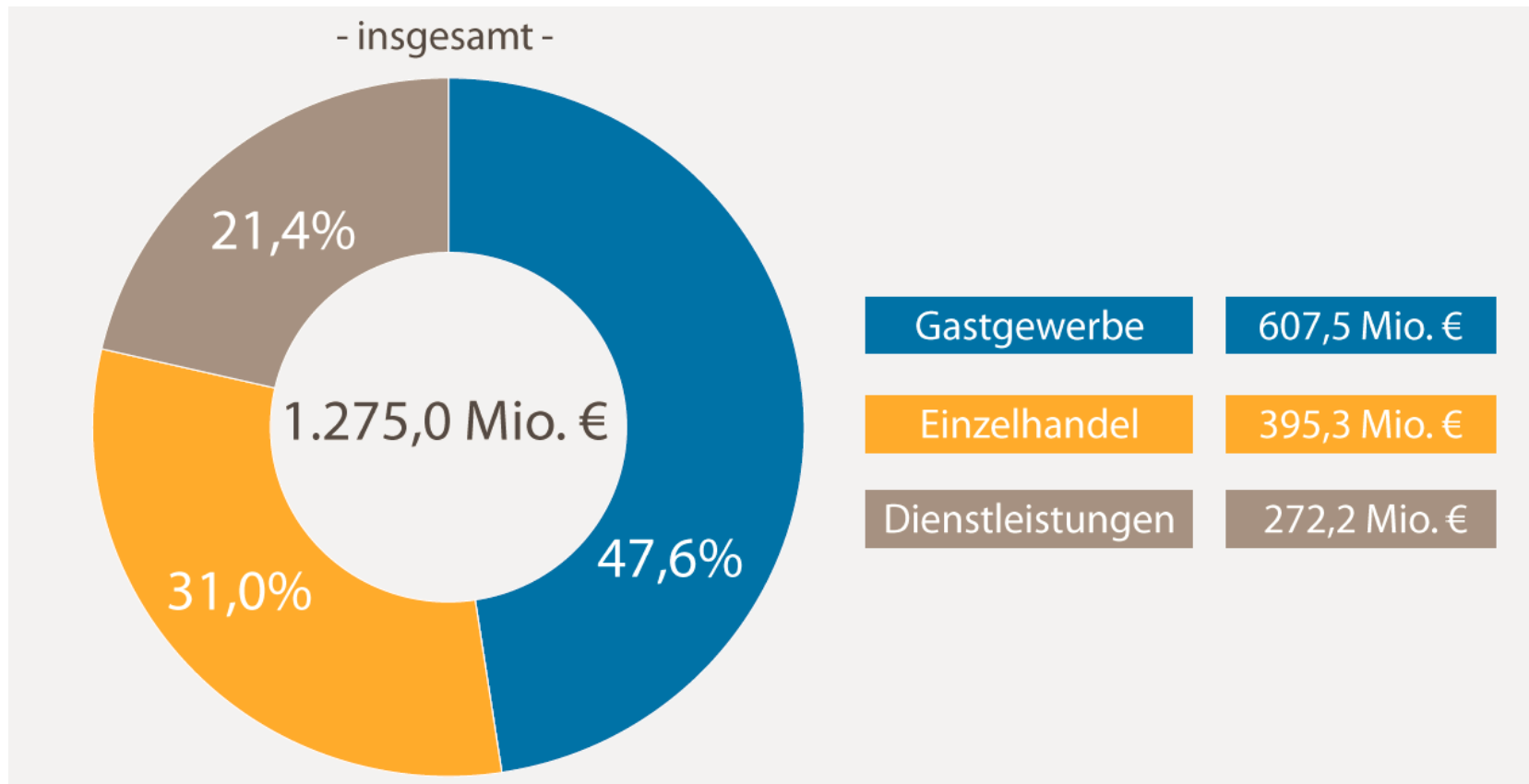


# Entwicklung der Übernachtungen in der Lüneburger Heide sehr gut



Quelle: Landesamt für Statistik, GIVM

# Profiteure des Tourismus in der Lüneburger Heide

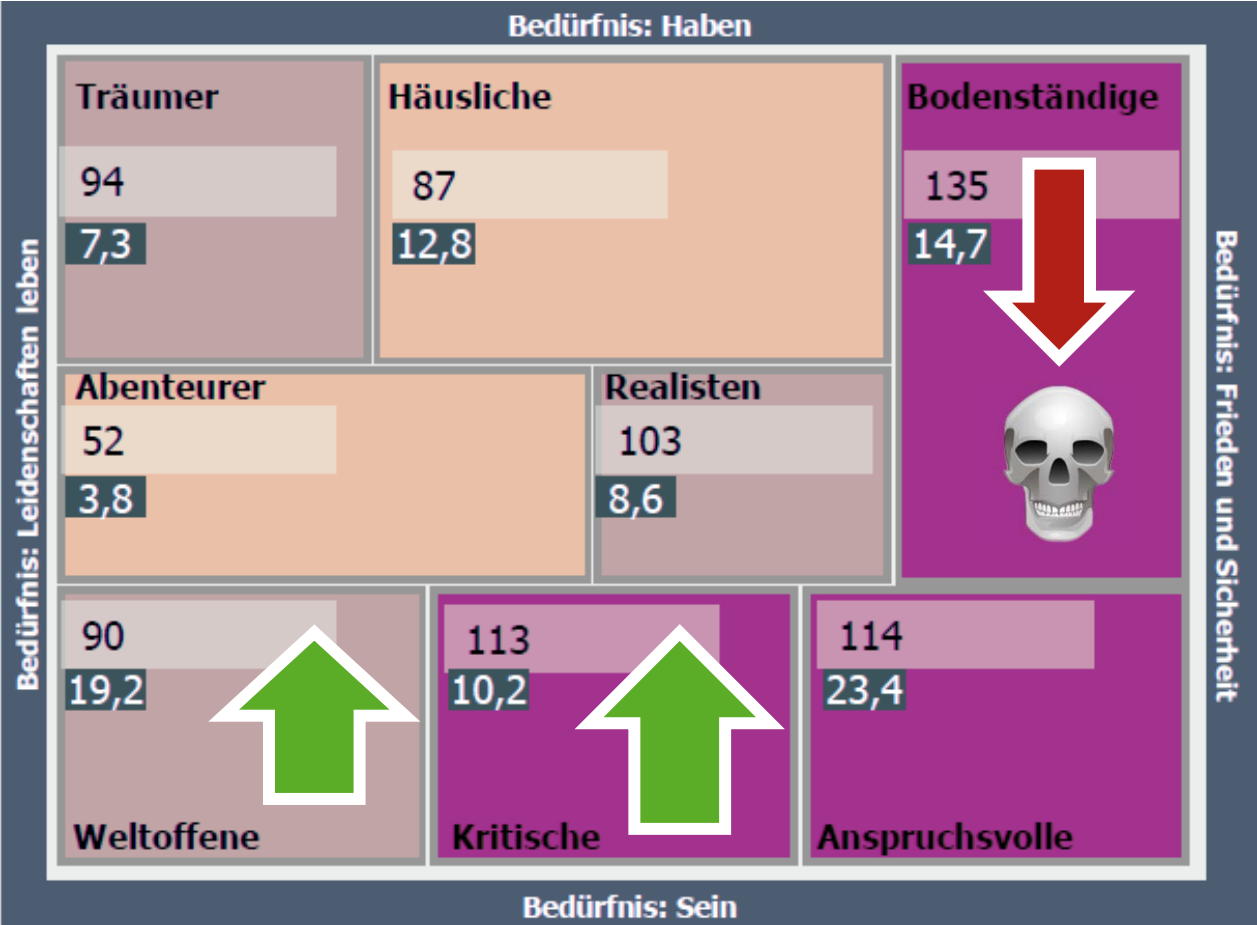


# Große Herausforderungen für den Tourismus in Zukunft

- Deutscher Reisemarkt stagniert
- Zuwächse nur noch aus dem Ausland (Sprachen?)
- Gastgeber „sterben“ weg -> weniger Betten
- Fachkräftemangel
- Infrastrukturprobleme in ländlichen Gebieten
- Überalterung der Bevölkerung
- Digitalisierung
- Brüssel

