WENDLAND.ELBE
natürlich kreativ

Touristische Marketingstrategie

für den Landkreis Lüchow-Dannenberg

Marketingbüro Wendland.Elbe | COMPASS GmbH | Zollstockgürtel 67 | 50969 Köln | Tel. 0221 2906 2121 | E-Mail: marketing@wendland-elbe.de | www.wendland-elbe.de

WENDLAND.ELBE
natürlich kreativ

Strategische Ziele
des Marketings

Strategische Ziele des Marketings

- Ergebnis vieler Gespräche und unserer externen Sichtweise
- Längere Aufenthaltsdauer
- Höhere Wertschöpfung vor Ort
- Steigerung der Bekanntheit als Tourismusdestination
- Steigerung der Anzahl von ausländischen Gästen (NL, DK)
- Verlängerung der Saison
- Neue Angebote schaffen durch Vernetzung und diese sichtbar machen

Herangehensweise

Strategische Herangehensweise bei der Markenentwicklung

- Trends und Marktentwicklung
- Fremdbild: was denken andere über uns?
- Selbstbild: wie sehen wir uns?
- Konkurrenz: was machen die anderen?

Herangehensweise

Trends und Marktentwicklung

Trends im Tourismus

- **Demographischer Wandel:** Ansteigender Anteil von Menschen über 65
- **Gesellschaft:** Lebensstile determinieren das Buchungsverhalten, nicht die Soziodemographie
- **Digitalisierung I:** über 85% der Reisenden nutzen das Smartphone für die Reiseplanung vor Ort
- **Digitalisierung II:** die Bedeutung von Google bei der Hotelsuche hat im Gegensatz zu Bewertungsportalen drastisch verloren (-65%)
- **Digitalisierung III:** Social Media wird der bedeutendste Kanal – 95% der Reisenden trauen digitalen Erfahrungsberichten, 75% der Urlauber posten ihre Bilder nach einem Urlaub
- **Nachhaltigkeit:** Für die Mehrheit der Deutschen ist die ökologische und soziale Verträglichkeit bei Reisen von Bedeutung
- **Reisezweck:** „Selbstfindung" ersetzt zunehmend „Ausruhen und Erholen" als Reisemotiv
- **Individualisierung:** Maßgeschneiderte Angebote ersetzen Massen-Pauschalreisen
- **Politik:** Fernreisen sind rückläufig, dennoch wird das Exotische gesucht

WENDLAND.ELBE
natürlich kreativ

Herangehensweise

Fremdbild: was denken andere über uns?

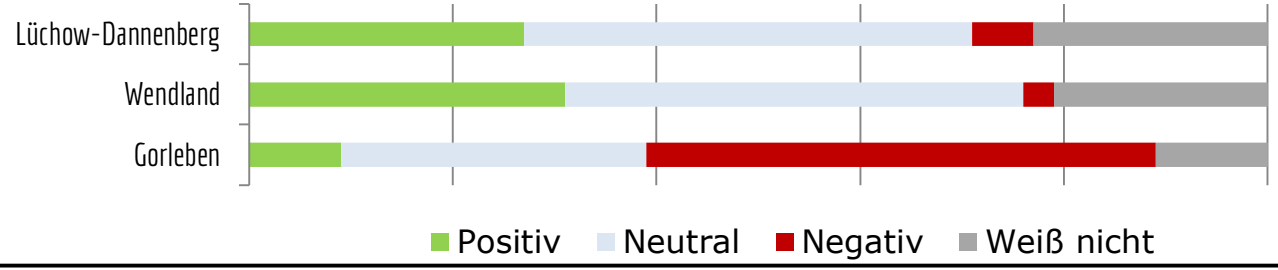
Imageanalyse – was denken andere über uns?

- Online-Umfrage mit über 900 Teilnehmern
- These: Lüchow-Dannenberg hat ein klar geprägtes Image
- Ziel: Herausfinden, welches Bild tatsächlich in den Köpfen der Deutschen vorherrscht

Ergebnisse der Imageanalyse

Bekanntheit der Begriffe

Positiv/Negativ-Besetzung der Begriffe



Ergebnisse der Imageanalyse

EMPFINDUNGEN

Lüchow-Dannenberg & Wendland

- Ähnliche Ergebnisse
  →positiv: Neugierde, Interesse, etwas Schönes

Gorleben

- Andere Empfindungen
  →negativer, dennoch Interesse und Neugierde, aber auch Negatives, Zwiespältigkeit, Abneigung

