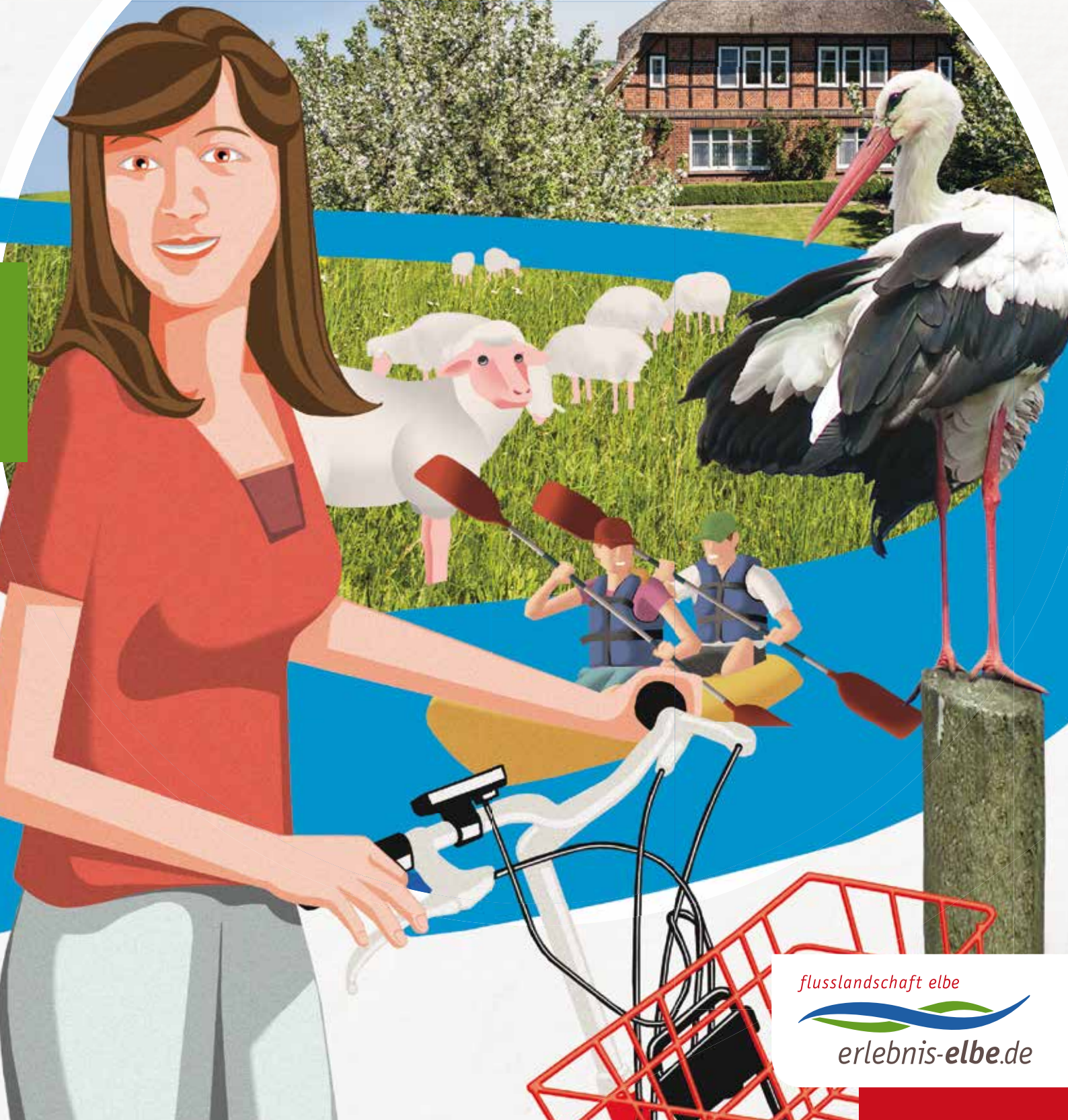


Tourismus- konzept

DESTINATION FLUSSLANDSCHAFT ELBE

2022 BIS 2026



flusslandschaft elbe



erlebnis-elbe.de

Die zehn Kommunen der Region Flusslandschaft Elbe



Tourismuskonzept der Destination Flusslandschaft Elbe 2022–2026

Das vorliegende Tourismuskonzept ist bewusst kurzgefasst und beschränkt sich mit Sicht auf die Lesefreundlichkeit auf die wesentlichen Aussagen. Es werden die gängigen Abkürzungen verwendet. Männer, Frauen und Divers werden im Sprachgebrauch gleichgesetzt. Im Text wird meist die männliche Form genutzt, um den Lesefluss zu erleichtern. Das Konzept ist den aktuellen Rahmen-

bedingungen angepasst, sollte aber als prozessorientierter Ansatz aufgefasst werden, da sich die Rahmenbedingungen meist als dynamisch erweisen und Anpassungen vorgenommen werden müssen. Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. Sämtliche Aspekte bezüglich des Datenschutzes finden Berücksichtigung.

Inhalt	Seite
Inhaltsverzeichnis	4
Abbildungsverzeichnis	5
Grußworte	6
Kapitel 1 Rahmenbedingungen	8
1.1 Hintergrund	8
1.2 Projektübersicht und Zeitplan	10
1.3 Beteiligungsprozesse	12
1.4 Strukturen und Verantwortlichkeiten	13
Kapitel 2 Ausgangslage	16
2.1 Trends im Tourismus	16
2.2 Nachfrageanalyse	22
2.3 Angebotsanalyse	30
2.4 Bedeutung des Tourismus	34
2.5 SWOT-Profil (Stärken – Schwächen – Chancen – Risiken)	42
Kapitel 3 Vision, Ziele, Strategien	48
3.1 Herleitung und Basis	48
3.2 Vision	50
3.3 Zielfelder und Zielthemen	52
3.4 Strategiebox	60
Kapitel 4 Schlussfolgerung	66
Impressum	67

Abbildungsverzeichnis	Seite
Abbildung: Untersuchungsgebiet: Die zehn Kommunen der Region Flusslandschaft Elbe	2
Abbildung: Zeitplan	12
Abbildung: Organigramm Flusslandschaft Elbe GmbH	14–15
Abbildung: Übergreifende touristische Trends	18
Abbildung: Sechs reiseauslösende Trends im Deutschland Tourismus	19
Abbildung: Trends im Naturtourismus	20
Abbildung: Gästekünfte, Gästeübernachtungen, Aufenthaltsdauer Region Flusslandschaft Elbe 2009–2020	23
Abbildung: Einzugsgebietsanalyse Region Flusslandschaft Elbe	24
Abbildung: Wirtschaftskraft im Einzugsgebiet der Region Flusslandschaft Elbe	27
Abbildung: Region Flusslandschaft Elbe	31
Abbildung: Online-Umfrage: Bedeutung des Tourismus	35
Abbildung: Tourismusintensität 2016–2020	38–39
Abbildung: SWOT-Profil Region Flusslandschaft Elbe	42
Abbildung: Online-Umfrage: relevante touristische Themen einer Region	51
Abbildung: Zielfelder und Zielthemen Region Flusslandschaft Elbe	52–53
Abbildung: Strategiebox Region Flusslandschaft Elbe	60–61
Abbildung: Online-Umfrage: Hauptthemen Region Flusslandschaft Elbe	62

Grußworte

Liebe Leserinnen und Leser,

seit langer Zeit begeistert die Destination Flusslandschaft Elbe Menschen aus der Region sowie Besucherinnen und Besucher aus ganz Deutschland. Wer die einzigartige, unberührte Natur an der Elbe hautnah erleben will, der ist hier genau richtig. Hinzu kommt eine Vielzahl an erlebnisreichen Freizeitmöglichkeiten für jede Altersklasse – das Gesamtpaket stimmt. Die Entwicklung des Areals zeigt bereits seit Jahren in eine positive Richtung und wir sind davon überzeugt, dass sie das auch weiterhin tun wird. Dabei gilt es, die vorhandenen Potenziale zukünftig noch weiter auszubauen, damit wir gemeinsam den sich stetig verändernden Rahmenbedingungen effektiv begegnen können.

2016 wurde bereits ein Tourismuskonzept für die Destination Flusslandschaft Elbe erarbeitet. Dieses war bis einschließlich 2020 gültig. Mit fachlicher Begleitung des Beratungsunternehmens inspektour GmbH und in Zusammenarbeit mit Lydia Albers sind unsere Landkreise nun den nächsten Schritt gegangen. Entstanden ist ein neues Tourismuskonzept für die kommenden fünf Jahre, also von 2022 bis 2026.

Diese Neukonzeption dient uns als zukunftsorientierter Leitfaden, der die Lüneburg/Harburg, den 01.11.2021

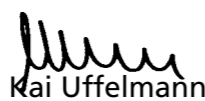


Jens Böther
Landrat – Aufsichtsrat
Landkreis Lüneburg

Grundlage für die Strategieweissung der Destination Flusslandschaft Elbe darstellt. Inhaltlich befassen wir uns mit den Fragen: Was sind die Zielsetzungen für die kommenden Jahre und welche Rahmenbedingungen sind dafür notwendig?

Mit diesen Gedanken im Hinterkopf wollen wir in einem kontinuierlichen und wiederkehrenden Prozess, Maßnahmen passend zur Strategieweissung ausarbeiten. Ganz wichtig ist dabei, dass wir dafür die relevanten Akteurinnen und Akteure mit ins Boot holen. Nur gemeinsam können wir unsere Ziele erreichen. Gerade deshalb liegt uns dieser Ansatz besonders am Herzen. Der Landkreis Lüneburg und der Landkreis Harburg bestehen aus vielen Kommunen, es gibt viele Partnerinnen und Partner, welche die Destination Flusslandschaft Elbe entwickeln und mit Leben füllen möchten. Ein akzeptiertes und kooperatives Miteinander ist dabei der Schlüssel zum Erfolg.

Wir freuen uns darauf, mit Ihnen weiterzuarbeiten und das neue Tourismuskonzept umzusetzen. Packen wir es gemeinsam an, lassen Sie uns etwas bewegen und nutzen Sie die Chance, den Tourismus in dieser einzigartigen Region mitzugestalten.



Kai Uffelmann
1. Kreisrat – Aufsichtsratsvorsitzender
Landkreis Harburg



Abbildung: „FGS Lüneburger Heide“ vor Stiepelse, Amt Neuhaus

Quelle Foto: M. Tiemann

Kapitel 1 | Rahmenbedingungen

1.1 Hintergrund

Die gemeinsame Festlegung von **Rahmenbedingungen, Zielen** und **Strategien** ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die positive Weiterentwicklung einer touristischen Destination, um den zukünftigen Begebenheiten und Herausforderungen flexibel begegnen zu können.

Die Destination Flusslandschaft Elbe hat bereits im Jahr 2016 ein Tourismuskonzept mit einer Gültigkeit bis ins Jahr 2020 erarbeitet. Nun soll dieses **Tourismuskonzept** die Ausrichtung für die kommenden **fünf Jahre** festschreiben. Dabei geht es in der zukünftigen Konzeption der Destination Flusslandschaft Elbe darum, sich gemeinsam, klar und im Einvernehmen für die Zukunft zu positionieren. Dieses umfasst ein einheitliches Verständnis für die Rolle und die Bedeutung der Organisation an sich sowie eine touristische Zielrichtung für die Region und die dazu passende Strategie, mit welcher die Zielsetzung erreicht werden kann. Die Destination ist noch sehr jung und besteht seit 2009, also seit 12 Jahren. Besonders die verschiedenen Strukturen in den beteiligten Orten der Flusslandschaft Elbe und damit auch die unterschiedlichen Entscheidungsträger stellen die Region, deren Zusammenarbeit, aber auch die Dachmarkenorganisation dieser Region, die Flusslandschaft Elbe GmbH, vor besondere Herausforderungen.

Mithilfe dieser Konzeption soll es gelingen, sich nicht nur der Inhalte für die Region bewusst zu werden, sondern auch gemeinsam die strukturellen Konsequen-

zen für Entscheidungsprozesse und die Arbeit im Miteinander zu erkennen und bei Bedarf zu justieren. Ein **integrativer** und vor allem gemeinsamer **Prozess** mit allen Beteiligten stand dabei im Mittelpunkt der Konzepterarbeitung. Dies soll sich aber auch bei den darauf aufbauenden Schritten so darstellen. Es gilt kontinuierlich, die aktive Beteiligung der relevanten Akteure zu stärken und damit gemeinsam als Resultat eine akzeptierte Neuausrichtung für die Destination Flusslandschaft Elbe auszuarbeiten, mit Leben zu füllen und ganzheitlich kontinuierlich im Zeitverlauf zu reflektieren.

Im Ergebnis beschreibt das hiermit vorliegende, **zukunftsorientierte Rahmenkonzept** die zukünftige Strategieweise der Destination Flusslandschaft Elbe für die kommenden fünf Jahre. Dieses Konzept definiert somit die notwendigen Rahmenbedingungen und Zielsetzungen für die Destination und kann damit als Grundlage für die kontinuierliche Umsetzungsarbeit genutzt werden und der langfristigen touristischen Ausrichtung dienen. Neben dieser Steuerungsfunktion für Politik, Leistungsträger und Bevölkerung dient das Tourismuskonzept auch als eine Voraussetzung für die Förderung von Projekten.

In einem weiteren Prozess werden darauf aufbauend die zur Strategieweise passenden **Maßnahmen** und Arbeitsschritte zur Umsetzung erarbeitet. Es sind daher bewusst in diesem Papier keine kon-

kreten Maßnahmen zur Umsetzung aufgeführt. Ziel ist es, künftig jährlich einen Maßnahmenworkshop mit den relevanten Akteuren durchzuführen, um somit sicherzustellen, dass die wesentlichen und dringlichen Maßnahmen je definiertem Zielfeld zum richtigen Zeitpunkt umgesetzt werden können.

Insofern ist das vorliegende Konzept nicht inhaltlich abschließend zu verstehen. Vielmehr dient es zum jetzigen Zeitpunkt als **Arbeitsgrundlage**, in der alle aktuell bekannten Rahmenbedingungen berücksichtigt wurden und eine einheitliche Ausrichtung für die Zukunft definiert wurde.

Hamburg, 1. November 2021

L. Schönrock

Laura Celine Schönrock
inspektour GmbH

Lydia Albers

Lydia Albers
Seminare & Trainings



Abbildung: Brücke Luhewiesen

Quelle Foto: M. Tiemann

1.2 Projektübersicht / Zeitplan

Die folgende Übersicht zeigt den **Projekt-
ablauf** des vorliegenden Konzeptes, ein-
geteilt in fünf Arbeitspakete. Während der
gesamten Projektbearbeitung hat der Auf-
sichtsrat der Flusslandschaft Elbe GmbH in
Unterstützung durch den Marketingaus-
schuss die Projektsteuerungsfunktion über-
nommen. Somit konnten eine kon-
tinuierliche Einbindung und inhaltliche
Rückkoppelung gewährleistet werden und
die erhaltenen Erkenntnisse gemeinsam zu
konkreten Handlungen führen.



Abbildung: Aussichtsturm Mahnkenwerder

Quelle Foto: J. Kowald

Projekttablauf

Arbeitspaket 1 | Workshop-Reihe

- » Vorbereitung/Organisation, Durchführung/Moderation, Nachbereitung/Dokumentation
- » Definition der Akteure im Beteiligungsprozess
- » Arbeitstreffen:
 - Auftaktveranstaltung im Aufsichtsrat
 - Konkretisierung im Marketingausschuss
 - Strategieausrichtung Aufsichtsrat und Marketingausschuss
 - Zwischenbetrachtung des Projektverlaufs mit dem Aufsichtsrat
 - Feinabstimmung mit Aufsichtsrat und Marketingausschuss

AP 1

Arbeitspaket 2 | Beteiligungsverfahren

- » Entwicklung eines Online-Fragebogens zur aktiven Mitnahme aller regionalen, touristischen und politischen Akteure
- » Nach Bedarf kurze Telefon-/Videogespräche
- » Auswertung und Zusammenfassung der Ergebnisse
- » Feinjustierung der Zielsetzung im Mailverfahren an alle Bürgermeister und Mitglieder der jeweiligen Tourismusausschüsse im Projektgebiet

AP 2

Arbeitspaket 3 | Ergebnisse Workshops

- » Aufbereitung der ermittelten Ergebnisse

AP 3

Arbeitspaket 4 | Tourismuskonzept Destination Flusslandschaft Elbe

- » Betrachtung der maßgeblichen touristischen Marktveränderung
- » Ableitung/Aktualisierung der Stärken/Schwächen bzw. Chancen/Risiken
- » Aufbereitung der Ergebnisse aus dem Beteiligungsprozess
- » Erstellung der neu ausgerichteten Tourismuskonzeption 2022 bis 2026

AP 4

Arbeitspaket 5 | Abschlusspräsentation, Infoveranstaltung

- » Darstellung der Kernergebnisse im Rahmen einer Präsentation für die Öffentlichkeit

AP 5

Während der gesamten Projektlaufzeit mussten die geplanten Termine und Prozesse an die Corona-Pandemie angepasst werden. Dementsprechend wurden die Workshops und Abstimmungstreffen allesamt digital durchgeführt.

Die Bearbeitungszeit des Projektes hat sich insgesamt auf drei Monate von Mai bis Juli 2021 erstreckt.

Zeitplanung	KW:	12.5.			26.5.			17.6.			06.07.			19.-23.7.			02.11.		
		18	19	20	21	22	23	24	25	27	28	29	30	44	45	46	47		
AP1: Workshop-Reihe			AR		MKA		AR/MKA		AR/MKA										
AP2: Beteiligungsverfahren			Befragungsphase																
AP3: Ergebnisse Workshops																			
AP4: Tourismuskonzept Flusslandschaft Elbe										TK-Fertigstellung	Korrekturschleife	TK-Endversion							
AP5: Abschlusspräsentation/ Infoveranstaltung																	TK-Präsentation		

Abbildung: Zeitplanung

Die inhaltliche Vorstellung der Tourismuskonzeption ist bewusst nach den Sommerferien und nach den Wahlen im Herbst angesetzt. Auf diese Weise soll allen bestehenden, aber auch neuen Vertretern der Region der inhaltliche Einstieg in die neue Konzeption erleichtert werden. Der erste öffentliche Maßnahmenworkshop ist für das Frühjahr 2022 anvisiert.

1.3 Beteiligungsprozesse

Insbesondere die aktive Beteiligung aller relevanten Akteure im Rahmen eines integrativen Prozesses war für die Konzeptbearbeitung bedeutend.

Den Hauptbestandteil der Beteiligung bildete die **Workshop-Reihe** mit den Mitgliedern des Aufsichtsrates und des Marketingausschusses:

- » Auftaktveranstaltung im Aufsichtsrat am 12. Mai 2021, 15.30–18.30 Uhr
- » Konkretisierung im Marketingausschuss am 26. Mai 2021, 10.00–13.00 Uhr
- » Strategieausrichtung
Aufsichtsrat & Marketingausschuss am 17. Juni 2021, 17.00–20.00 Uhr
- » Abstimmungstermin Aufsichtsrat am 23. Juni 2021, 17.00–18.30 Uhr
- » Feinabstimmung mit Aufsichtsrat & Marketingausschuss am 06. Juli 2021, 16.00–18.00 Uhr

Eine kontinuierliche Information und Mitnahme der **Öffentlichkeit (Leistungsträger, Bürgermeister, Einwohner)** wurden gewährleistet durch:

- » Bereitstellung von aktuellen Informationen auf der Internetseite der Destination Flusslandschaft Elbe und in den Social-Media-Kanälen (Facebook und Instagram)
- » Begleitende Pressearbeit in den relevanten Pressekanälen
- » Online-Fragebogen | Laufzeit vom 18. Mai bis 02. Juni 2021
- » Angebot eines Maßnahmenworkshops
- » E-Mail-Rückmeldungsmöglichkeiten zur Zielausrichtung durch die Bürgermeister und die Mitglieder der Tourismusausschüsse der Kommunen in der Zeit vom 24. Juni bis 01. Juli 2021

Im November werden die Ergebnisse des vorliegenden Tourismuskonzepts zusammenfassend auf einer **öffentlichen, digitalen Infoveranstaltung** präsentiert.