Niveau halten = Erfolg

# Kundensegmentierung der Lüneburger Heide



# Viel mehr Wissen, als früher

## **Wir kennen von unseren potentiellen Kunden:**

- Alle Lebensgewohnheiten
- Kaufgewohnheiten
- Farbpräferenzen, Lieblingsformen usw.
- Urlaubswünsche
- Ansprachemöglichkeiten im Marketing
- Lieblingsmedien
- etc

# Der kritische Naturliebhaber

- Liebt die Natur, denkt „Öko“
- Arbeitet ehrenamtlich mit, um die Natur zu erhalten (NABU, Bund, etc)
- Ist sehr wissbegierig, hinterfragt ständig
- Sucht tiefe Information (GEO)
- regionale Küche, Produkte aus der Region, Bio-Ecke beim Frühstück
- Naturnahe Unterkünfte mit Farben aus der Natur
- will als Bodenbelag Holz oder Stein, keinen Teppich
- braucht WLAN, braucht eine Leseecke
- Liest „Landlust“



# Neue Marketingstrategie

- Neue Marke





# Neue Marketingstrategie

- Dazu Themenmarken



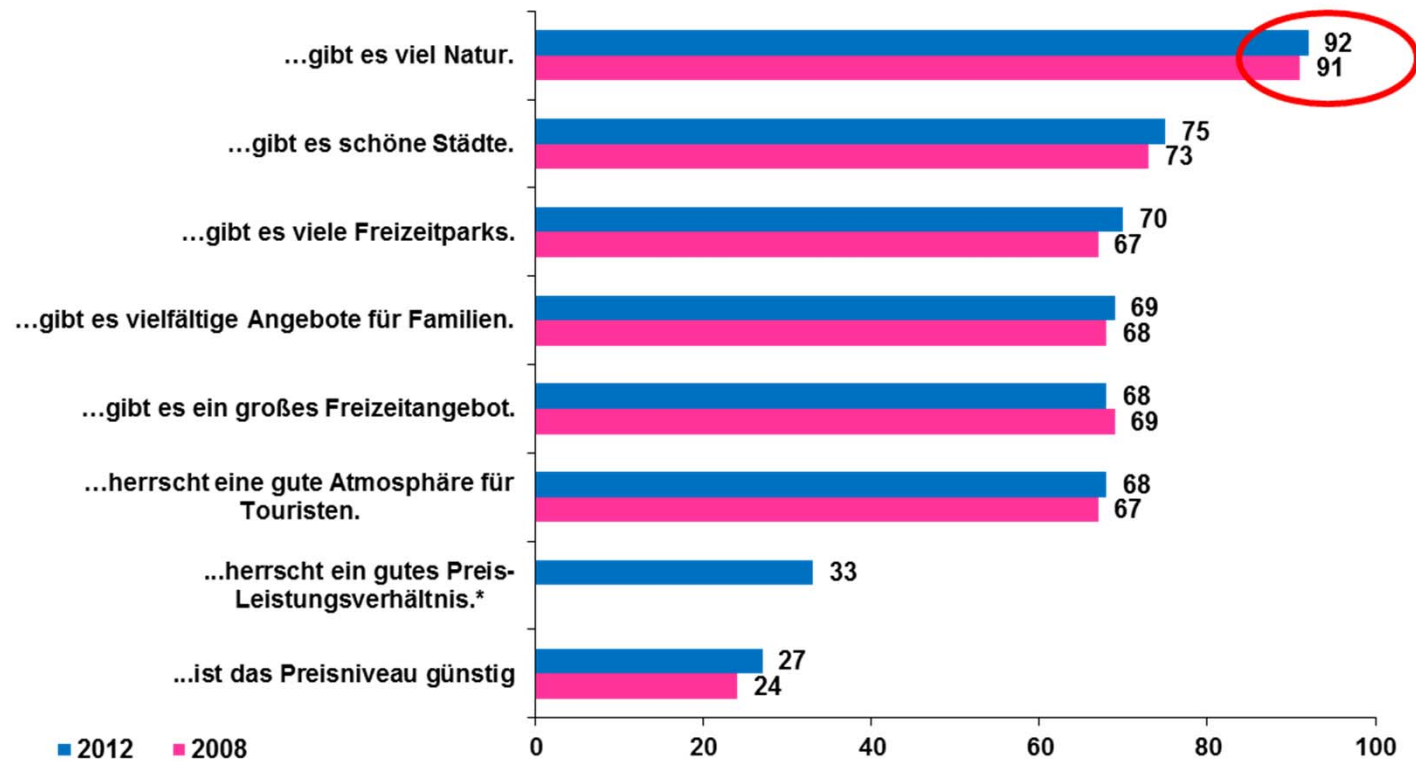
# Naturtourismus



- Die Lüneburger Heide wird bundesweit als Naturregion gesehen
- Die Zielgruppe der Naturliebhaber ist die am stärksten wachsende in D (Landlust-Trend)
- Unser größter USP ist das autofreie Naturschutzgebiet

# Image der Lüneburger Heide

- Mit über 90% dauerhaft an Platz 1: NATUR



# Neue Produkte werden geschaffen

The screenshot displays the 'NaturZeit-Kalender' website. It features a navigation menu on the left with categories like 'Interessantes', 'Top Angebote', and 'Atempause'. The main content area is titled 'NaturZeit-Kalender' and includes sections for 'Blauer Wunder „Moorfrosch“', 'Zeit der Zugvögel: Millionen Vögel zu Gast in der heide', and 'Tanz der Kraniche / Brutzeit der Kraniche'. A 'Online Buchung' sidebar on the right allows users to search for accommodations based on location, dates, and room preferences. There are also icons for 'Wald', 'Land', and 'Spaß' at the bottom of the page.