ASSOZIATIONEN

Lüchow-Dannenberg & Wendland

- Landschaft, Elbe, Wendland, weiß nicht, gar nichts

Gorleben

- Streitigkeiten, aber ebenso Landschaft, weiß nicht, Wendland, Elbe, gar nichts

Fazit der Imageanalyse

- Insgesamt nicht so stark besetzt wie erwartet!
- Befragte scheinen eher kein Image zu haben, als ein negatives Image
- Themen wie Atommüll-Endlager, Castor Transporte etc. werden insbesondere mit Gorleben assoziiert (wie erwartet)
- Nur eine geringe Anzahl verbindet die Gegend mit Architektur und Kreativität

WENDLAND.ELBE
natürlich kreativ

Medienanalyse

Medienanalyse - Suchmaschinenanalyse

Medienanalyse – Bewertung von Reiseportalen

+

- Individueller (familiärer) Service (u.a. Abstellmöglichkeiten Fahrräder, Motorräder)
- Regionale Küche
- Hohe Qualität der Speisen (Frühstück wurde meist sehr positiv bewertet)
- Sauberkeit der Zimmer
- Gutes Preis-Leistungsverhältnis
- Schöne und ruhige Landschaft, Architektur, hübsche Ortschaften

–

- Schlechte Öffnungszeiten der Gastro & Rezeption; Gastro-Sterben
- „Investitionsstau“ bei Renovierungen (Bäder, Betten) – „80er Jahre Charme“
- Schlechte Technik (TV Geräte, WLAN Empfang)
- (Wahrnehmung) schlechte Angebotsbreite
- Schlechtes Mobilfunknetz, geringe Internetgeschwindigkeit