1.4 Strukturen und Verantwortlichkeiten

Die Tourismusedwicklung in der Region Flusslandschaft Elbe wird überregional von der im Jahr 2008 gegründeten Flusslandschaft Elbe GmbH im Sinne einer **Tourismusmarketinggesellschaft** bearbeitet. Ziel ist es, den Tourismus an der Elbe und den Nebenflüssen zu fördern sowie den Bekanntheitsgrad als attraktive Reise-region zu steigern. Gesellschafter der GmbH sind die Landkreise Lüneburg und Harburg. Für die regionale Tourismusedwicklung sind die einzelnen beteiligten Kommunen und die jeweiligen Tourist-Informationen in den Orten zuständig.

Die Aufgabe der Flusslandschaft Elbe GmbH ist es u. a. neben der **Vermarktung der Region**, die Verbindung zwischen den **Kommunen, Tourist-Informationen und Leistungsträgern** herzustellen und die touristischen Geschicke der Region in eine gemeinsame Richtung zu lenken. Sie dient neben der Vermarktung somit als **Berater und Netzwerker** in der Region. Zur gemeinsamen Diskussion und Erarbeitung von

strategischen Ansätzen und konkreten Maßnahmen zur Vermarktung der Region wurde zusätzlich ein Marketingausschuss, bestehend aus den touristischen Vertretern aller beteiligten Kommunen sowie aus Vertretern der touristischen Leistungsträger etabliert. Dieser tagt viermal jährlich zu relevanten Themen.



Abbildung: Elbe bei Radegast

Quelle Foto: M. Tiemann

Wichtiger Bestandteil der Destination Flusslandschaft Elbe sind die beiden LEADER-Regionen Achtern-Elbe-Dieck und Elbtalau. Sie dienen vornehmlich der Zusammenarbeit aller Akteure in der Destination und wirken in der Entwicklung des Tourismus wesentlich als Förderer.

Aus den Ergebnissen der Online-Umfrage hat sich herauskristallisiert, dass die Zufriedenheit in der touristischen Zusammen-

arbeit (der Orte, der Tourist-Informationen, der GmbH und der touristischen Akteure [u. a. Beherbergung, Gastronomie, Freizeiteinrichtungen, Kultur, Gästeführer]) untereinander größtenteils gegeben ist, jedoch weiterhin Handlungsbedarf besteht. Dieser Handlungsbedarf wird zum einen in der Zielsetzung der Region sichtbar und zum anderen auch in der zukünftigen Maßnahmenplanung weiter berücksichtigt werden.

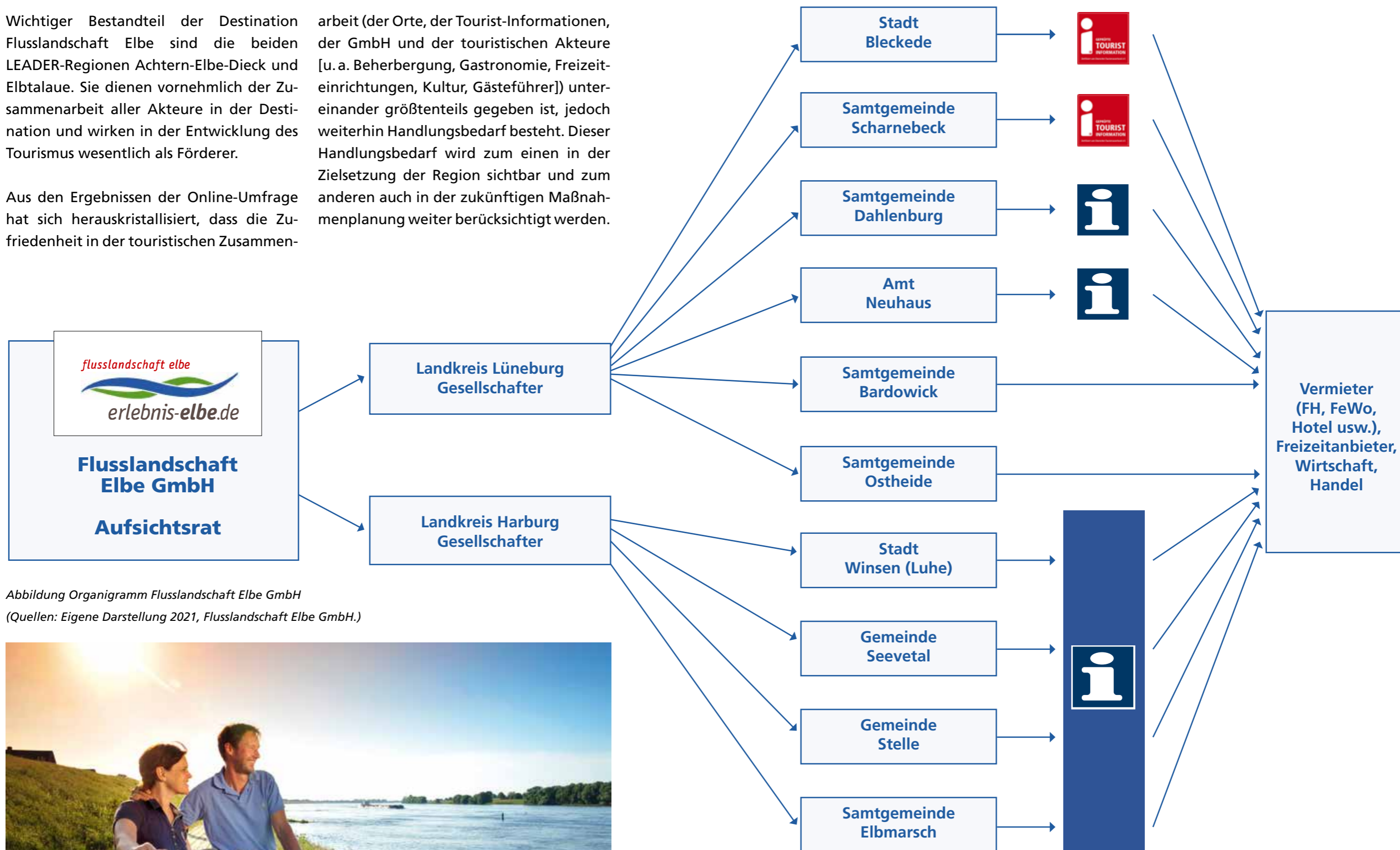


Abbildung Organigramm Flusslandschaft Elbe GmbH
(Quellen: Eigene Darstellung 2021, Flusslandschaft Elbe GmbH.)



Abbildung: Elbe bei Hoopte

Quelle Foto: Photo Company

Kapitel 2 | Ausgangslage

Die Ausgangslage erfasst den **Status Quo** der touristischen Begebenheiten der Region Flusslandschaft Elbe. Dabei wurden sowohl die zu berücksichtigenden **Trends**, die relevanten **Angebots-** und **Nachfrageaspekte** als auch die **Bedeutung des Tourismus** kurz beleuchtet. Anschließend wurden die wesentlichen Stärken und Schwächen sowie potenzielle Chancen und Risiken in einer **SWOT-Analyse** zusammengefasst. Im Rahmen dieser Analyse wurden bereits vorhandene Daten aus dem ehemaligen Tourismuskonzept, aus weiteren Konzepten/Studien sowie statistische Daten/Kennzahlen gesichtet und ausgewertet. Es ist bewusst eine kurze und zusammenfassende Darstellung gewählt, die sich auf die wesentlichen Aspekte konzentriert.



Abbildung: Storch in der Elbmarsch Quelle Foto: K. Görz

Abbildung rechts: Quelle: Eigene Darstellung nach Zukunftsinstitut, future matter, 2021

2.1 Trends im Tourismus

Die Berücksichtigung von aktuellen Trends ist eine Hauptvoraussetzung für eine effektive touristische Weiterentwicklung. Dabei sind sowohl die **gesellschaftlichen Megatrends**, der Einbezug **allgemeiner Trends** (neue Technologien, demographischer Wandel, Nachhaltigkeit, Barrierefreiheit etc.) und **Trendentwicklungen bei Urlaubsthemen** zu beachten. Passend zur aktuellen Situation, sind zusätzlich relevante **Auswirkungen der Corona-Pandemie** aufgeführt.

Gesellschaftliche Megatrends

Megatrends dauern mindestens **50 Jahre** an und wirken sich daher nachhaltig auf alle wichtigen Lebensbereiche aus – sie verändern unsere Gesellschaft. Wichtige Megatrends und veränderte Lebensmodelle mit Bezug zur **touristischen Weiterentwicklung** in der Region Flusslandschaft Elbe werden nachfolgend dargestellt. Die in Farbe hinterlegten Trends sind besonders zu beachten.

Megatrends

Konnektivität	» Organisation der Menschheit in Netzwerken, Schwarmintelligenz
Mobilität	» Ganzheitlich, neue Konzepte und Muster, vernetzt und digital, Treiber für Innovationen
Individualisierung	» Kulturprinzip der westlichen Welt, u. a. bei Freizeit, Konsum, Besitz, Beziehungen
Silver Society	» Anderes und späteres Altern, Heraustreten aus traditionellen Altersrollen, Bedeutung der 3. Lebensphase wächst
Neo-Ökologie	» Nachhaltigkeit, steigende Verantwortung, sozialökologische Maßstäbe in der Nachfrage und unternehmerisches Denken
Wissenskultur	» Wissen ist Macht, ist Gemeingut und Zukunft, leichter Wissenszugang über digitale Medien, lebenslanges Lernen
Digitalisierung	» Technologieevolution, Schnittstellen-, Informations- und Nanotechnologie, Vernetzung/Organisation der Menschheit in Netzwerken
(Klimawandel)	» Der Klimawandel ist allgegenwärtig und die Auswirkungen und Gegenstrategien unklar
Globalisierung	» Hybride Kulturen, kulturelle Vielfalt, globale Risiken, „Glokalisierung“ (Globalisierung + Lokalisierung)
Urbanisierung	» Neue Wohn-, Lebens-, Denk- und Partizipationsformen
New Work	» Work-Life-Balance, Dynamisierung der Arbeit, Verknüpfung von Beruf und Privatleben
Gender-Shift	» Innovation vs. Tradition, Zielgruppen verlieren an Verbindlichkeit, Veränderung von Rollenmustern
Gesundheit	» Mehr in individueller Verantwortung, ganzheitliche Betrachtung, Gesundheit heißt auch Lebensfreude
Sicherheit	» Streben nach Sicherheit ist Reaktion auf die allgemeine Wahrnehmung und nicht der Zustand

Touristische Trends

Das touristische **Angebot**, als auch die touristische **Nachfrage**, sind sich ständig **ändernden Rahmenbedingungen** unterworfen. Erhöhte Gästeansprüche hinsichtlich Qualität, Erlebnisorientierung, Preis und Abwechslung sind verstärkt zu beachten. Aber auch das Bedürfnis nach Sinn-suche, Heimatverbundenheit, Nachhaltigkeit und Regionalität hat Einfluss auf die Reiseentscheidung und deren Gestaltung.

Erfolgreiche Tourismusangebote verbinden **Information** und **Erlebnis**, weisen innovative Elemente auf und erzählen Geschichten (Storytelling/Inszenierung), die den Gästen in Erinnerung bleiben. Erst das positive Erlebnis und damit das in der Er-

innerung bleibende Erlebnis entscheidet über die Begeisterung und die daraus resultierende Weiterempfehlung und Wiederkehrbereitschaft. Heutzutage ist es nicht mehr ausreichend, zufriedene Gäste anzustreben, sondern es geht um begeisterte Gäste. Diese Begeisterung entsteht, wenn es den Leistungsträgern einer Region gelingt, mehr als das, was der Gast erwartet, zu gestalten. Erlebnisse sind in der heutigen, digitalen Welt die geteilten Botschaften, ausschlaggebende Argumente auf Bewertungsplattformen und der emotionale Anker der Gäste zur Wiederkehr.

Zusammenfassend werden die einflussnehmenden **Trends des Tourismus**, u. a. mit Blick auf das Angebot und die Nachfrage, in einer kompakten Darstellung aufgeführt.



Mit diesem Hintergrund ist es für die Region Flusslandschaft Elbe wichtig, im Zeitverlauf stets die Reflektion des eigenen Tuns mit den allgemeinen Entwicklungen abzugleichen und nach Bedarf Anpassungen vorzunehmen.

In der folgenden Abbildung sind die aktuellen **sechs reiseauslösenden Trends des Deutschland Tourismus** dargestellt. Diese spielen für die Region Flusslandschaft Elbe und deren Entwicklung in den nächsten fünf Jahren eine maßgebliche Rolle und sollen in der Angebotsgestaltung und im Umgang mit dem Gast Berücksichtigung finden.



Abbildung oben: Sechs reiseauslösende Trends im Deutschland Tourismus

Quellen: Eigene Darstellung 2020, Bildquellen: www.pixabay.com

Abbildung links: Übergreifende Touristische Trends (Quellen: Eigene Darstellung 2021, Datenquelle: Lohmann / Aderhold (FUR) 2014, future matter 2014, Steinecke difu 2011, ZTB-Zukunft/ A. Reiter 2013, zukunfts|institut 2013, Z_punkt, 2014, DTV 2013/14, Destination Brand 2018-2021)

Trendentwicklungen bei Urlaubsthemen

Insbesondere „Natur und Landschaft erleben“, einer der sechs reiseauslösenden Trends im Deutschland Tourismus (siehe vorherige Abbildung), ist für die Region Flusslandschaft Elbe relevant. Das Urlaubsthema „Natururlaub“ liegt Umfrageergebnissen (GfK SE 2020) zufolge unter den Top 3 der beliebtesten Urlaubsarten. Die Tendenz für die Zukunft ist sogar steigend. Insbesondere Natur in Kombination mit aktiven und erlebnisreichen Elementen ist

bereits sehr beliebt. Es besteht ein erhebliches Potenzial für diese Verknüpfung, da die Urlauber, während sie sich in der Natur aufhalten, gleichzeitig etwas erleben und sich aktiv an etwas beteiligen wollen. Naturexkursionen sind außerdem eine Aktivität mit großer Bedeutung für das Naturerlebnis und werden in Zukunft laut Expertenmeinungen auch noch stark zunehmen.

In der folgenden Abbildung sind die aktuellen Trends speziell im **Naturtourismus** dargestellt.



Abbildung: Trends im Naturtourismus

Quelle: Eigene Darstellung, 2021, Illustrationen: Stock adobe.com

Darüber hinaus gewinnen Schutzgebiete (wie z.B. Nationalparke, Biosphärenreservate und Naturschutzgebiete) touristisch an Bedeutung, indem sie aktiv für die Freizeitgestaltung ausgewählt und aufgesucht werden.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die Region Flusslandschaft Elbe die aktuellen

gesellschaftlichen und touristischen Trends mit der vorhandenen (freizeitouristischen) Infrastruktur und Ausrichtung gut bedienen kann. Handlungsbedarf wird jedoch in der **Verknüpfung**, der **Transparenz der Angebote** in der ganzen Region und der **Zugänglichkeit** zum Angebot (Erreichbarkeit, aber auch Buchbarkeit) gesehen.

Auswirkungen der Corona-Pandemie

Die **Corona-Pandemie** hat sich besonders stark auf die **Tourismusbranche** ausgewirkt und somit auch auf die Region Flusslandschaft Elbe. Aufgrund der massiven **Einschränkungen** in den Bereichen Beherbergung, Gastronomie, Freizeiteinrichtungen und auch im Einzelhandel, hat die Corona-Pandemie deutliche Spuren auch in dieser Region hinterlassen. Die Gäste besuchten die Region lediglich im Rahmen eines Tagesausfluges und hatten kaum Möglichkeiten, ihre Freizeit wie gewohnt zu gestalten. Dazu kommt die starke **finanzielle Belastung** der Betriebe, insbesondere der Kleinunternehmen und Selbständigen, die sich zum Teil trotz der Corona-Überbrückungshilfen nur schwer oder gar nicht über Wasser halten konnten. Insbesondere der verstärkte **Fachkräftemangel**, aufgrund der vielfachen Abwanderung an Arbeitskräften in andere Branchen, verschlechtert die Lage im Tourismus, ganz besonders im ländlichen Raum und erschwert den Neustart der Betriebe erheblich.

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie haben nach Aussage der ADAC Tourismus-

studie Corona 2021 zur Folge, dass sich das **Reiseverhalten** der Deutschen **verändert**. Der Urlaub wird sich zukünftig mehr auf **deutsche Reiseziele** konzentrieren. Reiseplanungen und Buchungen werden eher **kurzfristig** und nicht mehr lange im Voraus durchgeführt. Grundvoraussetzungen für die Reisenden sind die Einhaltung von Hygienestandards, kundenfreundliche Stornobedingungen und Flexibilität der Gastgeber. Die Gäste bevorzugen vermehrt individuelle Unterkunftsformen, wie Camping oder eher kleinere Hotels/Ferienwohnungen.

Die Pandemie hat sich nach Umfrageergebnissen in der Radreiseanalyse des ADFC (2021) ebenso stark auf den **Fahrrad-tourismus** ausgewirkt. Die Anzahl der Tagesausflüge mit dem Fahrrad ist im Jahr 2020 um 40 %-Punkte angestiegen. Auch für das Jahr 2021 planen knapp 70 % eine Radreise. In den Top 10 der beliebtesten Radrouten schafft es der Elberadweg auf den ersten Platz und das Bundesland Niedersachsen auf den dritten Platz der beliebtesten Bundesländer in Deutschland.

Diese Studienergebnisse decken sich mit den Aussagen der Akteure in der Region Flusslandschaft Elbe. Im Rahmen der durchgeführten **Online-Umfrage** bestätigen die Teilnehmer diese positiven Auswirkungen der Corona-Pandemie. Auf die Frage „Nennen Sie positive Auswirkungen der Corona-Pandemie, welche vorteilhaft auf den Tourismus in der Region Flusslandschaft Elbe wirken können. (N=41)“ sieht jeder zweite Teilnehmer den Trend zum **„Urlaub in der Region/in Deutschland“** als **positiven Effekt**. Die Nähe zu Hamburg bzw. die Lage in der Metropolregion Hamburg zeigt sich für die Region als zentraler Vorteil. Passend zu dem Angebotspotenzial der Region wurden die derzeitigen Bedürfnisse der Urlauber aufgezeigt. Aktivitäten, wie Natur erleben und genießen, Fahrrad fahren und Spazierengehen, die wiederum einen An-

2.2 Nachfrageanalyse

Tages- und Übernachtungstourismus

Die Region Flusslandschaft Elbe verzeichnet im **Zeitverlauf von 2009 bis 2020** eine **positive Entwicklung**. Insbesondere ab dem Jahr 2015 ist ein beträchtliches Wachstum im Bereich der Gästeübernachtungen zu erkennen. Desgleichen hat sich auch die Aufenthaltsdauer über die Jahre von 2,4 (2009) auf 3,1 (2020) Tage erhöht. Das Jahr 2019 hatte die bislang höchsten Werte mit rund 148.000 Gästeankünften und knapp 419.000 Gästeübernachtungen.