- Beispiel: Die Naturliebhaber suchen tiefere Informationen über die Heide. Wir haben einen **NaturZeit Kalender** geschaffen mit Naturereignissen in der Heide, auch jenseits der Heideblüte. Das entspricht 100% den Wünschen dieser Zielgruppe.

- Blaues Wunder „Moorfrosch“
- Tanz der Kraniche
- Wollgrasblüte
- Laubfroschkonzerte

# Herausforderung: Digitalisierung

- 90% der Reise-Information geht über das Internet
- 60-80 mal täglich schaut ein Deutscher auf sein Smartphone
- Über Facebook erreicht man mehr Menschen, als über die Bild Zeitung
- Gäste meiden Hotels ohne WLAN

# Sind wir darauf schon eingestellt?

- Smartwatch



- Autos ohne Fahrer



- Datenbrillen



# Herausforderung: Digitalisierung

Der Tourismus braucht digitale Anwendungen

- Navigationssysteme durch die Natur sorgen für Naturschutz
- Augmented Reality Anwendungen erklären die Natur
- Der Reiseführer von heute ist das Handy

# Herausforderung: Wissenstransfer

Der Tourismus braucht Naturerlebnisse

- Extrem gut ausgebildete Experten als Guide
- Hohe Informationstiefe
- Vorbild: Safari in Afrika, Spurensucher usw. Wo sind unsere Ranger?
- Vorbild: Heide Erlebnis Zentrum. Mehr davon zu anderen Themen



# Herausforderung: Infrastruktur

Der Tourismus braucht die notwendige Infrastruktur, damit sich die Gäste bewegen können

- Beschilderung (auch der Anreise !!)
- Große Parkplätze
- Themenwege !!!
- „Naturblicke“: Türme, Höhlen usw.

Stecken wir den Kopf in den ~~Sand~~ <sup>in die Heide</sup>?

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