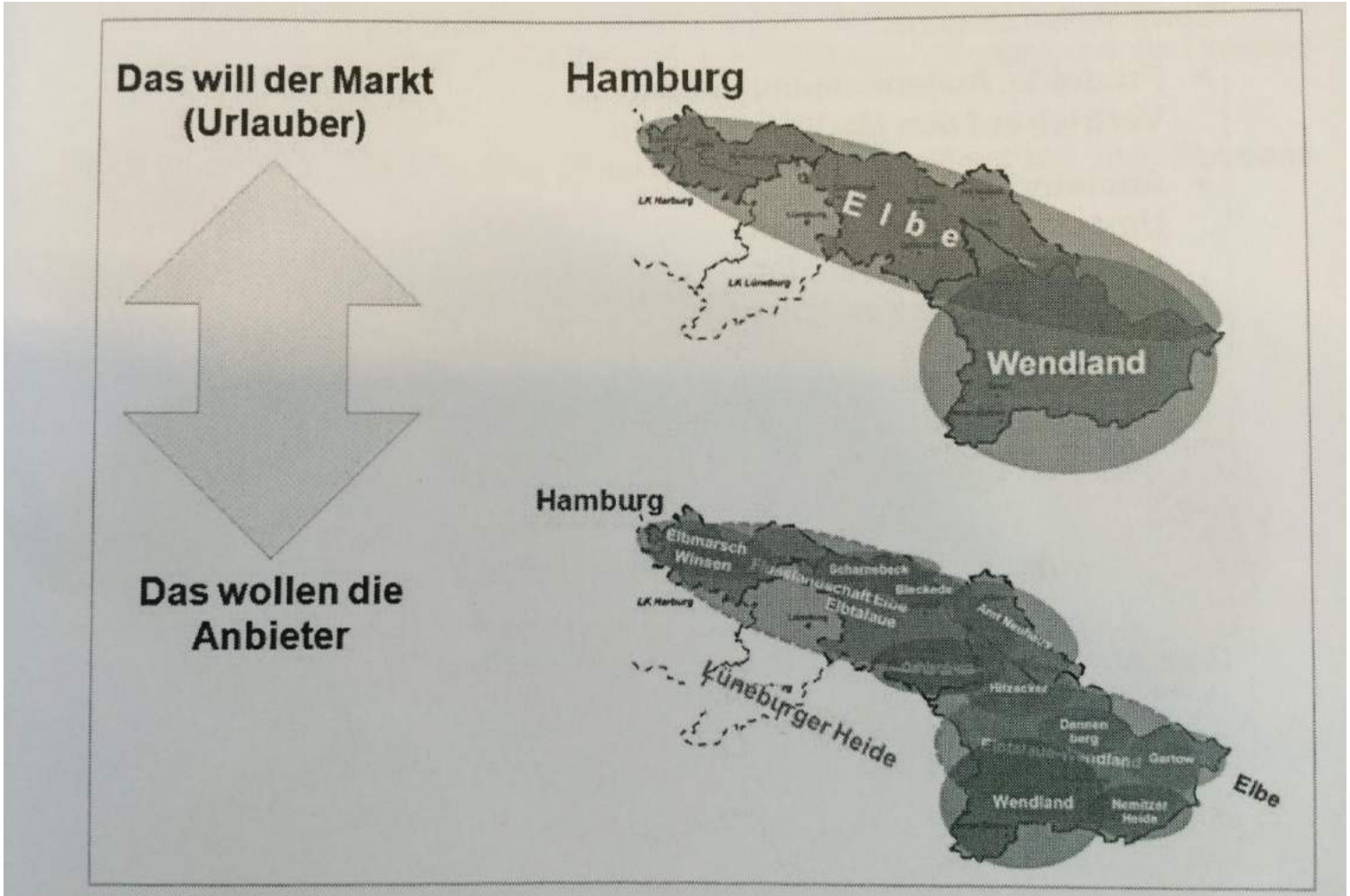
Herangehensweise

Selbstbild: wie sehen wir uns?

Ergebnisse aus Workshop und Gesprächen

Aussagen, die wir mehr als einmal gehört haben…

- Jeder macht sein Ding, niemand arbeitet zusammen…
- Wir haben so eine tolle Region…
- Die Künstlerdichte und die Qualität des Kunsthandwerks sind einmalig…
- Die Dienstleistungsmentalität fehlt hier einfach…
- Die Natur ist wunderschön…
- Es geht immer nur bergab…
- Was man hier im Tourismus alles machen könnte…
- Wir bekämpfen uns dauernd…(wieso eigentlich)?
- Wenn es jetzt nicht klappt, dann wird das nichts mehr…
- Wir müssten mal an einem Strang ziehen…


Das will der Markt
(Urlauber)
Das wollen die
Anbieter
Hamburg
Elbe
Wendland
Hamburg
Elbmarsch
Winsen
Lüneburger Heide
Wendland
Elbe

WENDLAND.ELBE
natürlich kreativ

Die Grundvoraussetzung für erfolgreiches Tourismusmarketing ist, dass alle an einem Strang ziehen!

Ansonsten...

.....So glad it is not leaking on our side.....

Ergebnisse aus Workshop und Gesprächen

Bestehende touristische Produkte

- Aktivitäten (Wandern, Radfahren, Reiten, ...)
- Natur (Nemitzer Heide, Biosphärium Elbtalaue, ...)
- Kunst und Kultur (Wendland hautnah, Sommerakademie Wendland, Museen, ...)
- Baukultur (Rundlinge, dt. Fachwerkstraße, ...)
- Regionales/Bio/Landerlebnis (Regionale Produkte, Biobetriebe, Entschleunigung ...)
- Veranstaltungen (Kulturelle Landpartie, Musiktage Hitzacker, ...)
- Tagungsmöglichkeiten

Leuchttürme/ausgefallene Angebote

- Rundlinge
- Kulturelle Landpartie
- Großschutzgebiet/Biosphärenreservat
- Landerlebnis
- Sofafloß
- Kenners Landlust
- Aussichtsturm auf dem Höhbeck
- Speisen unterm Sternenhimmel
- Stones Fan-Museum
- Archäologisches Zentrum Hitzacker

Potenziale

Produkt- /Projektideen aus dem Auftakt-Workshop

- Probeleben auf dem Land
- Dark Sky Region
- Entwicklung von Themenjahren
- Reisen in die Nachhaltigkeit
- Kulturtourismuspreis

Schaffung von touristischen Angeboten rund um die Alleinstellungsmerkmale:

Durch Vernetzung/Zusammenschluss unterschiedlicher Einzelprodukte, bspw. Vernetzung von nachhaltigen Angeboten zu einer Art „ökologischen Landpartie“ (Erntedank)

Herangehensweise

Konkurrenz: was machen die anderen?