Die Werte im Jahr 2020 sehen Corona-Pandemie bedingt folglich etwas anders aus. Doch gleichzeitig bringt die Corona-

gebotschwerpunkt in der Region Flusslandschaft Elbe darstellen, stehen dabei im Vordergrund.

Insgesamt kann festgehalten werden, dass die Corona-Pandemie erhebliche **Auswirkungen** auf die Tourismusbranche und das Reiseverhalten der Deutschen hat und auch zukünftig noch haben wird. Trotz der diversen negativen Aspekte sind jedoch die positiven Auswirkungen für die Region nicht von der Hand zu weisen. Zukünftig ist es somit essenziell, die aktuellen Begebenheiten im Blick zu behalten, Angebote zur Begeisterung der Gäste in diesen Segmenten bereitzuhalten und flexibel auf die Bedürfnisse der Gäste zu reagieren.

Pandemie auch neue Potenziale für die Region mit sich, da die Gäste den Heimaturlaub nun vermehrt in Deutschland verbringen.

Das gesamte Bundesland Niedersachsen weist im Zeitverlauf von 2009–2020 eine kontinuierliche Steigerung in der touristischen Entwicklung auf und liegt im bundesweiten Vergleich im oberen Drittel. Beispielsweise lag die Anzahl der Gästeankünfte 2009 noch bei 11.570.048 Millionen, 2019 hingegen bereits bei 15.416.654 Millionen.

Die **Statistik** berücksichtigt geöffnete

Beherbergungsbetriebe mit mindestens 10 Betten und geöffnete Campingplätze mit mindestens 10 Stellplätzen. Da nicht immer alle gewerblichen Betriebe ihre Zahlen an das Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN) melden, wurden in den Gemeinden eigene Hochrechnungen anhand von Vergleichswerten durch die Flusslandschaft Elbe GmbH vorgenommen. Begründet ist dieses aufgrund zu weniger Meldungen aus diesem Ort, sodass aus Sicht des LSN aufgrund des Datenschutzes gar keine Werte dargestellt werden dürfen. Dies trifft vor allem für die Gemeinde Stelle und das Amt Neuhaus zu. Im Jahr 2020 erfolgte

dies auch für die Stadt Bleckede. Für Bardowick liegen keine Vergleichswerte vor, da hier die Zahl der Betriebe unter vier liegt.

Grundsätzlich ist zu beachten, dass nicht das gesamte Angebot (nicht-gewerbliche Betriebe, grauer Beherbergungsmarkt) bzw. die gesamte Nachfrage abgebildet wird. Somit ist es bei Betrachtung der nachfolgend abgebildeten Zahlen erforderlich zu berücksichtigen, dass das Gästeaufkommen bei einer Hochrechnung des grauen Beherbergungsmarktes rund ein Viertel höher ausfällt.

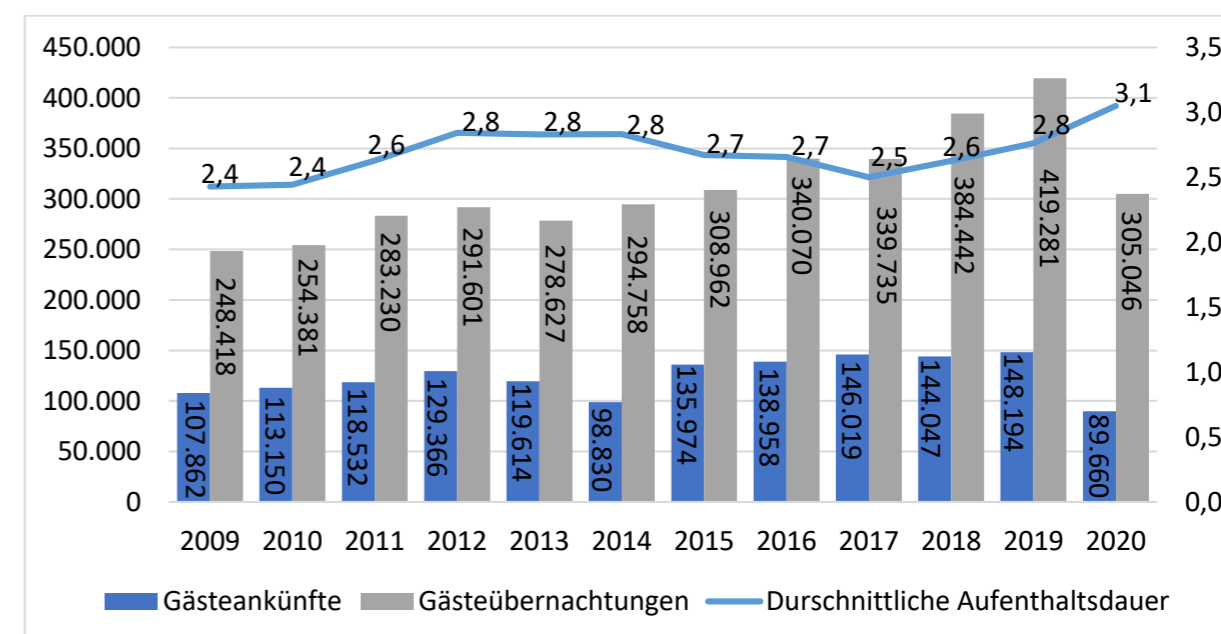


Abbildung: Gästeankünfte, Gästeübernachtungen, Aufenthaltsdauer Region Flusslandschaft Elbe 2009–2020, Quelle: Eigene Darstellung 2021, Landesamt für Statistik Niedersachsen, FLE GmbH

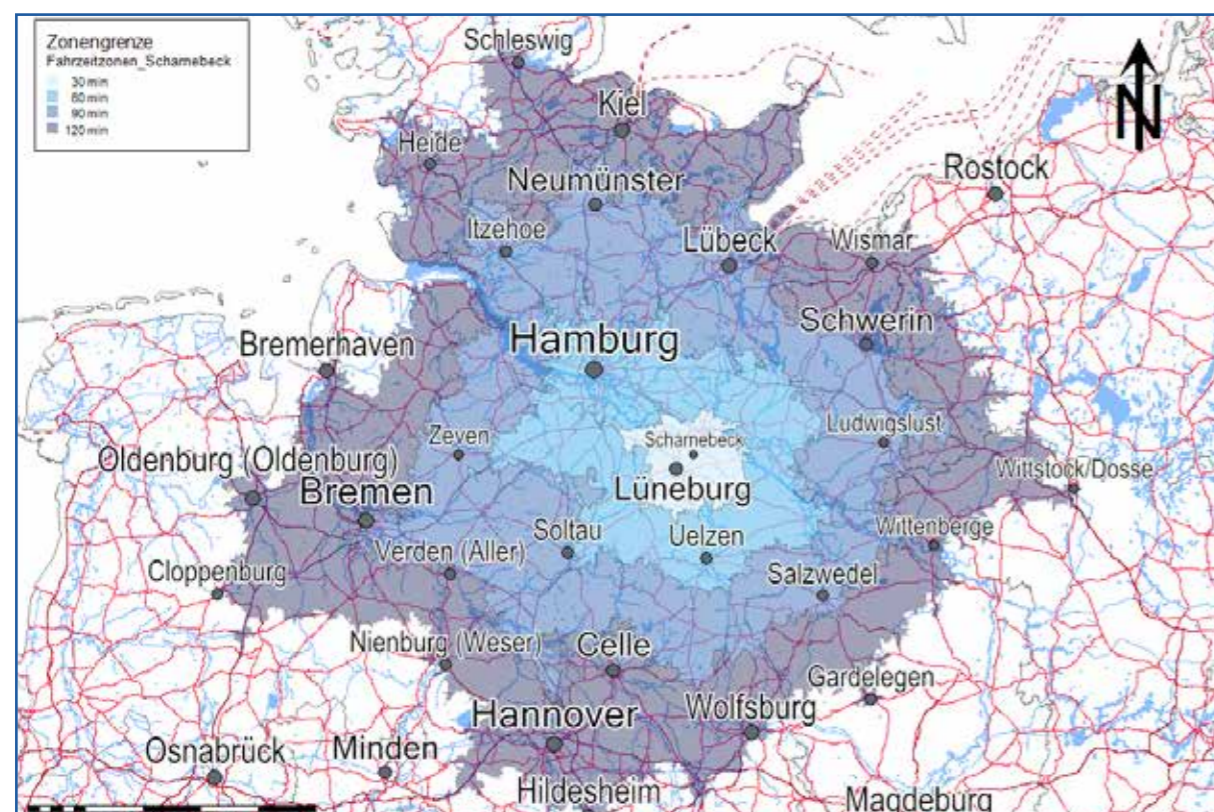
Einzugsgebietsanalyse

Eine **Einzugsgebietsanalyse** hilft einer touristischen Region, die **Herkunft** der **potenziellen** primären (von zu Hause ausgehend) und sekundären (vom Urlaubsort ausgehend) **Tagesgäste** besser einschätzen zu können. Somit lassen sich Rückschlüsse ziehen, inwieweit eine touristische Region als **attraktiver Standort** für Urlauber/Ausflügler oder auch für Investoren der Tourismus-/Freizeitbranche eingeschätzt werden kann.

Es wird jeweils der **Radius** von **30, 60, 90** und **120 Pkw-Fahrminuten** (bei defensiver Fahrweise) betrachtet, innerhalb dessen Tagesausflügler eine möglicherweise noch akzeptable Fahrstrecke in Kauf nehmen (würden), um die Flusslandschaft Elbe zu besuchen. Die Einzugsgebietsdarstellungen sind immer stau- bzw. baustellen-

unabhängig zu verstehen. Aufgrund von Einschränkungen in der Darstellung wurde die Gemeinde Scharnebeck als zentraler Ort der Region und Startpunkt ausgewählt, um das Einzugsgebiet bestmöglich abzubilden.

Bereits innerhalb von 30 Minuten können beispielsweise Einwohner aus der Stadt Lüneburg die Region erreichen. Innerhalb eines Radius von 60 Fahrminuten wiederum können die potenziellen Tagesgäste aus der Stadt Hamburg die Region bereisen. Innerhalb des 90-minütigen Radius können dann weitere Gäste aus größeren Städten wie Lüneburg, Neumünster, Soltau oder Ludwigslust einbezogen werden. Innerhalb des Radius von 120 Minuten sind die Großstädte Bremen, Kiel und Hannover zu berücksichtigen.



Einzugsgebietsanalyse Region Flusslandschaft Elbe

Quelle: Eigene Darstellung mit RegioGraph, 2021

In **allen Zonen** zusammen leben ca. **9,3 Millionen Menschen**. Aufgeschlüsselt nach Fahrtzeiten sieht es wie folgt aus:

Einwohner Zone	00–30 Min.	224.831
Einwohner Zone	30–60 Min.	2.536.550
Einwohner Zone	60–90 Min.	2.343.194
Einwohner Zone	90–120 Min.	4.286.438
Einwohner gesamt		9.391.013

Die Einzugsgebietsanalyse zeigt deutlich das hohe **touristische Potenzial** der Region Flusslandschaft Elbe. Besonders die Zone der Fahrzeit von 30–60 Minuten stellt mit

Blick auf die Einwohnerzahl ein attraktives Einzugsgebiet dar. Demzufolge müssen die touristischen Angebote auf diese potenziellen Gäste angepasst werden.

Wirtschaftskraft Tourismus

Um die Bedeutung des Tourismus abgegrenzt für den Bereich der Flusslandschaft Elbe besser bestimmen zu können, wurde die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus auf Basis folgender Annahmen für das Jahr 2019 nachfrageseitig überschlägig berechnet. Das bedeutet, dass die Zahl der Aufenthaltstage von Gästen,

differenziert nach Segmenten wie Übernachtungsgäste Hotels, Übernachtungsgäste Camping oder Tagesgäste, jeweils mit der Höhe der jeweiligen Tagesausgaben multipliziert wird. Dabei wurden für die Flusslandschaft Elbe folgende Werte (Bezugsjahr 2019) zugrunde gelegt:

Fakten:

- ▶ 177.000 Übernachtungen in Hotels
- ▶ 74.000 Übernachtungen Pensionen und Gästehäusern (>10 Betten)
- ▶ 168.000 Übernachtungen in der Touristik – Camping
- ▶ 101.000 Übernachtungen in Ferienwohnungen (< 10 Betten)
- ▶ 1.3 Mio. Übernachtungen bei Verwandten und Bekannten
- ▶ 2.4 Mio. Tagesreisende

Quelle: Grundlage ift 2016 und eigene Hochrechnung bezogen auf das Jahr 2019)

Durch die insgesamt rund 4.2 Mio. Aufenthaltstage der Tages- und Übernachtungsgäste wurde im Jahr 2019 im Bereich der Flusslandschaft Elbe ein touristisch bedingter Bruttoumsatz in Höhe von rund 132 Mio. EUR ausgelöst. Davon verbleiben rund 65 Mio. EUR als Wertschöpfung (Gewinne, Löhne, Gehälter) in der Region.

Auf Basis der Höhe der Bruttoumsätze und branchenüblicher Kennziffern ergeben sich daraus 2050 Arbeitsplatzäquivalente, die direkt oder indirekt, ganz oder teilweise vom Tourismus abhängen. Dies entspricht rund 1395 touristisch bedingten Vollzeitstellen.“

Fakten:

- ▶▶ ca. 4,2 Mio. Aufenthaltstage
- ▶▶ ca. 132 Mio. EUR Bruttoumsatz
- ▶▶ ca. 2.050 Arbeitsplatzäquivalente
- ▶▶ ca. 1.395 touristisch bedingte Vollzeitstellen

Wegen des vergleichsweise hohen Frauenanteils und den dezentralen Arbeitsorten im strukturschwach-ländlich geprägten Raum hat der Tourismus als Arbeitgeber darüber hinaus eine besonders wichtige Funktion zur Sicherung des ländlichen Raumes und seiner Lebensfähigkeit. Wegen seines Querschnittcharakters fördert der Tourismus Nachfrage und Arbeitsplätze auch in anderen Branchen und erhöht die Attraktivität als Wohn- und Arbeitsstandort, was immer wichtiger wird für die Fachkräftegewinnung von Unternehmen im ländlichen Raum, aber auch in Städten. Tourismus ist damit für die Region ein unverzichtbarer Wirtschaftsfaktor, Arbeitgeber und Imagefaktor mit großer strukturverbessernder Wirkung. Sowohl die Betriebe im Tourismus selbst (Beherbergung, Gastronomie, Freizeitunternehmen) als auch die weiteren von ihm profitierenden Betriebe in der Region (Einzelhandel, Handwerk) sind nahezu ausschließlich Kleinst- (bis 9 MA), kleine (bis 49 MA, bis 10 Mio. EUR Umsatz p.a.) oder mittlere Unternehmen (bis 249 MA, bis 50 Mio. Umsatz p.a.).

Der **Kaufkraftindex** einer Region gibt das **Kaufkraftniveau** dieser Region **pro Einwohner** oder **Haushalt** im Vergleich zum nationalen Durchschnitt an. Der nationale Durchschnitt hat dabei den Normwert 100. Die aktuelle jährliche Kaufkraft eines Einwohners in Deutschland für das Jahr 2021 beträgt im Durchschnitt 23.637 Euro pro Einwohner. Je nachdem wie groß die durchschnittliche Kaufkraft einer Gemeinde ist, also entweder höher oder niedriger im Vergleich zum nationalen Durchschnitt, liegt der Kaufkraftindex dementsprechend über oder unter dem Normwert 100.

Für die Region Flusslandschaft Elbe lassen sich daraus Rückschlüsse ziehen, wie viel **Kaufkraft** ihre **potenziellen Gäste** (Tagesgäste und Kurzzeiturlauber) mitbringen, um Freizeitangebote in der Region wahrnehmen zu können.

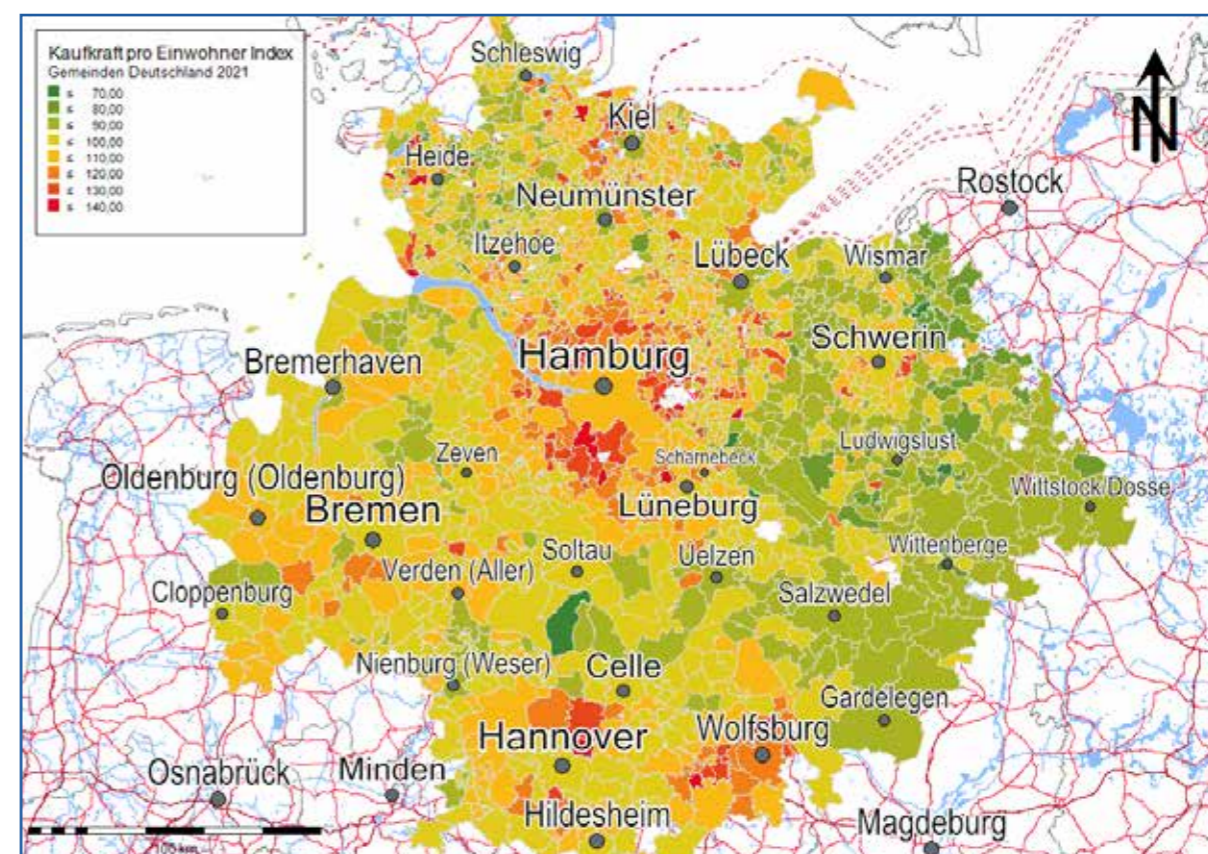


Abbildung: Wirtschaftskraft im Einzugsgebiet der Region Flusslandschaft Elbe
Quelle: Eigene Darstellung mit RegioGraph, 2021

In Summe weist die Region der Flusslandschaft Elbe eine **durchschnittliche Kaufkraft** (= frei verfügbares Einkommen) mit einem Indexwert von **100,97** auf. Wenn die Kaufkraft des gesamten Einzugsgebiets, also der potenziellen Tagesgäste für die Region, betrachtet wird, errechnet sich ebenfalls eine durchschnittliche Kaufkraft mit einem Wert von etwa 101,56. Dieser Wert liegt somit mit 1,56 Indexpunkten

knapp über dem nationalen Durchschnitt. Insgesamt ist eine **Kaufkraft** in Höhe von knapp **98 Millionen Euro** im **Einzugsgebiet** von **120 Minuten** vorhanden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass das westliche Einzugsgebiet eine deutlich höhere Kaufkraft aufweist und somit auch ein rentableres Potenzial für die Region Flusslandschaft Elbe bietet als die östlichen Regionen.

Kernzielgruppen

Bei Betrachtung der grundsätzlichen Potenziale und der Kaufkraft der Region darf die deutliche **Zielgruppen**-Orientierung nicht außer Acht gelassen werden. Eine klare Definition der Zielgruppen ist eine Grundvoraussetzung für eine **erfolgreiche touristische Entwicklung** einer Region. Im ursprünglichen Tourismuskonzept wurden die „Naturliebhaber“ als Kernzielgruppe für die Region Flusslandschaft Elbe definiert. Diese teilte sich

wiederum in die Unterthemen „Aktiv“ und „Erleben“ auf. Während des aktuellen Prozesses zur Neuausrichtung der Region Flusslandschaft Elbe wurden die Zielgruppen nochmals diskutiert. Im Ergebnis zeigt sich die veränderte Version mit nun drei Kernzielgruppen, in Anlehnungen an das Kooperationsprojekt Kurs Elbe. Diese lauten »**sinnorientierte Outdoor-Aktive**«, »**genussorientierte Naturliebhaber**« und »**erlebnisorientierte Familien**«.

Nachfolgend werden die **Zielgruppen** kurz vorgestellt:

Sinnorientierte Outdoor-Aktive

- » 21–45 alt, leben in einer städtischen Umgebung
- » Abenteuerlustige Reisende, die sich leidenschaftlich gerne in der freien Natur bewegen, vom Kajakfahren bis hin zum Angeln, Klettern und Trekking
- » Interessieren sich besonders für eine verantwortungsbewusste und nachhaltige Reiseindustrie
- » Übernachten auf Campingplätzen sowie in Ferienwohnungen & -häusern
- » Das Mobiltelefon ist der Dreh- und Angelpunkt
- » Instagram ist die wichtigste soziale Plattform
- » Personalisierte Kommunikation ist unverzichtbar

Genussorientierte Naturliebhaber

- » 40–70 Jahre alt, leben in einer städtischen/vorstädtischen Umgebung
- » Suchen Zeit zum Durchatmen und die Extraportion Natur, Bewegung und Genuss
- » Möchten Rad fahren und wandern
- » Der Fokus liegt auf dem Naturerlebnis, kombiniert mit starken, genussreichen Elementen (z. B. regionaltypische Küche)
- » Übernachten in hochwertigen Hotels, Pensionen sowie Ferienwohnungen und Ferienhäusern
- » Informieren sich gleichwertig über Desktop, Mobiltelefon und Zeitschriften
- » Facebook ist neben Instagram die wichtigste soziale Plattform

Erlebnisorientierte Familien

- » 35–55 Jahre alt mit Kindern 0–15 Jahre, leben in einer städtischen Umgebung
- » Möchten im Urlaub gemeinsam Zeit miteinander verbringen
- » Suchen nach stressfreien Aktivitäten und einer Balance zwischen Erlebnis und Ruhe (Quality-time für die Eltern, während die Kinder sich selbst beschäftigen)
- » Bevorzugen Angebote am und im Wasser
- » Nutzen Erlebniseinrichtungen
- » Buchen vor allem Ferienhäuser und -wohnungen, aber auch Campingplätze
- » Das Mobiltelefon ist der Dreh- und Angelpunkt
- » Facebook bleibt die wichtigste soziale Plattform
- » Personalisierte Kommunikation ist unverzichtbar, da zeitsensibel (spontan)
- » Ihre Mediennutzung ist beeinflusst durch die Vorlieben ihrer Kinder



Foto: Photo Company

Sinnorientierte Outdoor-Aktive

- » Singles
- » Paare
- » Kleingruppen
- » ohne Kinder
- » 21 bis 45 Jahre alt



Foto: Photo Company

Genussorientierte Naturliebhaber

- » Singles
- » Paare
- » Kleingruppen
- » ohne Kinder
- » 40 bis 70 Jahre alt



Foto: M. Tiemann

Erlebnisorientierte Familien

- » Familien
- » Kinder 0–15 Jahre
- » + Großeltern
- » 35 bis 55 Jahre alt

Die Region Flusslandschaft Elbe kann diese Zielgruppen mit dem aktuell vorhandenen (freizeittouristischen) Angebot weitestgehend bedienen. Um zukünftig noch mehr Gäste gewinnen zu können, ist es jedoch notwendig, den **Bedürfnissen** dieser Zielgruppen vollumfänglich gerecht zu

werden. Das bedeutet, die Leistungsträger der Region für die Ansprüche und Erwartungen dieser drei Gästegruppen zu sensibilisieren, gemeinsam passende Angebote zu gestalten bzw. die **Angebotsvielfalt** zu erweitern.

2.3 Angebotsanalyse

Lage und Beschreibung der Region Flusslandschaft Elbe

Das Gebiet der Region **Flusslandschaft Elbe** liegt im nordöstlichen Teil des Bundeslandes **Niedersachsen**, gehört zur **Metropolregion Hamburg** und umfasst den Bereich der Elbe und des Hinterlandes von Hamburg bis Dömitz. Die Region grenzt an die Stadt Hamburg sowie an die Städte Geesthacht und Lauenburg in Schleswig-Holstein, an den Landkreis Ludwigslust-Parchim in Mecklenburg-Vorpommern, an die Stadt Hitzacker im Landkreis Lüchow-Dannenberg und an die Stadt Lüneburg (Landkreis Lüneburg) sowie an die Stadt Buchholz und die Gemeinde Rosengarten im Landkreis Harburg.

Die Region Flusslandschaft Elbe besteht aus den elbseitigen Kommunen der **Landkreise Harburg und Lüneburg**. Innerhalb des Landkreises Harburg werden die Gemeinden Seevetal, Stelle, die Stadt Winsen (Luhe) und die Samtgemeinde Elbmarsch der Region zugeordnet. Im Landkreis Lüneburg erstreckt sich die Zuordnung auf die Kommunen der Samtgemeinde Bardowick, Samtgemeinde Scharnebeck, der Samtgemeinde Ostheide, der Stadt Bleckede, der Samtgemeinde Dahlenburg und dem Amt Neuhaus. Die geografisch günstige Lage zu Hamburg und die Lage in der Metropolregion Hamburg sind ausschlaggebend für eine positive touristische Entwicklung.



Abbildung: Radweg an der Luhe

Quelle Foto: K. Görz



Abbildung: Region Flusslandschaft Elbe

Quelle: Eigene Darstellung mit RegioGraph, 2021

Durch eiszeitliche Ursprünge vor rund 20.000 Jahren entstand die Elbe, eine der ursprünglichsten und schönsten Flusslandschaften Europas. Im Zusammenspiel der natürlichen Voraussetzungen mit der kultivierenden Hand des Menschen entstand eine **einzigartige naturnahe Landschaft** an der **Elbe**. Ein Stück der Elbe erstreckt sich südöstlich von Hamburg bis kurz vor Dömitz im Bereich der Region Flusslandschaft Elbe und ist ein Eldorado für **Naturliebhaber**. Die Region Flusslandschaft Elbe ist in die „**Winsener Elbmarsch**“ im Landkreis Harburg und die „**Elbtalaue**“ im Landkreis Lüneburg gegliedert. Von Geest bis Marsch bis hin zu Wanderdünen findet sich alles auf nur 120 Flusskilometern. Typisch für diese Landschaftsformen sind auch die Geestrücker, die den Naturpark Elbhöhen Wendland prägen.

Die Region Flusslandschaft Elbe bietet damit ein ausgeprägtes **Angebot an Naturerlebnissen und Outdoor-Aktivitäten** für unterschiedliche Zielgruppen. Da darüber hinaus kein/kaum Industrie oder verarbeitendes Gewerbe ansässig ist, gehört der Tourismus für die Region zum stärksten Einkommenspotenzial. Dies hat sich im Bereich des Landkreises Lüneburg vor allem aus der Geschichte heraus entwickelt. Hier war in Deutschland von 1961 bis 1989 das Grenzgebiet entlang der Elbe, das das heutige **Grüne Band** in Deutschland darstellt. Somit konnten sich Flora und Fauna in einmaliger **Vielfalt** entwickeln. Dazu kommt die Vielfalt an Tierarten, die in Deutschland ihres Gleichen sucht. Sowohl Graureiher, Kranich und Storch als auch Biber und Fischotter sowie bis zu 50 verschiedenen Fischarten sind in und an der Elbe erlebbar. Im Herbst verwandelt sich

die Region, vor allem im Amt Neuhaus, zu einem Vogelparadies. Zehntausende Zugvögel sammeln sich hier oder überwintern zum Teil. Auch aus diesen Gründen wurde das Gebiet zum **Biosphärenreservat** Niedersächsische Elbtalaue erklärt, welches Teil des UNESCO-Biosphärenreservates Flusslandschaft Elbe ist. Sowohl die Attraktivität dieses Gebietes als auch die **Naturschutzgebiete** im Landkreis Harburg und Lüneburg tragen u. a. zur Urlaubsentscheidung bei und prägen daher die Bedeutung

des Tourismus für die Region Flusslandschaft Elbe.

Nachfolgend sind die maßgeblichen **touristischen Angebote** der Region in einer kompakten Übersicht, eingeteilt in unterschiedliche Kategorien, dargestellt. Es besteht kein Anspruch auf Vollständigkeit – in diesem Rahmenkonzept geht es um die Konzentration auf die Schwerpunkte der Region.

Kategorie	Angebot
Natur	<ul style="list-style-type: none"> » Lüneburger Elbtalaue » Winsener Elbmarsch » Biosphärenreservat „Niedersächsische Elbtalaue“ » Naturschutzgebiete (u. a. NSG Untere Seeveniederung und Ilmenauniederung) » Vogelschutzgebiete » Arche-Region » Naturpark Elbhöhen Wendland
Aktiv	<p>Radfahren:</p> <ul style="list-style-type: none"> » u. a. Elberadweg, Ilmenauradweg, Seeveradweg, Luheradweg und weitere 11 Radtouren – insgesamt rund 400 km Radwegenetz und ausgebaute Ladestationen <p>Baden:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Freibäder, Seen, Erholungsbereiche an der Elbe, Hallenbäder <p>Wandern:</p> <ul style="list-style-type: none"> » u. a. Waldlehrpfad, Drennhäuser Hinterdeich, » verschiedene Rundwege in den Ortslagen, » Europäischer Fernwanderweg E 6

Aktiv	<p>An und auf dem Wasser:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Angeln, Kanu, Kajak, Ruderboot, Stand-Up-Paddling, » Sportboot
	<p>Weiteres:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Inlineskaten, Klettern, Golf, Draisine, Reiten & Kutsche, (geführte) Erlebnistouren
Kultur	<p>Museen:</p> <ul style="list-style-type: none"> » u. a. Archezentrum Amt Neuhaus, Heimat-Museum Dahlenburg, Freilichtmuseum am Kiekeberg, Museum im Marstall Winsen » Biosphaerium Elbtalaue Schloss Bleckede mit Biberanlage » Schiffshebewerk Scharnebeck » Elbestädtchen » Kunstgalerien, Ausstellungen
	<p>Regionale Bauten und Landkultur:</p> <ul style="list-style-type: none"> » u. a. Höfe, Wassermühle Karoxbostel, Mühle Bardowick und Artlenburg, traditionelles Brauchtum, Kirchen,
Schifffahrt + Mobilität	<ul style="list-style-type: none"> » Schiffstouren » Floßfahrten » Fähren » ELB-SHUTTLE: Rad- und Wanderbus mit Fahrradanhänger » Bleckeder Kleinbahn
Gastronomie	<ul style="list-style-type: none"> » Restaurants » Cafés » Hofläden – regionale Produkte, u. a. Melkhus, Käserei
Beherbergung	<ul style="list-style-type: none"> » Hotels » Pensionen, Ferienhäuser, Ferienwohnungen, Appartements, Ferienzimmer » Campingplätze, Wohnmobilstellplätze » Bauernhof, Reiterhof » Jugendherberge » Hausboot
Weiteres	<ul style="list-style-type: none"> » Veranstaltungen » Tourist-Informationen

Quelle: Eigene Darstellung 2021, Flusslandschaft Elbe GmbH

Die Region Flusslandschaft Elbe besticht insbesondere mit ihrer ländlichen Lage inmitten einer noch nahezu unberührten Naturlandschaft. Die Region bietet sich besonders gut zur **Erholung** und **Entschleunigung** in der **Natur** an und zieht insbesondere Fahrradtouristen am Elberadweg an. Weitere beliebte Unternehmungsmöglichkeiten sind Aktivitäten in der Natur und verschiedenste **Wassersportaktivitäten**.

In der zukünftigen Entwicklung von touristischen Angeboten stehen **Qualität**, **Nachhaltigkeit**, **Barrierefreiheit** sowie **Klimaschutz** im Vordergrund.

Barrierefreiheit

Das Thema Barrierefreiheit, wird wie auch schon im Tourismuskonzept 2016 bis 2020 beschrieben, als Querschnittsthema in allen Bereichen der Tourismusentwicklung weiterentwickelt. Bei infrastrukturellen Maßnahmen ist die Barrierefreiheit Be-

standteil der Konzepterstellung in allen anderen Bereichen ist die Umsetzung zwar gewünscht, aber noch nicht fester Bestandteil in der Umsetzung. Die Zielthemen der Zielfelder 3 bis 7 in diesem Tourismuskonzept stellen die Entwicklungsziele klar in den Fokus. Hierbei steht die Barrierefreiheit gleichermaßen wie die Bereiche Nachhaltigkeit und Klimaschutz an vorderster Stelle. Ein projektbezogener Handlungsleitfaden wird parallel mit der Maßnahmenentwicklung ab 2022 in allen begleitenden Maßnahmen mit aufgenommen. Dezidierte Aussagen können zum heutigen Zeitpunkt noch nicht getroffen werden. Dass dieses Thema in der Destination einen wichtigen Platz einnimmt, zeigt die Tatsache, dass bereits zwei Tourist-Informationen, das Biosphaerium, ein großer Campingpark und Ferienwohnungen zertifiziert wurden. In enger Zusammenarbeit mit der TourismusMarketing Niedersachsen setzen wir uns dafür ein, dass die Anzahl der Zertifizierungen sich stetig erhöht.

2.4 Bedeutung des Tourismus

Der **Tourismus** hat eine ausschlaggebende **Bedeutung** für eine Region und kann vielfältige **positive** Effekte erzielen. Dabei profitieren zum einen die Einwohner der Region selbst, als auch zum anderen weitere Branchen der primären und sekundären Einkommensstufen, wie u.a. das Gastgewerbe, der Einzelhandel, tourismusrelevante Dienstleister (u.a. die Bereiche Verkehr und Kultur) sowie Zulieferbetriebe (Landwirte, Banken etc.). Der Tourismus leistet somit einen Beitrag zur **Daseinsvorsorge**, stärkt die **Wohn- und**

Freizeitattraktivität eines Ortes und schafft gleichzeitig **Arbeitsplätze**. Somit hat die Tourismusbranche einen besonders hohen Stellenwert im ländlichen Raum. Um diese positiven Effekte erzielen zu können, müssen die entsprechenden Rahmenbedingungen in der Region vorgehalten werden. Für die Region Flusslandschaft Elbe werden diese Potenziale in der folgenden SWOT-Analyse dargestellt.

Die Ergebnisse aus der **Online-Umfrage** im Rahmen des Prozesses bestätigen die hohe Bedeutung des Tourismus für die Region. Die Teilnehmer wurden gefragt, wie sie die

Bedeutung des Tourismus insgesamt für die Region Flusslandschaft Elbe bewerten. Insgesamt haben 66 Teilnehmer geantwortet.

Bitte bewerten Sie die Bedeutung des Tourismus insgesamt für die Region Flusslandschaft Elbe. (N=66)

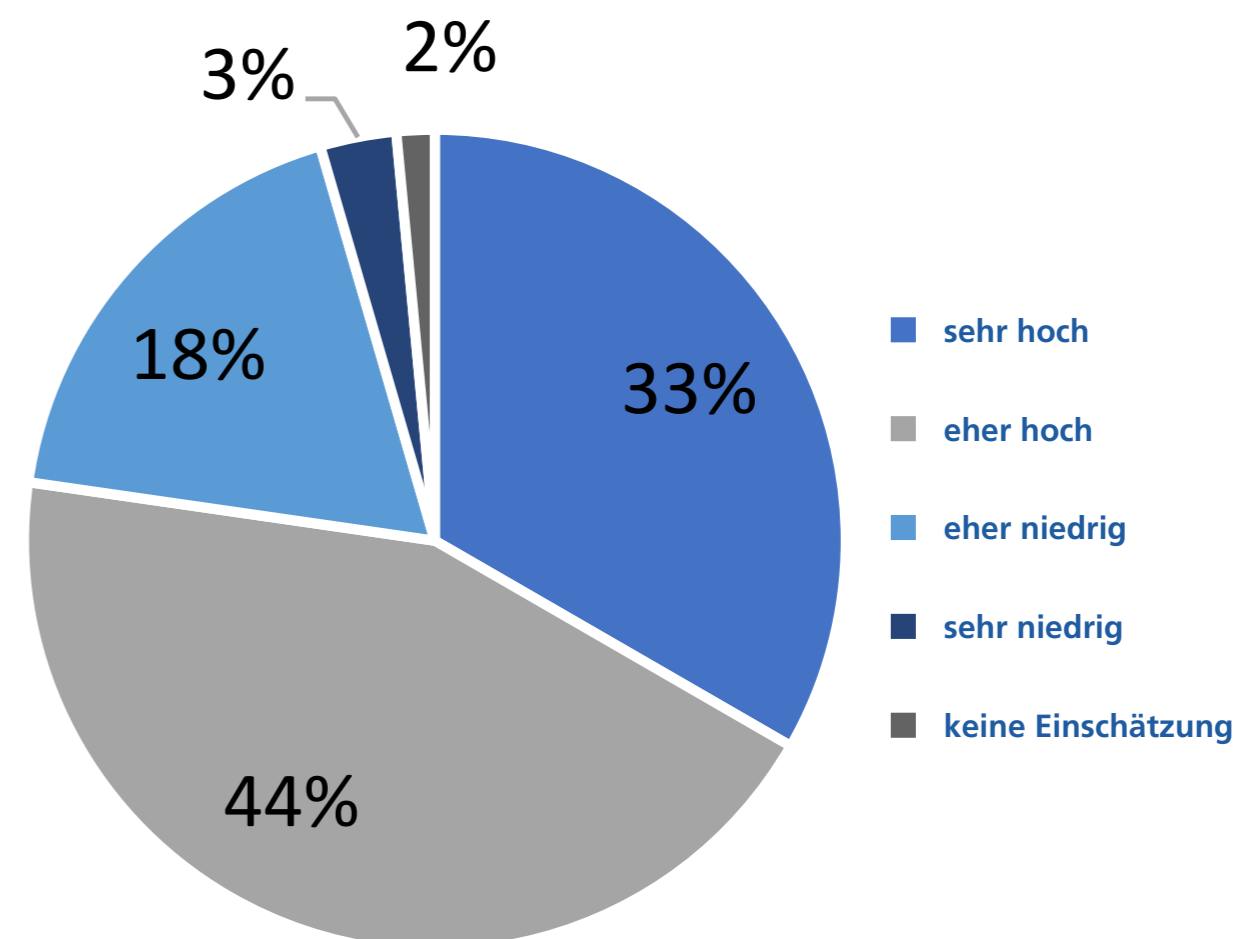


Abbildung: Online-Umfrage: Bedeutung des Tourismus Quelle: Eigene Darstellung 2021, Online-Umfrage

77% der Befragten bewerteten die Bedeutung des Tourismus mit eher hoch bis sehr hoch. Lediglich 3% der Befragten beurteilten die Bedeutung des Tourismus in der Region als sehr niedrig. Dieses

Ergebnis unterstreicht somit die vorherigen Aussagen zur Bedeutung des Tourismus in der Region.