Ergebnisse der Konkurrenzanalyse

Kultur

Konkurrenten: Städte (Berlin, Hamburg, etc. /Ruhrgebiet)

- Rundlingsdörfer → konkurrenzlos
- Dichte der Kultur im ländlichen Raum → konkurrenzlos

Aktiv

Konkurrenten Radfahren: Münsterland, Niederrhein, Küsten-Regionen, Lüneburger Heide

Konkurrenten Wandern: Mosel & Saar, Sauerland, Main & Taunus, Eifel, Bergisches Land

Natur

Konkurrenten: An sich ländlicher Raum in DE

- Großschutzgebiet → komparativer Vorteil

Regionales & Ökologisches (Nachhaltigkeit)

Konkurrenten: Eifel, Niederrhein, Rhön

- Höchste Biohofdichte → konkurrenzlos
- ABER: touristische Produkte dazu fehlen bzw. sind nicht sichtbar

Reiten

Konkurrenten: Münsterland, Niederrhein, Lüneburger Heide

- Anders als in DE, überall erlaubt, wo nicht verboten → komparativer Vorteil

Kunst & Handwerk

Konkurrenten: Städte (Berlin, Hamburg, etc.)

- höchste Künstlerdichte → konkurrenzlos
- Kombi mit Natur → komparativer Vorteil

Positionierung

Lieber etwas anders, als gleich allen anderen!

- Starke Konkurrenz mit ähnlichem Angebot
- Kunst & (Bau)Kultur im ländlichen Raum → Rundlingsdörfer & Kunsthandwerk
- "Alternative" Szene allgemein (Stichwort Gorleben)
- Regionale (Bio-)Produkte
- Klare Positionierung durch Unterscheidungsmerkmale

Positionierung

Und was ist jetzt mit den Themen...

...Radfahren, Wandern, Reiten?

- werden stets mittransportiert
- immer in Kombination mit den Alleinstellungsmerkmalen
- erhalten prominente Platzierungen auf der Webseite
- werden in entsprechenden Medien kommuniziert (ADFC, Reiterblogs, Wandermagazin, Social Media...)

Positionierung

Sonderthema: Seminare und Tagungen

- Es gibt eine große Vielzahl besonderer, ländlicher, kreativer, nachhaltiger Tagungsmöglichkeiten
- Diese benötigen eine gänzlich andere Ansprache und andere Kanäle
- Ziel ist es, die Region zu positionieren für
    - Workshops
    - Kreativseminare
    - Coachings
    - Teambildung und Kommunikation
    - Tagungen zu Themen wie Nachhaltigkeit, Kultur, Biolandwirtschaft

WENDLAND.ELBE
natürlich kreativ

Inhalte und Versprechen

Inhalte der Marke

Naturerlebnis auf hohem Niveau

Rundlinge und Baukultur

Weltoffene, kreative, engagierte, individuelle, schräge und eigensinnige **Menschen**

Kultur, Kunsthandwerk und künstlerische Angebote

Wen wollen wir ansprechen?

Unsere Zielgruppe

Zielgruppe nach Sinus-Milieus

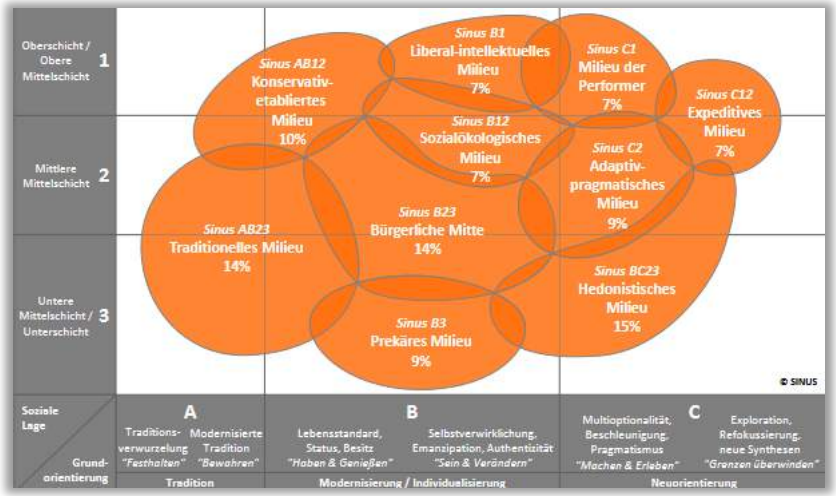
Zielgruppendefinition

- Soziodemographische Merkmale sind keine Grundlage mehr, um das Nachfrageverhalten zu charakterisieren
- Lebensstile, Einstellungen, Reiseerfahrungen etc. gewinnen an Bedeutung
- Dies führt zu einem vollständigen Umdenken bei der Zielgruppendefinition