Tourismusintensität

Die Berechnung der **Tourismusintensität** gibt einen Aufschluss über die **touristische Bedeutung** einer Region. Der **Indikator** setzt dabei die Anzahl der Übernachtungen mit der Bevölkerungsanzahl des Ortes ins Verhältnis (Daten: Landesamt für Statistik

Niedersachsen). Somit ist es bei Betrachtung der nachfolgend abgebildeten Zahlen erforderlich zu berücksichtigen, dass das Gästeaufkommen bei einer Hochrechnung des grauen Beherbergungsmarktes rund ein Viertel höher ausfällt.

Tourismusintensität (Übernachtungen je 1.000 Einwohner) 2019

Gemeinde	EW	ÜN	TI
Gemeinde Amt Neuhaus	4.965	10.030	2.020
Gemeinde Seevetal	41.591	111.244	2.674
Gemeinde Stelle	11.305	7.100	628
Stadt Winsen (Luhe)	35.227	23.976	680
Samtgemeinde Elbmarsch	12.877	134.344	10.432
Samtgemeinde Dahlenburg	6.124	17.392	2.839
Samtgemeinde Scharnebeck	15.590	51.160	3.281
Samtgemeinde Ostheide	10.332	35.452	3.431
Stadt Bleckede	9.471	28.583	3.017
Samtgemeinde Bardowick*	17.884	11.852	662
Region Flusslandschaft Elbe			
Gesamt*	147.482	419.281	Ø 2.842

EW = Einwohner, ÜN = Übernachtungen, TI = Tourismusintensität

Quelle: Eigene Darstellung 2021, Flusslandschaft Elbe GmbH

* Die Zahlen für die Samtgemeinde Bardowick wurden hochgerechnet, da keine Übernachtungszahlen beim LSN ausgewiesen wurden.

Aufgrund der veränderten Rahmenbedingungen durch die Corona-Pandemie wird bei der Berechnung der Tourismusintensität auf die Datengrundlage des Jahres 2019 zurückgegriffen.

Die Region Flusslandschaft Elbe kann insgesamt eine Tourismusintensität von durchschnittlich 2.842 aufweisen und liegt damit

deutlich unter dem deutschen Durchschnitt von etwa 5.500. Die Tourismusintensität im Bundesland Niedersachsen liegt wiederum genau im deutschen Durchschnitt. Innerhalb der Region weisen die Werte große Unterschiede auf, was wiederum bedeutet, dass der Tourismus für die einzelnen Kommunen eine unterschiedliche wichtige Rolle einnimmt.

Die Samtgemeinde Elbmarsch hat mit großem Abstand die höchste Tourismusintensität mit einem Wert über 10.000 (weit über dem Durchschnittswert in Deutschland) vorzuweisen. Dieses liegt u. a. darin begründet, dass die Einwohnerzahl der Samtgemeinde um ein Vielfaches niedriger ist als die Gästeübernachtungen. Die Gemeinde Seevetal weist zwar hohe Über-

nachtungszahlen auf, hat aber aufgrund der ebenso hohen Einwohnerzahl auch nur eine verhältnismäßig niedrige Tourismusintensität. Die Gemeinde Stelle und die Stadt Winsen weisen die niedrigste Tourismusintensitäten auf, da im Verhältnis weniger Übernachtungsgäste als Einwohner verzeichnet wurden.



Abbildung: Biosphaerium Bleckede

Quelle Foto: Biosphaerium Elbtalau GmbH

In der nachfolgenden Tabelle wird die Tourismusintensität der Region Flusslandschaft Elbe im Zeitverlauf von 2016-2020 dargestellt. (ohne Samtgemeinde Bardowick, da keine Übernachtungszahlen beim LSN ausgewiesen)

Ergebnissen sowie die Berechnungsergebnisse der Tourismusintensität unterstreichen die Bedeutung des Tourismus für die Region Flusslandschaft Elbe. Zukünftig gilt es, die Potenziale weiter auszubauen.

Tourismusintensität (Übernachtungen je 1.000 Einwohner) 2016–2020

Tourismusintensität 2016-2020 Gemeinde	2016			2017			2018			2019			2020		
	EW	ÜN	TI	EW	ÜN	TI	EW	ÜN	TI	EW	ÜN	TI	EW	ÜN	TI
Gemeinde Amt Neuhaus	5.204	8.500	1.633	5.239	8.935	1.705	5.005	8.257	1.649	4.965	10.030	2.020	4.986	6500	1.303
Gemeinde Seevetal	41.234	83.245	2.018	41.260	92.300	2.237	41.506	107.335	2.586	41.591	111.244	2.674	41.889	73169	1.746
Gemeinde Stelle	11.104	6.800	612	11.102	6.800	612	11.156	6.800	609	11.305	100.628	11.408	11.408	3.600	315
Stadt Winsen (Luhe)	34.284	37.324	1.088	34.635	32.251	931	34.896	28.074	804	35.227	23.976	680	35.332	14.122	399
Samtgemeinde Elbmarsch	12.451	79.307	6.369	12.600	83.792	6.650	12.749	112.163	8.797	12.877	134.344	10.432	12.995	108.543	8.352
Samtgemeinde Dahlenburg	6.110	13.216	2.163	6.135	14.085	2.295	6.171	17.315	2.805	6.124	17.392	2.839	6.198	13154	2.122
Samtgemeinde Scharnebeck	15.580	42.298	2.214	15.556	49.077	3.154	15.548	46.944	3.019	15.590	51.160	3.281	15.585	34551	2.216
Samtgemeinde Ostheide	10.428	28.261	2.710	10.412	28.705	2.756	10.291	32.679	3.175	10.332	35.452	3.431	10.335	33387	3.230
Stadt Bleckede	9.467	41.119	4.343	9.406	23.790	2.529	9.457	24.875	2.630	9.471	28.583	3.017	9.561	18020	1.884
Region Flusslandschaft Elbe Gesamt	145.862	340.070	2.331	146.345	339.735	2.321	146.779	384.442	2.619	147.482	419.281	2.842	148.289	305.046	2.057

Quelle: Eigene Darstellung 2021, Flusslandschaft Elbe GmbH

Im Zeitverlauf ist deutlich zu erkennen, dass die Tourismusintensität in der Region Flusslandschaft Elbe kontinuierlich gestiegen ist. Das Jahr 2020 ist auf Grund der veränderten Rahmenbedingungen während der Corona-Pandemie anders zu bewerten. Die Samtgemeinde Bardowick ist auch in dieser Darstellung nicht mit aufgeführt, da beim LSN keine Übernachtungszahlen für die Samtgemeinde ausgewiesen wurden. Es ist jedoch davon auszugehen, dass sich die Tourismusintensität bei ca. 650 in den Vorjahreszeiträumen bewegt. Es lässt sich damit festhalten, dass der **Tourismus** in den beteiligten **Kommunen** sehr **unterschiedlich** ist und entsprechend

auch in der Prioritätensetzung (z. B. bei der Vergabe von Haushaltsmitteln) unterschiedlich bewertet wird. Dieses ist für ein gemeinschaftliches Handeln im Tourismus keine leichte Ausgangssituation. Zudem ist der Tourismus im Vergleich zum Land Niedersachsen und im Bundesvergleich unterdurchschnittlich ausgeprägt und trägt damit Entwicklungspotenziale in sich. Diese Potenziale bestehen insbesondere in der Digitalisierung und vor allem auch im Beherbergungsgewerbe sowie in der (touristischen) Infrastruktur. Die Potenziale werden auch in der SWOT-Analyse ersichtlich. Die Einschätzungen aus den Umfrage-

Arbeitsplätze, Bedeutung der Branche im Vergleich

Vergleicht man die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Landkreis Lüneburg mit dem ehemaligen Regierungsbezirk Lüneburg und dem Land Niedersachsen im Jahr 2019, so sind die prozentualen Anteile der Beschäftigten nach Wirtschaftszweigen des Landkreises und des ehemaligen Regierungsbezirkes sehr ähnlich.

Die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Bereich Gastgewerbe machen hier mit 2.485 Beschäftigten im Landkreis Lüneburg und 18.462 Beschäftigten im ehemaligen Regierungsbezirk Lüneburg jeweils rund 4 Prozent der Gesamtbeschäftigten aus. Im Land Niedersachsen sind es nur 3 Prozent.

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte 2019 in ausgewählten Bereichen im LK Lüneburg im Vergl. zum ehem. Regierungsbezirk Lüneburg und Land Nds.

Wirtschaftszweig	Landkreis Lüneburg		Landkreis Harburg		Regierungsbezirk Lüneburg		Land Niedersachsen	
	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Prozentualer Anteil an Gesamtanzahl	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Prozentualer Anteil an Gesamtanzahl	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Prozentualer Anteil an Gesamtanzahl	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Prozentualer Anteil an Gesamtanzahl
Gesamtzahl	59.494		66.534		521.392		3.007.560	
davon								
Land-, Forst- und Fischereiwirtschaft	1.015	1,7 %	1.440	2,2 %	12.452	2,4 %	40.808	1,4 %
verarbeitendes Gewerbe	9.380	15,8 %	7.307	11,0 %	83.715	16,1 %	636.037	21,1 %
Gastgewerbe	2.485	4,2 %	2.059	3,1 %	18.462	3,5 %	91.099	3,0 %

Quelle: ift GmbH auf Basis Daten Bundesagentur für Arbeit und LSN-Online 2019, Stichtag 30.06.2019

Auch im Landkreis Harburg liegt der prozentuale Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Bereich Gastgewerbe mit 3,1 Prozent etwas höher als der Landesdurchschnitt. Diese Zahlen für das Gastgewerbe stellen lediglich einen Anhaltspunkt für die Bedeutung des Tourismus dar. Tourismus ist eine Querschnittsbranche. Er sichert somit auch Arbeitsplätze in anderen Branchen wie Einzelhandel, Kultur oder Verkehr. Umgekehrt sind nicht alle Arbeitsplätze im Gast-

Die Daten für das Jahr 2020 sind aufgrund der Corona-Pandemie und dem daraus resultierenden temporärem Lockdown nur bedingt aussagekräftig. Auffällig ist jedoch, dass trotz der Coronapandemie der Anteil der sozialversicherungspflichtig

Beschreibung der touristischen Entwicklungsziele und Handlungsprioritäten der Region, auch im Hinblick auf die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der ansässigen KMU

In diesem Zusammenhang wird ausdrücklich auf die Aussage des Tourismuskon-

gewerbe touristisch bedingt, weil auch einheimische Bürger Leistungen im Bereich Gastronomie in Anspruch nehmen. Allerdings ist die Zahl der Beschäftigten im Gastgewerbe im Vergleich zum 31.12.2015 im Kreis Lüneburg um 208 und im Landkreis Harburg um 278 gestiegen – das ist prozentual ein deutlich stärkerer Anstieg als der der Bevölkerungszahl und belegt die wachsende und hohe Bedeutung des Tourismus in den beiden Landkreisen.

Beschäftigten im Gastgewerbe in den Landkreisen Lüneburg und Harburg, dem Regierungsbezirk Lüneburg und im Land Niedersachsen nur leicht gesunken ist (u. a. aufgrund Kurzarbeit konnten Beschäftigte gehalten werden).

zeptes 2016 bis 2020 verwiesen. „Die Themen wurden und werden auch künftig

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte 2020 in ausgewählten Bereichen im LK Harburg im Vergleich zum ehem. Regierungsbezirk Lüneburg und Land Nds.

Wirtschaftszweig	Landkreis Lüneburg		Landkreis Harburg		Regierungsbezirk Lüneburg		Land Niedersachsen	
	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Prozentualer Anteil an Gesamtanzahl	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Prozentualer Anteil an Gesamtanzahl	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Prozentualer Anteil an Gesamtanzahl	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Prozentualer Anteil an Gesamtanzahl
Gesamtzahl	59.560		67.601		525.033		3.016.855	
davon								
Land-, Forst- und Fischereiwirtschaft	1.036	1,7 %	1.396	2,1 %	12.660	2,4 %	41.275	1,4 %
verarbeitendes Gewerbe	9.369	15,7 %	7.172	10,6 %	82.482	15,7 %	628.082	20,8 %
Gastgewerbe	2.309	3,9 %	1.915	2,8 %	17.058	3,2 %	85.083	2,8 %

Quelle: ift GmbH auf Basis Daten Bundesagentur für Arbeit und LSN-Online 2020, Stichtag 30.06.2020

so ausgewählt, dass die Wertschöpfung bei den KMU im Mittelpunkt steht“ Beispielgebend stehen hierfür u. a. die Neuansiedlung von Radverleih und Radreparaturwerkstätten, wie u. a. der „Radbahnhof“ in Bleckede. Bedingt durch die Steigerung der Übernachtungszahlen von 2009 bis 2019 um 66 % haben sich in den letzten Jahren auch die Einzelhandelsunternehmen erweitern können und der Gastronomiebereich konnte sich darüber hinaus sogar überdurchschnittlich positiv entwickeln. Allein in den beiden Landkreisen der Destination konnten hier ca. 500 neue Sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze geschaffen werden. (Siehe auch Arbeitsplätze, Bedeutung der Branche im Vergleich).

Das sich diese Entwicklung auch nach der Pandemie weiter fortsetzen wird, zeigt die deutliche Tendenz zu Aufhalten in der Natur und am Wasser mit den Aktivitäten Radfahren (hier vor allem mit E-Bike) und Wandern. Die Beliebtheit des Elberadweg

hat 2021 wieder den 1. Platz bei den Gästen eingenommen. Dieser zählt u. a. zu den Hauptbestandteilen des Tourismus in der Destination Flusslandschaft Elbe. Weitere Beispiele, wie die Erneuerung der Promenade in Bleckede und die damit in Zusammenhang stehende Erweiterung der Gastronomie in diesem Bereich unterstreichen diese Aussage nochmals. Somit werden alle Maßnahmen mit Blick auf die weitere Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der KMU ausgerichtet werden. Darüber hinaus wird es auch künftig eine enge Zusammenarbeit mit den Leader Regionen Achtern Elbe Dick und Elbetaue geben, da alle Kommunen sich auf beide Leader Regionen verteilen. Der Tourismus hatte in den bisherigen REK's eine große Bedeutung. Die Inhalte dieses Tourismuskonzeptes wurden gemeinsam mit den Leader Regionen entwickelt und werden Bestandteil der neuen REK's sein. Somit ist eine Umsetzung im Sinn der Wettbewerbsfähigkeit der KMU nicht nur beschrieben, sondern auch gewährleistet.

2.5 SWOT-Profil (Stärken – Schwächen – Chancen – Risiken)

Aus der Bestandsanalyse, dem ehemaligen Tourismuskonzept der Flusslandschaft Elbe, den Einschätzungen der Teilnehmer aus der Online-Umfrage sowie den Erkenntnissen aus der Lenkungsgruppe lassen sich im sogenannten SWOT-Profil **Stärken** und **Schwächen** sowie **Chancen** und **Risiken** für die Region Flusslandschaft Elbe ableiten.

Das SWOT-Profil stellt somit eine **Zusammenfassung der Bestandsaufnahme**

dar. Die SWOT-Analyse ist folglich die Basis für die Zielsetzung der Region Flusslandschaft Elbe.

Die stark vereinfachte Darstellung ermöglicht ein schnelles Erfassen der wichtigsten Erkenntnisse. Ein Anspruch auf Vollständigkeit besteht nicht; auch hier erfolgt eine Konzentration auf die wesentlichen Aspekte.

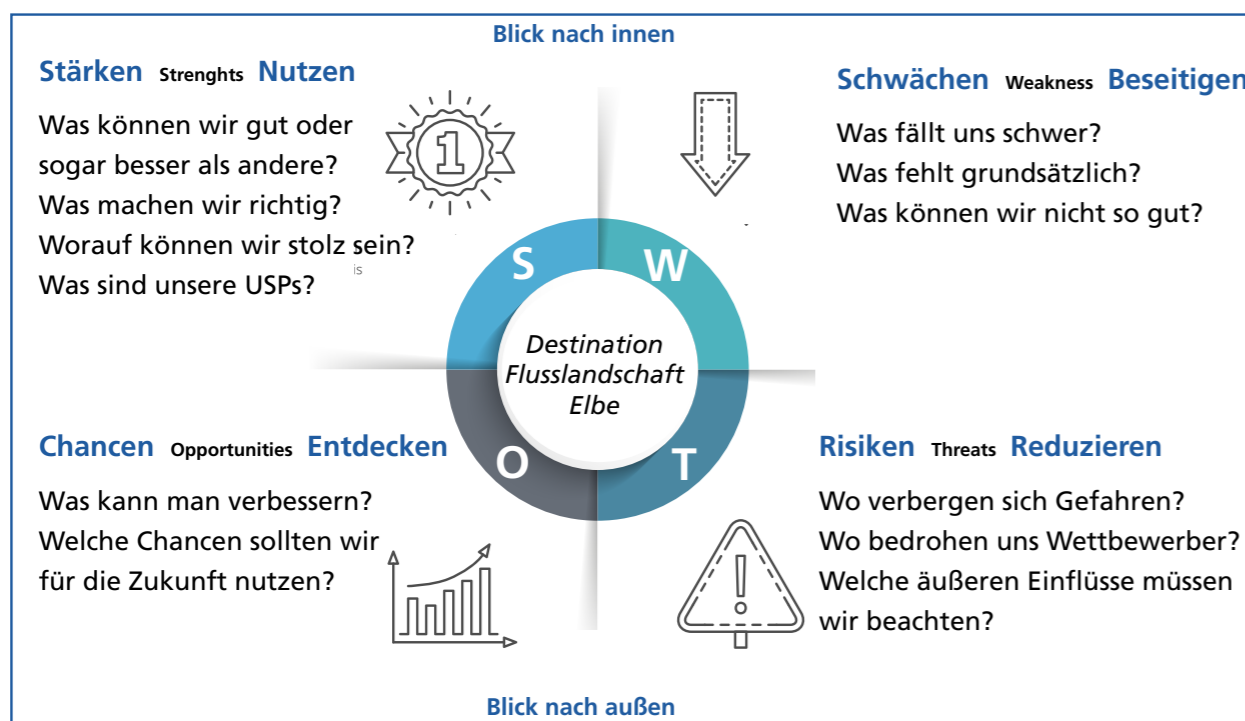


Abbildung: SWOT-Profil Region Flusslandschaft Elbe

Quelle: Eigene Darstellung 2021

Die aufgeführten **Stärken** der Region Flusslandschaft Elbe gilt es, zu **nutzen** und weiter zu **stärken** und die aktuell bestehenden **Schwächen** bestmöglich zu

beseitigen oder, sollte dieses nicht möglich sein, bewusst mit diesen umzugehen und nach Bedarf zu kommunizieren.

Stärken	Schwächen
<p>Lage und Erreichbarkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Attraktive Lage an der Elbe in der Metropolregion Hamburg, relative Nähe zu den Großstädten Hamburg, Hannover, Schwerin und Berlin ▶ ELB-SHUTTLE in der Winsener Elbmarsch, als kostenloser Linienverkehr an Wochenenden und Feiertagen von Mai bis Oktober ▶ Sehr ländlich geprägter Raum (touristische Attraktivität) 	<p>Lage und Erreichbarkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Sehr ländlich geprägter Raum (ausbaufähige Infrastruktur) ▶ Teilweise ungenügende Anbindung: z. B. Autobahnanbindung LK Lüneburg, keine durchgängige Bahnanbindung, keine HVV-Anbindung im Amt Neuhaus, fehlender Shuttleverkehr in der Lüneburger Elbtalaue, schlechte Busanbindung, ausbaufähige Abstimmung (Bahn – Bus, Bus – Bus, Bus – Schiff), wenige Möglichkeiten des Fahrradtransports und der Fahrradverwahrung, abnehmende Anbindung der Infrastruktur nach Osten ▶ Elberadweg strahlt nur wenig ins Hinterland: Streckenabschnitte mit geringem Serviceangebot
<p>Bekanntheit / Alleinstellungsmerkmal Die Elbe als:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ überregionale Marke, verbindendes profilgebendes Element, einer der letzten naturbelassenen Flussabschnitte in Deutschland mit einzigartiger Flora und Fauna (Auenlandschaft, Altarme, Biber, Seeadler u. a.); schöne Elbstrände ▶ Anerkanntes Biosphärenreservat „Niedersächsische Elbtalaue“ ▶ Dokument der deutschen Grenzgeschichte ▶ Schiffshebewerk Scharnebeck 	<p>Bekanntheit / Alleinstellungsmerkmal</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Unterschiedliche Strukturen in den Elbabschnitten in Deutschland (z. B. Sachsen und Niedersachsen) ▶ Vielzahl an attraktiven Infrastrukturen an Flüssen in Deutschland (z. B. Donau, Rhein), dementsprechend hohe Konkurrenz ▶ Fehlende gemeinsame Nutzung des CD und CI ▶ Name der Region „Flusslandschaft Elbe“, die Verortung ist anhand des Namens nicht eindeutig möglich

<p>Stärken</p> <p>Nachfrageentwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> » Kontinuierlich steigende Übernachtungszahlen im Zeitverlauf » Aufgrund der Corona-Pandemie sehr hohe Nachfrage im Bereich Natur und Erlebnis 	<p>Schwächen</p> <p>Nachfrageentwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> » Hoher Handlungsbedarf zur Erfüllung der steigenden Qualitätsansprüche u. a. in den Bereichen Beherbergung und Service (Hardware/Software) » Kapazitätsgrenzen in der Erhöhung der Nachfrage » Keine ausgeprägte Digitalisierung in der Reisevorbereitung, -buchung und -nachbereitung » Teilweise fehlende Mitwirkung im gemeinsamen Buchungssystem
<p>Beherbergungsangebot</p> <ul style="list-style-type: none"> » Vielfältiges Angebot im Beherbergungsgewerbe: Hotels, Pensionen, Ferienhäuser/-wohnungen, Camping- und Wohnmobilstellplätze 	<p>Beherbergungsangebot</p> <ul style="list-style-type: none"> » Fehlende Hotelangebote in Teilen der Region » Starke Unterschiede hinsichtlich der Servicequalität innerhalb der Betriebe, fehlende Innovationen u. a. für die Entwicklung moderner Unterkünfte, z. T. veraltete Ausstattungen » Anstehende Generationswechsel in den Betrieben (Herausforderung Nachfolgesuche)
<p>Freizeit- und Erlebnisangebot</p> <ul style="list-style-type: none"> » Biosphärenreservat Niedersächsische Elbtal: Teil des UNESCO Biosphärenreservats Flusslandschaft Elbe, Naturpark Elbhöhen Wendland, Naturschutzgebiete Junkernfeld, Rethmoorsee und Ilmenau-Luhe-Niederung 	<p>Freizeit- und Erlebnisangebot</p> <ul style="list-style-type: none"> » Geringe Dichte touristischer Attraktionen / Freizeitangebote für die vorhandenen Zielgruppen: wenige Sehenswürdigkeiten, Museen, Kulturangebote mit überregionaler Anziehungskraft, wenige touristische Leuchttürme, keine Erlebnisparks, kaum „Unter-Dach-Angebote“, wenige Gesundheits-/Wellnessangebote

<p>Stärken</p> <p>Freizeit- und Erlebnisangebot</p> <ul style="list-style-type: none"> » Naturerlebnisse: Ausgebildete, zertifizierte Natur- und Landschaftsführer, Naturbildungs- und Erlebnisangebote » Teil des „Grünen Bandes“, (Natur und Geschichte im ehemaligen Grenzgebiet – in Kooperation Burg Lenzen) » Wassertouristische Route bzw. (Durchgangs-)Revier » Rad- und Wanderwege, Elberadweg: (Nr. 1 der Fernradwege, Bett-und-Bike Betriebe), Themenstraßen (Deutsche Storchstraße, Deutsche Fachwerkstraße, Mühlenstraße, Niedersächsische Spargelstraße u. a.). » Neue Perspektiven durch Aussichtstürme und Radwegkirchen » Elbschiffahrt: Charter, Themen-, Rundfahrten, Drei-Länder-Fahrten, Floßfahrten » „Erlebbar“ Grenzgeschichte: Grenztürme werden als Ausstellungsorte genutzt (wird derzeit noch weiter ausgebaut) » Profilbildende Angebote im Bereich Kunst, Kunsthandwerk, Kulturangebote 	<p>Schwächen</p> <p>Freizeit- und Erlebnisangebot</p> <ul style="list-style-type: none"> » Große Entfernungen zwischen den Hot Spots » Naturräumliche Hemmnisse im Wassertourismus: Hochwasser, Niedrigwasser, Eisgang (z. B. winterlicher Abbau der Steganlagen erforderlich), Versandung von Hafenzufahrten » Erlebbarkeit: Elbe eingeschränkt (Elbuferstraße zum Teil elbfern/hinter dem Deich, Zugänglichkeit) » Herausforderung im Schutz des Naturgutes und der Sensibilität der Gäste » Keine flächendeckende Akzeptanz der Gäste bei den Einheimischen » Künstler, Kunsthandwerk als mögliches profilgebendes Merkmal: Problem „Öffnungszeiten“, Öffnung für Touristen und Kommunikation des Angebots » Fehlende/unzureichende Vernetzung der Angebote
---	---

<p>Stärken</p> <p>Kooperationen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Länderübergreifendes Kooperationsprojekt „Kurs Elbe. Hamburg bis Wittenberge“: ▶ Imageprägendes Element für diesen Flussabschnitt ▶ Weitere: TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN), Metropolregion Hamburg (MRH), Industrie- und Handelskammer Lüneburg-Wolfenbüttel (IHK) 	<p>Schwächen</p> <p>Kooperationen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Unzureichende Vernetzung der Anbieter in der Region (Angebotsgestaltung, Angebotsempfehlung, Kenntnis über das bestehende Angebot) ▶ Unzureichende Kenntnisse bei den Leistungsträgern über die konkreten Angebote der Flusslandschaft Elbe GmbH und der anderen Leistungsträger in der Region
<p>Organisationsstruktur / Zusammenarbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Touristische Dachmarke ▶ Dichtes Netz von Tourist-Informationen ▶ Start der gemeinsamen kommunikativen und inhaltlichen Annäherung (z. B. Schaffung von gemeinsamen Kommunikationsregeln, erste Veränderung/ Anpassung der Arbeitsstrukturen zwischen dem Marketingausschuss und der Flusslandschaft Elbe GmbH) ▶ Gemeinsame Tourist-Information von vier Kommunen im Landkreis Harburg und somit zentrale Kommunikation und Kooperation mit der Dachmarke 	<p>Organisationsstruktur / Zusammenarbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Unzureichende Rahmenbedingungen: <ul style="list-style-type: none"> ▶ zu wenig Personal für die umzusetzenden Aufgaben im Tourismus bei Kommunen und Dachmarke ▶ Mängel in der Infrastruktur, bei einigen Betrieben, in der Servicequalität usw. ▶ Keine einheitlichen und transparenten Entscheidungsstrukturen bei den beteiligten Kommunen ▶ Bisher keine klare Aufgabenteilung zwischen den Kommunen und der Flusslandschaft Elbe GmbH ▶ Zu viele Entscheidungsträger und Abstimmungsrunden ▶ Im Landkreis Lüneburg fehlender Koordinator für die Kommunen ▶ Unterschiedliche Einflussnahme der Politik in Abhängigkeit zur jeweiligen touristischen Bedeutung

<p>Stärken</p> <p>Organisationsstruktur / Zusammenarbeit</p>	<p>Schwächen</p> <p>Organisationsstruktur / Zusammenarbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Z. T. geringes Budget innerhalb der Kommunen und der Dachmarke ▶ Zum Teil Frustration und Unzufriedenheit mit der gemeinsamen Arbeit bei einzelnen Akteuren in der Region
--	--

Die nachfolgend aufgeführten **Chancen** gilt es, zukünftig **wahrzunehmen** und im besten Fall zu **nutzen** und **die Risiken zu reduzieren** bzw. diese nach Bedarf zum eigenen Vorteil zu kommunizieren.

<p>Chancen</p> <p>Reisetrends / Reismotive</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Reisetrend zum Heimaturlaub in Deutschland (Potenziale Corona-Pandemie nutzen) ▶ Naturnahen Urlaub mit Erlebnisfaktor in der Flusslandschaft Elbe als Alleinstellungsmerkmal herausstellen 	<p>Risiken</p> <p>Reisetrends / Reismotive</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Demographischer Wandel (u. a. veränderte Rahmenbedingungen in der touristischen Nachfrage) ▶ Fehlendes flächendeckendes Qualitätsbewusstsein, um den zunehmenden Qualitäts- und Serviceansprüchen gerecht zu werden ▶ Steigender Wettbewerbsdruck Tourismusdestinationen: Konkurrenz mit anderen ähnlichen Naturangeboten kombiniert mit Erlebnissen
<p>Infrastruktur</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Ausbau des Fahrradtourismus (Elberadweg Potenzial verstärkt nutzen) ▶ Digitalisierung der Angebote und Prozesse ▶ Arbeitsplätze sichern und schaffen ▶ Anstehende Generationswechsel in den Betrieben (Chance zum Wandel) 	<p>Infrastruktur</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Übernutzung von touristischen Hotspots ▶ Einschränkungen in der Nutzung durch Krisenanfälligkeit (z. B. Hochwasser, ökologische Belastungen, Pandemien)

Kapitel 3 | Vision, Ziele, Strategie

3.1 Herleitung und Basis

Für eine transparente Weiterentwicklung einer touristischen Region ist eine verständliche und gemeinsam abgestimmte **Zielsetzung** unerlässlich. Insbesondere mit Blick auf die Kontrolle der Zielerreichung und die Dokumentation dieser, lässt sich bei vielen Beteiligten und damit auch bei vielen unterschiedlichen Interessen ein Einvernehmen erzeugen.

Aufgrund der bestehenden Unzufriedenheit in den vergangenen Jahren mit dem Prozess der gemeinsamen Zielsetzung und damit mit der Zielerreichung sowie aufgrund des mangelnden Verständnisses für die unterschiedlichen Prioritätensetzungen, erhält dieses Thema für die gesamte Region die zentrale Schlüsselfunktion für ein **gestärktes WIR** in der **touristischen Zukunft**.

Um in dem, von Angebot und von der Nachfrage stark beeinflussten touristischen Markt, bei immer knapper werdenden Mitteln erfolgreich bestehen zu können, ist eine klare **Positionierung** überlebenswichtig. Erst wenn klar ist, in welche inhaltliche Richtung sich die Region entwickeln will, kann eine **Strategie** festgelegt werden,

diese Zielsetzung zu erreichen und Strukturen geschaffen werden, die diese Umsetzung nachhaltig im Einvernehmen möglich machen.

Dabei sollte immer der Inhalt bekannt sein, um erfolgsorientierte Strukturen zur Umsetzung zu schaffen und nicht andersherum. Das bedeutet somit auch für die Region Flusslandschaft Elbe den zweiten, nicht vor dem ersten Schritt zu gehen. Sobald der Zielrahmen im Einvernehmen steht, kann überprüft werden, ob die bestehenden Strukturen und die dazu bereitgestellten Ressourcen dazu geeignet sind oder ggf. Anpassungen erforderlich sind, um die gesetzten Ziele unter Beteiligung vieler Akteure zu erreichen. Dieser Schritt umfasst meist entsprechende Auswirkungen auf die Arbeitsstrukturen und die Aufgabenteilung der Region sowie auf die Rolle der Verantwortlichen, wie z.B. der Kommunen bzw. der eingesetzten Touristiker. Verbindlichkeiten in den Arbeitsstrukturen und eine Akzeptanz der erarbeiteten (Zwischen-)Ergebnisse wirken vertrauensbildend und können dadurch den Umwandlungsprozess vom Kirchturm-Denken in ein WIR-Gefühl ermöglichen.

Laut Satzung der **Flusslandschaft Elbe GmbH** ist die **Zielsetzung** der touristischen Vermarktungsorganisation folgendermaßen definiert:

- ▶ Förderung des Tourismus in der Region Flusslandschaft Elbe
- ▶ Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Destination Flusslandschaft Elbe
- ▶ Dienen des Allgemeinwohls der Bürger in der Region Flusslandschaft Elbe
- ▶ Qualifizierung/Vernetzung der bestehenden Tourismus-Einrichtungen (inkl. TI)
- ▶ Nachhaltigkeit als Handlungsmaxime (Querschnittsthema)

Der Grad der Allgemeingültigkeit dieser Aussagen kann damit als Orientierung für die Zielsetzung der Destination Flusslandschaft Elbe gesehen werden, zeigt aber auch den Handlungsrahmen für die Mitarbeiter der Flusslandschaft Elbe GmbH. Besonders für die Gesellschaft ist die Konkretisierung dieser sehr allgemeinen Zielsetzung unerlässlich, um im Sinne der Beteiligten handeln zu können.

An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass die in den Folgekapiteln dargestellte Detaillierung der Zielsetzung in Zielfelder und -themen für die gesamte Region der

Flusslandschaft Elbe zu sehen ist. Auch hier gilt der zuvor oben beschriebene Schritt. Erst wenn dieser Rahmen steht, kann mit den Beteiligten weiter ins Detail gegangen werden, um die daraus resultierenden Arbeitspakete und -schritte für die touristische Vermarktungsgesellschaft der Region festzulegen. Wobei für die Umsetzung der gesamten Zielsetzung der Region die Vermarktungsgesellschaft nur einen der beteiligten Umsetzungsakteure darstellt. Darüber hinaus werden die Kommunen, die Touristiker und die Leistungsträger der Region in unterschiedlichen Intensitäten gefordert werden.



Abbildung: Junkernfeldsee

Quelle Foto: C. Hagemann

3.2 Vision

Die **Vision**/der Leitsatz ist eine langfristige und **richtungsweisende Zukunftsvorstellung** einer touristischen Region und steht als Handlungsleitbild übergeordnet über den Entwicklungszielen der Region.

Im Rahmen des Prozesses zur Aktualisierung des Tourismuskonzeptes wurde der aktuell bestehende Leitsatz evaluiert. In der **Online-Umfrage** wurden die Leistungsträger und relevanten Akteure/Bürger

Der aktuelle Leitsatz der Region Flusslandschaft Elbe lautet:

„Attraktive und nachhaltige touristische Angebote mit hoher Qualität für einen starken Marktauftritt! Flusslandschaft Elbe - Natur aktiv erleben“.

Ist dieser Leitsatz Ihrer Meinung nach weiterhin stimmig/passend? (N=66)

Die Abfrage ergab, dass 67% der Teilnehmer den Leitsatz nach wie vor als passend für die Region Flusslandschaft Elbe einschätzen. 33% der Teilnehmer jedoch empfinden den Leitsatz eher als unpassend. Es wurden weitere Anmerkungen, wie u. a. „zu lang“, „austauschbar“, „nicht emotional“, „fehlender Fokus der Nachhaltigkeit“, angegeben.

„Attraktive und nachhaltige touristische Angebote.
Flusslandschaft Elbe – Natur aktiv erleben“

Der aktualisierte Leitsatz ist kürzer, prägnanter und einprägsamer. Der Begriff attraktiv beinhaltet dabei nach wie vor den Anspruch an hohe Qualität in Bezug auf die touristischen Angebote. Ein Vorteil dieses Leitsatzes ergibt

Die Ziele und Themen wiederum sollen in ihrem jeweiligen Bereich dazu beitragen, der Vision möglichst nahezukommen; sie unterstützen das Erreichen der Vision.

gefragt, inwieweit der Leitsatz weiterhin stimmig/passend erscheint. Dabei haben insgesamt 66 Personen ihre Meinung abgegeben.

Im Rahmen der Workshop-Reihe wurde dem Aufsichtsrat und dem Marketingausschuss das Ergebnis der Abfrage vorgestellt und gemeinsam erörtert, wie der zukünftige Leitsatz/die Vision für die Region Flusslandschaft Elbe abschließend betitelt werden soll. Es wurde einheitlich beschlossen, eine Umformulierung des Leitsatzes vorzunehmen – dieser lautet nun:

sich außerdem in der gleichermaßen möglichen Anwendung für das Binnenmarketing (interne Zwecke im Rahmen der Lobbyarbeit), als auch für das Außenmarketing (Außendarstellung für die Gäste).

3.3 Zielfelder und Zielthemen

Um die **Zielsetzung** möglichst im Einvernehmen der Beteiligten zu gestalten, wurde hierbei auf eine breite Beteiligung und eine intensive Reflektion Wert gelegt.

Welche konkreten, touristischen Ziele sollen in den nächsten 5 Jahren Ihrer Meinung nach in der Region Flusslandschaft Elbe umgesetzt werden? (N=43)

Dabei wurde am häufigsten der **Ausbau der touristischen Infrastruktur** (insbesondere Rad- und Wanderwege) angeführt. Ebenfalls relevant sei das **gemeinsame Handeln/Agieren** und **Netzwerken**.

Die Teilnehmer der Online-Umfrage wurden außerdem aufgefordert, ihre Meinung hinsichtlich notwendigen **Handlungs-**

Entsprechend wurde im Rahmen der Online-Umfrage ebenso eine Frage zur Zielsetzung der Region gestellt.

Ein weiteres Ziel sollte es sein, den sanften Tourismus weiterzuentwickeln und die Digitalisierung in der Region zu fördern und ebenso weiter auszubauen.

bedarfs in Bezug auf relevante Themen in einer touristischen Region abzugeben.

Nachfolgend sind einige relevante Themen einer touristischen Region aufgelistet. Bitte beurteilen Sie die Aspekte hinsichtlich eines notwendigen Handlungsbedarfs. (N=53) (1=sehr hoher Handlungsbedarf, 5=kein Handlungsbedarf)

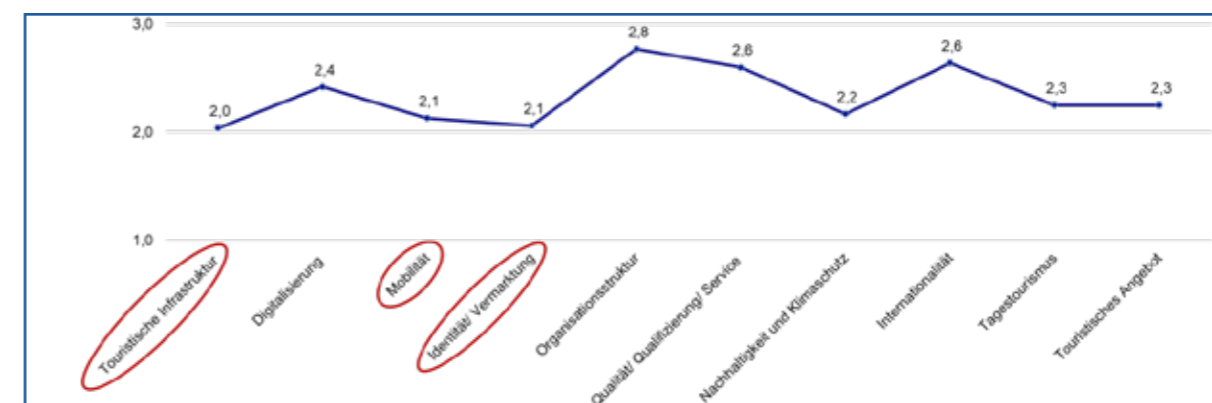


Abbildung: Online-Umfrage: relevante touristische Themen einer Region

Quelle: Eigene Darstellung 2021, Online-Umfrage.

Als Ergebnis kann festgehalten werden, dass **alle Themen** mit Durchschnittswerten zwischen 2,0 und 2,8 bei einer Bewertungsskala von 1–5 eine überdurchschnittliche, **hohe Relevanz** für eine touristische Region aufweisen. Die Themenfelder **touristische**

Infrastruktur, Mobilität und **Identität/Vermarktung** werden mit dem stärksten Handlungsbedarf gesehen.

Dieses breite Ergebnis an inhaltlichem Handlungsbedarf zeigt sich auch im Austausch mit dem Aufsichtsrat und mit den

Mitgliedern des Marketingausschusses. Auch in diesen Workshops wurde z.T. getrennt voneinander nach der gewünschten inhaltlichen Zielsetzung und deren Prioritätensetzung gefragt. Der Prozess hat eindeutig gezeigt, dass es einen hohen Handlungsbedarf in einer Vielzahl an unterschiedlichen Themenfeldern gibt und dass sehr **unterschiedliche Ausprägungen** in der **Prioritätensetzung** unter den

Akteuren in dieser Region bestehen. Das wiederum hat zur Konsequenz, dass es nicht sinnvoll ist, mit Hilfe einer rein rechnerischen Auswertung eine „Scheingenauigkeit“ in der Prioritätensetzung darzustellen und damit Themenfelder zu vernachlässigen. Sondern die Region benötigt einen ganzheitlichen Ansatz, um nachhaltig und im Einvernehmen, wenn auch vorerst in kleinen Schritten, in der Zielset-

zung voranzukommen. Nachfolgend werden die erarbeiteten und priorisierten **Zielfelder** von **1–10**, samt der **Zielthemen**, dargestellt. Durch die enge Verzahnung der Themenfelder treffen einzelne Inhalte auf verschiedene Zielfelder zu. Dabei ist es nicht maßgeblich, wo diese jeweils inhaltlich verankert sind, sondern dass diese grundsätzlich berücksichtigt werden. Zudem wird darauf hingewiesen, dass sich

auch potenzielle **Querschnittsthemen**, wie z.B. Nachhaltigkeit, Digitalisierung oder Qualität, in den Zielfeldern wiederfinden. Da der Region nur ein gewisses Maß an Arbeitskraft, an Zeit und an Ressourcen zur Verfügung stehen, gilt es, alle Inhalte gleichermaßen im Blick zu halten. Es muss immer im Gesamtkontext abgewogen werden, welcher Schritt zur ganzheitlichen Zielerreichung notwendig ist.

Zielfelder und Zielthemen

1. Etablierung und Ausbau des Fokusthema Elbe/Wassertourismus

Zielthemen

- 1.1 Stärkung der Angebote in allen Facetten an sich
- 1.2 Stärkung der Verknüpfung der „Wasser- und Land-Angebote

2. Bildung zukunftsfähiger Organisationsstrukturen

Zielthema

- 2.1 Festlegung klarer Zielsetzungen für die Arbeit der Flusslandschaft Elbe GmbH

3. Ausbau der Digitalisierung in der Region

Zielthemen

- 3.1 Umsetzung des Open-Data-Prozesses inkl. der Entwicklung einer Content-Strategie
- 3.2 Einheitliche Umsetzung eines Buchungssystems

4. Besucherlenkung und Kommunikation

Zielthemen

- 4.1 Ausbau und Stärkung der Besucherlenkung
- 4.2 Unterstützung der Kommunikation/Botschaft zur Pflege und Instandhaltung der Rad-/Wanderinfrastruktur

5. Entwicklung und Ausbau touristischer Infrastruktur (Hardware)

Zielthemen

- 5.1 Entwicklung einer vernetzten und nachhaltigen Rad- und Wanderwegeinfrastruktur (Hardwarepflege)
- 5.2 Verbesserung der Infrastruktur innerhalb der Region
- 5.3 Verbesserung der grenzüberschreitenden Anbindung
- 5.4 Entwicklung eines gemeinsamen Leuchtturms

6. Etablierung von Tourismusnetzwerken bzw. kooperativer Dienstleistungsketten

Zielthemen

- 6.1 Erstellung ganzheitlicher Angebote (Hand-und-Hand) zur Begeisterung des Gastes
- 6.2 Stärkung der Transparenz untereinander (eigenes Angebot) und miteinander (Netzwerke)

7. Verbesserung der Qualität in der Region

Zielthemen

- 7.1 Verbesserung der Servicequalität der touristischen Leistungsträger
- 7.2 Verbesserung der Qualität der Ausstattung/ des Angebots

8. Stärkung der Akzeptanz der FEG als Dachmarke mit den Fähigkeiten des Marketings, des Netzwerkes und als touristischer Berater

Zielthemen

- 8.1 Verbesserung und Aktualisierung des Markenauftritts
- 8.2 Gemeinsame/ einheitliche Umsetzung der Corporate Identity
- 8.3 Entwicklung/ Stärkung von/der Vertriebsinstrumenten

9. Positionierung im Themenfeld der Nachhaltigkeit inkl. Gestaltung desselben

Zielthemen

- 9.1 Nutzung des „UNESCO-Gutes“ bzw. der Modellregion in der Außendarstellung (Marketing, aber auch Aufklärung über das schützenswerte Gut)
- 9.2 Nutzung des „UNESCO-Gutes“ bzw. der Modellregion in der Angebotsgestaltung
- 9.3 Nachhaltige Nutzung auch weiterer Naturschutzgebiete und Naturangebote (Harburg/ MP/ Lüchow-Dannenberg)

10. Ausbau und Stärkung des Tourismus national und international

Zielthemen

- 10.1 Stärkung/ Festigung des Tagestourismus
- 10.2 Stärkung/ Festigung des Übernachtungstourismus
- 10.3 Steigerung des Anteils internationaler Gäste in der Region

Abbildung: Zielfelder und Zielthemen Region Flusslandschaft Elbe, Quelle: Eigene Darstellung 2021

Diese Zielfelder-/Zielthemen-Übersicht ist in folgenden Arbeitsschritten entstanden:

- ▶ Entwurf einer ersten Version inkl. Priorisierung durch die Benennung der TOP 3 im Rahmen des Aufsichtsrates
- ▶ Anschließende Ergänzung und Diskussion auf einer Sitzung des Marketingausschusses inkl. der Entscheidung, die Prioritätensetzung nach Dringlichkeit und Wichtigkeit vorzunehmen.
- ▶ Erneute Reflexion des bis dahin bestehenden Arbeitsergebnisses in einer gemeinsamen Sitzung des Aufsichtsrates und des Marketingausschusses
- ▶ Möglichkeit der Reflektion und Ergänzung der Zielfelder durch alle Bürgermeister und alle Mitglieder der jeweiligen Tourismusausschüsse der Kommunen, inkl. Priorisierung durch die Benennung der TOP 5
- ▶ Abschließende Feinabstimmung der Zielsetzung für die Region in einer erneuten, gemeinsamen Sitzung des Aufsichtsrates und des Marketingausschusses

Damit ist der **Rahmen** für die inhaltliche Arbeit der nächsten **fünf Jahre** definiert. Da eine Konkretisierung damit noch nicht erfolgt ist und im Zeitverlauf eine enge Umsetzungsorientierung und Mitnahme der Beteiligten sichergestellt werden soll, werden in regelmäßigen Abständen

erneute Arbeitstreffen zur Ableitung von konkreten Maßnahmen anvisiert. Die Akteure der Region sollen damit die kontinuierliche Chance bekommen, an der Ausgestaltung ihrer Region mitzuwirken und ihre Zukunft im Einvernehmen gemeinsam zu gestalten.

Nachfolgend werden die einzelnen Zielfelder samt der bisher erarbeiteten Zielthemen näher beschrieben.

1 Etablierung und Ausbau des Fokusthema Elbe / Wassertourismus

Die **natürliche Lage** der **Tourismusregion** Flusslandschaft Elbe und das damit verbundene touristische Potenzial stellen den maßgeblichen **Angebotsschwerpunkt** der Region dar. Daher ist es entscheidend, dieses Thema übergeordnet weiter zu etablieren und den Ausbau des Fokusthemas Elbe und Wassertourismus voranzutreiben.

Dazu gehört die **Stärkung der Angebote** in allen Facetten und der Ausbau der **Verknüpfung der Angebote** auf dem Wasser und zu Land. Neben der Elbe gilt dieses nachgelagert auch für die (Zu-)Flüsse. Aus Sicht des Gastes ist es maßgeblich entscheidend, dass die Region **ganzheitlich erlebbar** ist. Das bedingt eine durchdachte Verzahnung der Angebote und eine abgestimmte Kommunikation.

2 Bildung zukunftsfähiger Organisationsstrukturen

Wie zuvor beschrieben, muss erst der zu erreichende **Inhalt klar definiert sein**, damit dazu passende und **wirksame Strukturen** aufgebaut werden können und der Weg zum Ziel mit einer abgestimmten Strategie gemeinsam besprochen werden kann. Die Bildung von **zukunftsfähigen Organisationsstrukturen** umfasst damit eine nachhaltige und finanzierbare Komponente.

Um in diesem Konstrukt der Vermarktungsgesellschaft der Region, der Flusslandschaft

Elbe GmbH und deren Mitarbeitern, eine erfolgsorientierte Ausgangssituation zu verschaffen, muss die **Zielsetzung** für deren Arbeit ebenso **klar definiert** und weiter heruntergebrochen werden. Erst dann kann gemeinsam überprüft werden, ob die gesetzten Ziele erreicht wurden und wo ggf. feinjustiert werden muss. Diese entsprechende **Transparenz** fördert den Vertrauensaufbau, gibt die Chance, die Prioritätensetzung zu verstehen und lässt das **WIR-Gefühl** der Region weiterwachsen.

3 Ausbau der Digitalisierung in der Region

Heutige Reisegebiete werden förmlich dazu gezwungen, sich der **Digitalisierung** zu stellen, um auf dem nachfragegeprägten Markt weiterhin bestehen zu können. Reisegebiete, die weder digital kommunizieren bzw. sichtbar sind, noch digital buchbar und auch nicht digital bewertbar sind, werden vom Gast schlichtweg nicht wahrgenommen und verlieren damit potenzielle Buchungen an **Mitbewerber**.

Der Blick durch die Brille des Gastes ist hierbei ganz entscheidend. Wenn dieser seine Reiseentscheidung auf diesem Weg vorbereitet, trifft und auch umsetzt, spielt es keine Rolle, ob einem touristischen Leistungsträger dieser Weg gefällt, oder nicht. Wenn dieser nicht entsprechend sichtbar ist, wird er übersehen und verliert sein Geschäft im schlimmsten Fall an den Mitbewerber. Entsprechend ist ein Zielthema

an dieser Stelle die einheitliche Umsetzung der **digitalen Buchbarkeit**. Insbesondere bei knappen Ressourcen kann eine gemeinschaftlich getragene Lösung einen langfristigen Vorteil bieten, von dem wiederum alle Beteiligten nachhaltig profitieren werden.

Die Wichtigkeit der Digitalisierung zeigt sich auch in dem Zusammenhang in dem vom Land Niedersachsen angestoßenen **Open-Data-Prozess**. In dem Prozess geht es darum, Daten, vor allem Bildmaterial, aus den Reisegebieten zentral verfügbar zu machen und eine Vermarktung ganzheitlich zu ermöglichen. Passend dazu macht es dann Sinn, eine eigene **Content-Strategie** zu entwickeln. Das bedeutet den professionellen und strukturierten Umgang mit digitalen Medieninhalten bewusst zu regeln bzw. zu gestalten.

4 Besucherlenkung und Kommunikation

Um das natürliche Angebot und dessen Potenzial daraus langfristig für alle Beteiligten in der Region nutzen zu können, ist es von maßgeblicher Bedeutung, die **Besucherlenkung** bewusst **auszubauen** und zu **stärken**. Das bezieht sich nicht nur auf die Aktivitäten in Zusammenspiel mit den Gästen, sondern auch auf die **Kommunikation zur Bevölkerung**.

Passend dazu soll die Kommunikation und die Botschaft zur Pflege und zur Instandhaltung der Rad- und Wanderwegeinfrastruktur fokussiert werden. Erst bei dem Wissen um die Konsequenzen bei Unterlassung kann ein Umdenken beginnen und die **Akzeptanz** des Tourismus in der Bevölkerung gestärkt werden.

5 Entwicklung und Ausbau der touristischen Infrastruktur (Hardware)

In diesem Zielfeld geht es um die Entwicklung und den Ausbau der touristischen Infrastruktur im Sinne der Hardware. Erst wenn **passende** und vor allem **vernetzte Angebote** vorhanden sind, steigt die Chance, den Gast für die Region zu gewinnen. Dieser Bereich bezieht sich konkret auf die Hardware, also die konkrete Entwicklung einer vernetzten und **nachhaltigen Rad- und Wanderwegeinfrastruktur** inkl. der Abstimmung der nachhaltigen Hardwarepflege.

Aber auch die **Infrastruktur an touristischen Angeboten** insgesamt, gilt es im Blick zu

halten. Dazu können die Bereitstellung von fahrradbegleitenden Angeboten (z.B. gesicherte Abstellmöglichkeiten, Ladestationen) gehören, der Ausbau und die, auch grenzüberschreitende, Vernetzung der Angebote an sich oder die Errichtung von **Leuchtturmprojekten** für die gesamte Region. Unter einem Leuchtturmprojekt ist grundsätzlich ein Angebot mit Strahlkraft für die gesamte Region und über diese hinaus zu verstehen. Das kann aber auch ein vernetztes Angebot sein, das durch die Verbindung und eine leichte bzw. abgestimmte Erreichbarkeit die Region erlebbar macht.

6 Etablierung von Tourismusnetzwerken bzw. kooperativen Dienstleistungsketten

Der Gast nimmt ein Reisegebiet ganzheitlich wahr und die Vielzahl an Leistungen prägt meist seine Entscheidung, in der Region zu bleiben und vor allem wiederzukommen. Meist ist ein einzelner Anbieter nicht der Auslöser der Reiseentscheidung in einer Region, sondern die Entscheidung zur Buchung wird auch durch eine **optimale Zusammenarbeit** in der **Region** und eine Vernetzung der Angebote geprägt. Durch die Etablierung von **Tourismusnetzwerken** und das Erstellen von **ganzheitlichen Angeboten** wird den

Wünschen der Gäste Sorge getragen. Entsprechend finden sich in diesem Zielfeld auch die Wünsche nach der Erstellung eines ganzheitlichen Angebotes zur **Begeisterung** der **Gäste** und nach der **Stärkung** der **Transparenz** untereinander und miteinander wieder. Es gilt, den Gast in der Region zu halten und dazu gehört auch, das Angebot des Nachbarn bzw. weiterer Leistungsträger in der Region zu kennen. Da dieses meist nicht von sich aus geschieht, sollte Kraft in die bewusste Gestaltung gegeben werden.

7 Verbesserung der Qualität in der Region

Die Verbesserung der eigenen **Qualität** in einer Region ist maßgeblich für eine nachhaltige und zukunftsorientierte Ausrichtung. Dabei geht es nicht nur darum, zufriedene Gäste zu erreichen, sondern den heutigen **Gast** zu **begeistern**, damit er über diese Begeisterung spricht und die positive Mund-zu-Mund-Propaganda anstößt. Ein Gast ist zufrieden, wenn seine Erwartungen an ein Angebot, an eine Dienstleistung erfüllt wurden. Das reicht aber meist nicht aus, um positiv darüber zu reden, da es eh erwartet wurde.

Es gilt somit zum einen, die Leistungsträger in der Umsetzung ihrer **Servicequalität** (Software) zu stärken und nach Bedarf zu verbessern, und zum anderen die **Qualität der Ausstattung des Angebots** an sich (Hardware) zu hinterfragen und ebenso zu optimieren. Der heutige Gast ist in der Regel deutlich anspruchsvoller und oftmals nicht bereit, eine in die Jahre gekommene Ausstattung wertzuschätzen. Dementsprechend ist es als Leistungsträger, der seine Gäste überzeugen oder vielmehr begeistern möchte, unerlässlich, den heutigen Ansprüchen zu begegnen und entsprechend zu investieren.

8 Marketings, des Netzwerkens und des touristischen Beraters

Eine **touristische Vermarktungsgesellschaft** kann nur dann einen wertvollen und vor allem akzeptierten Beitrag für die Region leisten, wenn die Ausrichtung gemeinsam mit den Akteuren vorgenommen wurde. Demnach zielt dieses Zielfeld auf die Stärkung der Akzeptanz der FEG als **Dachmarke** ab, die dann nicht nur für das **Marketing** der Region zuständig ist, sondern darüber hinaus als akzeptierter

Partner und **Netzwerker** in der **Region** agieren kann. Um diese gemeinsame Identität zu stärken, stehen Themen, wie die gemeinschaftliche und einheitliche Erarbeitung bzw. Umsetzung der **Corporate Identity**, die Verbesserung und Aktualisierung des **Markenauftritts** und die Entwicklung und Stärkung der **Vertriebsinstrumente**, passend zu den Inhalten der Strategiebox, im Vordergrund.

9 Positionierung im Themenfeld der Nachhaltigkeit inkl. Gestaltung dieses

Wie einführend beschrieben, ist das Themenfeld der **Nachhaltigkeit** mit Blick auf das natürliche Angebot der Region von besonders hoher Bedeutung. Diese Nachhaltigkeit soll durch die **Nutzung des UNESCO-Gutes** bzw. der Kommunikation der Modellregion in der Außendarstellung gestärkt werden. Dazu gehört eine entsprechende Aufklärungsarbeit über das schützenswerte Naturgut und die **Stärkung** des öffentlichen **Bewusstseins** für einen

behutsamen Umgang mit den natürlichen Ressourcen.

Aber auch die gezielte Gestaltung von passenden Angeboten zu dieser Thematik stärkt die **Erlebbarkeit** des **Angebots** und damit das Verständnis für die Thematik an sich. Es gilt, sich gemeinsam Gedanken darüber zu machen, wie auch die weiteren Naturschutzgebiete und Naturangebote nachhaltig genutzt werden können.

10 Ausbau und Entwicklung des Tourismus national und international

Aufgrund zur Nähe zur Metropolregion Hamburg spielt für die Region nicht nur der **nationale**, sondern auch der **internationale Tourismus** eine wichtige Rolle. Es geht hierbei um den Ausbau und die Stärkung der Angebote für den **Tages-**, als auch für den **Übernachtungstourismus**.

Mittelfristig soll der Anteil an **internationalen Gästen** in der Region gesteigert werden. Derzeit spielen die **Niederländer**, aber auch die **Dänen** und **Schweden** eine besondere Rolle. Wichtig ist dabei zu bedenken, dass die Ansprache und damit die Kommunikation der Region Flussland-

schaft Elbe mit dem internationalen Gast derzeit nicht ausreichend bzw. ausbaufähig ist. Es müssen folglich auch Angebote mit den entsprechenden Leistungsträgern vor Ort vorgehalten werden die auch einem internationalen Gast ein besonderes Reiseerlebnis bieten. Die Bandbreite der Zielfelder zeigt den umfangreichen **Hand-**

lungsbedarf in der Region. Es gilt, Schritt für Schritt an der Umsetzung zu arbeiten und sich gemeinsam auch über die kleinen Schritte zu freuen. Um die Umsetzung zielgerichtet im Blick halten zu können, hilft die nachfolgende Strategiebox, den Weg zum Ziel zu ebnen und den gemeinsamen Handlungsrahmen festzulegen.



Abbildung: Barumer See

Quelle Foto: SG Bardowick

3.4 Strategiebox

Aufbauend auf die Vision sowie die Zielfelder und Zielthemen fokussiert die **Strategie** den Weg zur **Zielerreichung**. Es wird eine konkrete Richtung bzw. das „Wie“ für die anschließende Umsetzung und die zu entwickelnden Maßnahmen festgehalten. Die Strategiebox dient somit als hilfreiche Übersicht für alle relevanten Leistungsträger und Akteure in der Region

Flusslandschaft Elbe und unterstützt die stetige Fokussierung auf die gemeinsam definierte, zukünftige **Strategieausrichtung** der Region.

Die Strategiefelder teilen sich in vier Bereiche auf: **Vermarktungsstrategien**, **Gästeprojekten**, **Positionierungsstrategien** und **Entwicklungsstrategien**. Die Ausprägungen in den unterschiedlichen Strategiefel-

dern wurden im Rahmen eines Workshops gemeinsam mit dem Aufsichtsrat und dem Marketingausschuss festgelegt.

Lesehinweis: die Strategiebox ist horizontal in den jeweiligen Ausprägungen zu lesen, es gibt keine vertikalen Verbindungen. Nach gemeinsamer Absprache mit der Lenkungsgruppe im Rahmen der Beteiligungsverfahren wurde sich auf eine Priorisierung der einzelnen Strategiefelder

geeignet. Diese wird folgendermaßen dargestellt: **Priorität 1** in der Farbe Grün, **Priorität 2** in der Farbe Blau und alle weiteren Felder in der Farbe Weiß. Dementsprechend sind die in Grün markierten Strategiefelder besonders zu beachten. Alle weiteren Felder sind jedoch ebenfalls relevant und für die zukünftige Strategieausrichtung der Region Flusslandschaft Elbe zu berücksichtigen.

Priorität 1 ■ Priorität 2 ■

Vermarktungsstrategien									
Themen / Reisemotive	Region		Natur und Aktiv			Wasser			Kultur
Zielgruppen	Sinnorientierte Outdoor-Aktive				Erlebnisorientierte Familien		Genussorientierte Naturliebhaber		
Saisonalität	Hauptsaison (Beginn Osterferien bis Ende Oktober)				Außersaison Regionsthemen/-zeiten (z. B. Vogelzugzeiten)				
Kooperationen	P: Kurs.Elbe	TMN	MRH	HHT	LG Marketing	LGH	IHK LG-WOB	Wendland.Elbe	Biosphärenreservat
Kommunikation & Vertrieb	Print-Medien		Webseite	Social-Media	PR	TI		Leistungsträger	Veranstaltungen
Gästeprojekten									
Quellmärkte Inland	NS			MR HH			NRW		
Quellmärkte Ausland	Niederlande				Dänemark			Schweden	
Gästepotenzial	Neugäste-Akquise					Stammgäste-Bindung			
Gästesegment	Übernachtungsgäste				Primäre Tagesgäste			Sekundäre Tagesgäste	
Aufenthaltsdauer	1–4 Nächte (Kurzreisende)					ab 5 Nächte (Urlauber)			
Mobilität	PKW		Wohnwagen/-mobil		Fahrrad	ÖVM (Ausbau unzureichend)			Schifffahrt
Positionierungsstrategien									
Marktpositionierung	Qualitätsführerschaft				angemessenes Preis-Leistungsverhältnis				
Entwicklungsstrategien									
Entwicklungsrichtung	Wachsen				Stabilisieren / Halten				
Marktfelder	Marktdurchdringung					Produktentwicklung			
Kooperationsart	Horizontal					Vertikal			
Q-Stufe (Entwicklungsziele)	Basisqualität		Erwartungsqualität (stärken)		Wunschqualität (entwickeln)			Überraschungsqualität	

TMN: TourismusMarketing Niedersachsen GmbH; MR HH: Metropolregion Hamburg; LG Marketing: Lüneburg Marketing; P: Projekt; HHT/HMG: Hamburg Tourismus GmbH / Hamburg Marketing GmbH; PR: Öffentlichkeitsarbeit; TI: Tourist-Information; NS: Niedersachsen; NRW: Nordrhein-Westfalen; ÖVM: öffentliche Verkehrsmittel; HHT/HMG: Hamburg Tourismus GmbH/ Hamburg Marketing GmbH; PR: Öffentlichkeitsarbeit; TI: Tourist-Information; NS: Niedersachsen; NRW: Nordrhein-Westfalen; VM: öffentliche Verkehrsmittel

Nachfolgend werden die einzelnen Ausprägungen beschrieben.

Vermarktungsstrategien

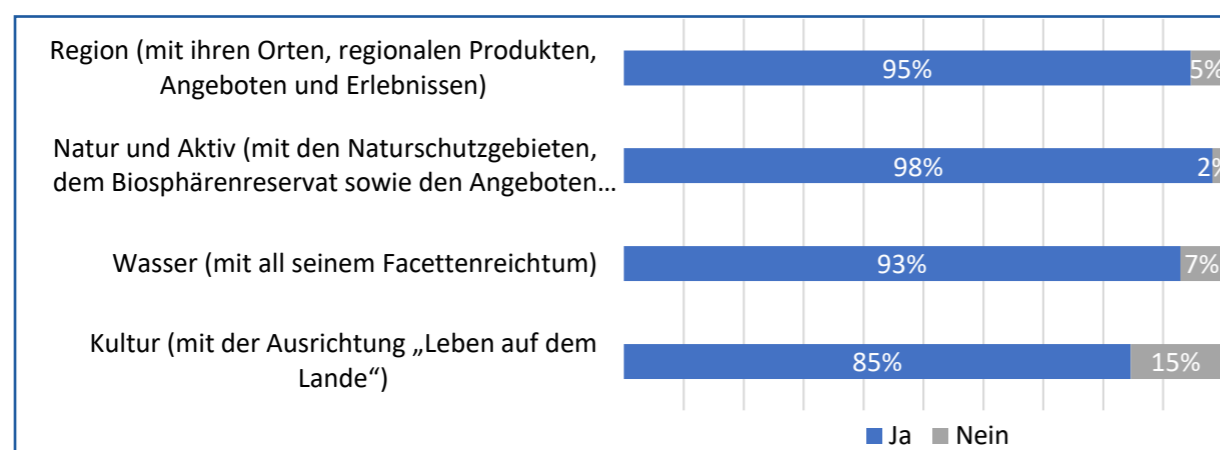
Themen / Reisemotive

- » Die vier Themen/Reisemotive stammen aus dem ursprünglichen Tourismuskonzept und bilden weiterhin die Kerntemen in der Region Flusslandschaft Elbe. Dabei haben die Themen **Natur und Aktiv** sowie **Wasser** erste Priorität.
- » 1) Region: mit ihren Orten, regionalen Produkten, Angeboten und Erlebnissen
- » 2) Natur und Aktiv: mit den Naturschutzgebieten, dem Biosphärenreservat sowie den Angeboten und den Aktivitäten in der Natur
- » 3) Wasser: mit all seinem Facettenreichtum
- » 4) Kultur: mit der Ausrichtung „Leben auf dem Lande“

Im Rahmen der **Online-Umfrage** wurden die Teilnehmer ebenfalls zu den Hauptthemen aus dem ursprünglichen Tourismuskonzept befragt.

Im bestehenden Tourismuskonzept sind folgende Hauptthemen definiert.

Stehen diese Ihrer Meinung nach weiterhin für die Region Flusslandschaft Elbe? (N=58)



Quelle: Eigene Darstellung 2021, Online-Umfrage

Das Ergebnis zeigt eindeutig, dass die ursprünglichen Hauptthemen auch nach wie vor für die Region Flusslandschaft Elbe stehen. Entsprechend wurden diese auch in die Strategiebox übernommen.

Zielgruppen

- » Die Zielgruppen der Region wurden in drei Kernzielgruppen eingeteilt: **Outdoor-Aktive, Familien und Naturliebhaber**. Innerhalb der einzelnen Zielgruppen sind sowohl Singles, Paare als auch **Gruppenreisende** berücksichtigt. Alle drei Zielgruppen sind gleichermaßen wichtig für die Region und werden mit gleicher Intensität vermarktet.

Saisonalität

- » Das Kerngeschäft und damit die erste Priorität der Region bildet die **Hauptsaison mit Beginn der Osterferien und dem Ende der Herbstferien**. Ziel ist es, insbesondere die Sommerferienzeit weiter zu stärken. Jedoch sind auch die außersaisonalen Regionsthemen/-zeiten nicht zu vernachlässigen und weiterzuentwickeln. Hier steht eine Themenfokussierung im Vordergrund (z. B. Vogelflugtage).

Kooperationen

- » Die Region Flusslandschaft Elbe hat diverse relevante Kooperationen mit unterschiedlichsten Institutionen aufzuweisen. Die erste Priorität haben die **Kooperationen** Projekt ‚Kurs Elbe‘, die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH sowie die Metropolregion Hamburg. An zweiter Stelle kommt die HHT (Hamburg Tourismus GmbH). Zu beachten ist, dass Kooperationen mit übergeordneten Partnern keine Selbstläufer sind und in der Regel mit hohem Budgeteinsatz verbunden sind.

Kommunikation & Vertrieb

- » Die priorisierten Kommunikations- und Vertriebskanäle sind Homepages, **Social-Media-Kanäle** und die **Tourist-Informationen**. Ein weiterer Fokus wird auf die Pressearbeit gelegt. Darüber hinaus sollen auch die Kanäle der klassischen Print-Medien und der Veranstaltungen, der Einsatz der Webseite und die Aktivitäten der Leistungsträger nicht vernachlässigt werden. Die Messen wurden bewusst aus dieser Übersicht gestrichen, u. a. da die Effizienz durch die zunehmende Digitalisierung nicht mehr gesehen wird. Es wird aber dennoch Beteiligungen über Kooperationen bzw. Materialmitgabe über Partner geben.

Gästestrategien

Quellmarkt Inland

- Die Quellmärkte im Inland konzentrieren sich auf das Bundesland **Niedersachsen**, die **Metropolregion Hamburg** sowie das Bundesland **Nordrhein-Westfalen**. Die Quellmarktzahl wurde bewusst gering gehalten, um die relevantesten Bundesländer für eine Reise in die Region zu überzeugen und vor allem Erfolge mit der Konzentration des bestehenden Marketingbudgets zu erzielen.

Quellmarkt Ausland

- Im ausländischen Quellmarkt liegt die erste Priorität bei den Nachbarländern **Niederlande** und **Dänemark**. Zukünftig wird jedoch auch der Quellmarkt **Schweden** mit den Wohnmobilisten für die Region sehr interessant. Auch hier wurde eine bewusste Konzentration auf wenige Märkte gewählt.

Gästepotenzial

- Der Hauptfokus der zukünftigen Entwicklung liegt in der **Stammgästepotenzial**. Zusätzlich liegt das Ziel aber auch darin, **neue Gäste** für die Region akquirieren zu können.

Gästesegment

- Im Gästesegment werden die **Übernachtungs-** sowie die **primären Tagesgäste** (von zu Hause ausgehend) priorisiert angesprochen. Dennoch sind auch die sekundären Tagesgäste (vom Urlaubsort ausgehend) zu berücksichtigen.

Aufenthaltsdauer

- Zukünftig wünschenswert sind insbesondere die **kurzreisenden Gäste** mit einer Aufenthaltsdauer von 1–4 Nächten. Daneben sind die **Urlauber** mit einer Aufenthaltsdauer von mehr als 5 Nächten erstrebenswert.

Mobilität

- Der Schwerpunkt im Bereich der Mobilität liegt insbesondere im **Wohnwagen/-mobil** und **Fahrradsegment**. Der öffentliche Verkehr ist zukünftig ebenso zu fokussieren und auszubauen.



Abbildung: Hafen Artlenburg

Quelle Foto: J. Kowald

Positionierungsstrategien

Marktpositionierung

- Die Marktpositionierung liegt eindeutig auf der Strategie eines angemessenen **Preis-Leistungs-Verhältnisses**. Die Region möchte sich zukünftig mit qualitativen Angeboten zu fairen Preisen von ihren Wettbewerbern abheben.

Entwicklungsstrategien

Entwicklungsrichtung

- Die zukünftige priorisierte Entwicklungsrichtung der Region Flusslandschaft Elbe ist ein gesundes **Wachsen**, um weitere potenzielle Gäste gewinnen zu können. Trotz dessen ist es essenziell, die bereits bestehenden Gäste zu **stabilisieren** bzw. zu halten.

Kooperationsart

- Die zukünftige Kooperationsart soll gleichermaßen **horizontal** und **vertikal** umgesetzt werden. Somit können sowohl Kooperationen zwischen Unternehmen gleicher Wirtschaftsstufen (z. B. 2 Restaurants) als auch auf vor- oder nachgelagerten Wertschöpfungsketten erfolgen.

Marktfelder

- Die Marktfeldstrategie nach Ansoff definiert die strategische Stoßrichtung für die Marketingstrategie. Die Region möchte den Fokus im ersten Schritt auf eine **Produktentwicklung** legen. Dies bedeutet, neue Produkte auf dem bestehenden Markt zu integrieren. In einem weiteren Schritt soll eine **Marktdurchdringung** erfolgen. Dabei wird das Potenzial des gegenwärtigen Marktes u. a. mithilfe gezielter Werbung aktiviert, um die bestehenden Angebote für weitere Zielgruppen interessanter zu machen.

Q-Stufe (Entwicklungsziele)

- Die Region Flusslandschaft Elbe setzt ihren Fokus auf die Entwicklung einer **Wunschqualität** im Rahmen der Qualitätsstufe. Weiter soll zusätzlich die **Erwartungsqualität** gestärkt werden. Das i-Tüpfelchen ist die Überraschungsqualität, welche jedoch aktuell nur bedingt von einzelnen Leistungsträgern gewährleistet werden kann.

Kapitel 4 | Schlussfolgerung

Den Akteuren der Flusslandschaft Elbe ist es mit diesem **Rahmenkonzept** gelungen, den zukünftigen gemeinsamen Weg auf ein gesundes **Fundament** zu stellen. Die Beteiligung konnte sichergestellt werden und eine Vielzahl an Themenstellungen konnte Berücksichtigung finden. Nun liegt es erneut bei den Akteuren, die richtigen Samen in den gelockerten Boden der Zusammenarbeit zu streuen und das Wachstum der zukünftigen Ausrichtung kontinuierlich zu pflegen.

Dazu gehört nicht nur der touristische Fachverstand, sondern vor allem die Bereitschaft, es trotz der ganzen Unterschiedlichkeiten und den vielfältigen Anforderungen und Bedürfnissen in einem gemeinsamen Einvernehmen mit Leben zu füllen. Respekt, ein offenes Ohr und vor allem Geduld werden dazugehören, um Jahr für Jahr transparent und gemeinsam in Bewegung zu bleiben. Erst wenn das gelingt, kann auch die Arbeit der Flusslandschaft Elbe GmbH für Alle die gewünschte Wirkung erzielen.

Da der Gast die Vielfältigkeit bevorzugt, kann das auch zum Vorteil der Region erwachsen. Jedoch geht das nur aus einem starken **WIR** heraus, bei dem Kirchtürme zwar noch besichtigt werden können, aber die Glocken nicht allein den Ton des Ortes angeben.

Um wie oben beschrieben in einem kontinuierlichen Gespräch zu bleiben, sind regelmäßige **Maßnahmenworkshops** anvisiert. Der erste soll im Frühjahr 2022 angesetzt werden, um die konkreten Maßnahmen für das Jahr 2022/2023 in Bewegung zu bringen.

Nutzen Sie die Chance, ein aktiver Teil Ihrer touristischen Entwicklung zu werden und bringen Sie sich weiterhin ein.

Impressum

Auftraggeber

Flusslandschaft Elbe GmbH
Industriestr. 10
21354 Bleckede

Auftragnehmer

inspektour GmbH | Tourismus- und Regionalentwicklung
Osterstraße 124
20255 Hamburg

Lydia Albers | Seminare & Trainings
Bockheberer Weg 39
29640 Schneverdingen

Stand

1. November 2021

Hinweise zur Verwendung

Nachdruck – auch auszugsweise – und Nutzung von Abschnitten zu gewerblichen Zwecken bedürfen ausdrücklich der schriftlichen Genehmigung des Herausgebers.

Zum Abschluss möchten wir uns für die sehr konstruktive Zusammenarbeit mit allen Beteiligten bedanken! Zusammen haben wir ein Rahmenkonzept entwickelt, das die Prozesse der nächsten Jahre steuern kann. Wir wünschen allen dabei viel Erfolg, Durchhaltevermögen und Freude an den geschaffenen Dingen!

Ihre inspektour GmbH & Lydia Albers

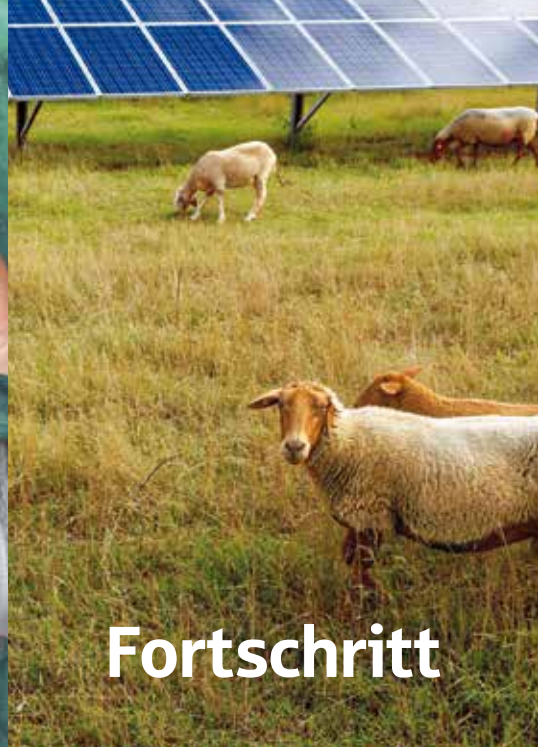
Grafische Gestaltung: KCS GmbH, Frank Drynda, Stelle
Umschlagillustration: Nathow & Geppert Gestaltung, Bielefeld



Zuversicht



Chancen



Fortschritt



Freiraum



Miteinander



Stabilität

Weil's um mehr als Geld geht.

Seit unserer Gründung prägt ein Prinzip unser Handeln: Wir machen uns stark für das, was wirklich zählt. Für eine Gesellschaft mit Chancen für alle. Für eine ressourcenschonende Zukunft. Für die Region, in der wir zu Hause sind.
Mehr auf [sparkasse.de](https://www.sparkasse.de)

 Sparkasse
Harburg-Buxtehude

 Sparkasse
Lüneburg