Zielgruppe nach Sinus-Milieus

Sozioökologisches Milieu

- 7% der deutschen Bevölkerung
  › 14 Jahre = ca. 4,9 Mil.
- ausgeprägtes ökologisches
  und soziales Gewissen
- Wichtige Grundwerte: Selbstverwirklichung,
  Emanzipation, Authentizität („Sein & Verändern“)
- Die Mehrheit präferiert
  nähergelegene Urlaubsziele
- Es besteht Kaufbereitschaft für
  nachhaltige Tourismusprodukte



WENDLAND.ELBE
natürlich kreativ

Neue Corporate Identity

Corporate Design

Der Prozess

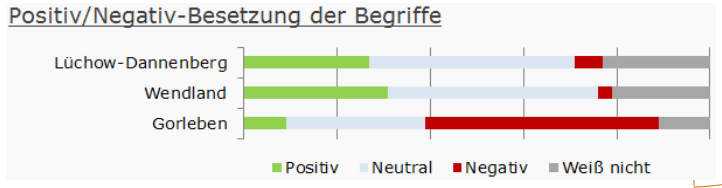
- Partnerakquise Kreativ-Agentur: Entscheidung für Blauzweig
  → Vergleich von drei Angeboten
  → großes Plus: als lokales Unternehmen kennt das Team die Region
- Briefing von Blauzweig basierend auf der erarbeiteten Marketingstrategie
- Erarbeitung von 10 Logovarianten
- Bewertung der Logovarianten vom Projektteam & Fachbeirat basierend auf einer Matrix → Kriterien: Verständlichkeit, Einzigartigkeit, Wiedererkennbarkeit & Reproduzierbarkeit
- Platz 1 ging dann in die weitere Entwicklung

Namensgebung

Die Entwicklung des neuen Namens

- Der Name „Elbtalaue-Wendland“ ist ungünstig: lang, nicht griffig

Zur Erinnerung



→ „Wendland“ ist der zentrale Begriff, der im Vordergrund stehen sollte, da er positive Assoziationen hervorruft und bekannt ist

Namensgebung

- „Elbe“ ist dennoch ein wichtiges Element des Namens
  → ermöglicht geografische Verortung & weckt Landschaftsbild-Assoziationen

- Einige Kombinationen der Begriffe „Wendland“ & „Elbe“ wurden besprochen
  → der Favorit: Wendland.Elbe

- Claim: „Natürlich kreativ“
  → unterstreicht die Kombination aus Natur, Kunst & Kultur,
  die den Landkreis prägt und einmalig macht!

WENDLAND.ELBE

natürlich kreativ

WENDLAND.ELBE
natürlich kreativ

Anwendungsbeispiele

INFORMATION

WANDERREITEN

RADFAHRWEG

KANUVERLEIH

WANDERWEG

RATHAUS

AUSSICHTSPUNKT

NATURSCHUTZGEBIET

SPIELPLATZ

SCHULE

Kommunikationskanäle

- Messen, Kooperationen
- Gruppenreisen: Vertriebsunterstützung, Kontaktanbahnung
- Pressearbeit: Free press, Pressereisen, PR-Mitteilungen, Advertorials
- Online-Marketing: SEO, Anzeigen (google, youtube, facebook), Social Media (Facebook, Instagram, Youtube), Bannertausch, Kooperationen

Kanäle

Website

- www.wendland-elbe.de

Social Media

Facebook

YouTube

Instagram

Das machen wir	Das können Sie machen
▪ Regelmäßige Posts (mehrfach in der Woche) ▪ Kampagnen für größere Reichweiten	▪ Uns Inhalte schicken (News, Geschichten, Videos, etc.) ▪ Ihre eigenen Social Media Kanäle aktuell halten

Kanäle

Unsere Pressearbeit

- COMPASS ist Ansprechpartner für Journalisten und unterstützt sie bei ihren Recherchearbeiten über die Region/regionale Themen
- Planung von Pressereisen
  - Organisation einer Reise für Journalisten/ Blogger
    - ✓ Suche von Sponsoren und/oder entsprechenden Ansprechpartnern
    - ✓ Ständige Kommunikation mit den Journalisten
  - Im Gegenzug berichten Journalisten über Ihre Reiseerfahrung (Veröffentlichungen in Zeitungen, Zeitschriften, Blogs etc.)

Kanäle

Google AdWords

- Kampagnen, inkl. regelmäßiger Updates

Newsletter

- Vierteljährliche B2C & B2B-Newsletter

Das machen wir	Das können Sie machen
▪ Versendung von Newslettern zu verschiedenen Kampagnenthemen	▪ Uns Inhalte schicken (News, Geschichten, etc.)

Vertrieb

Gruppenreisen

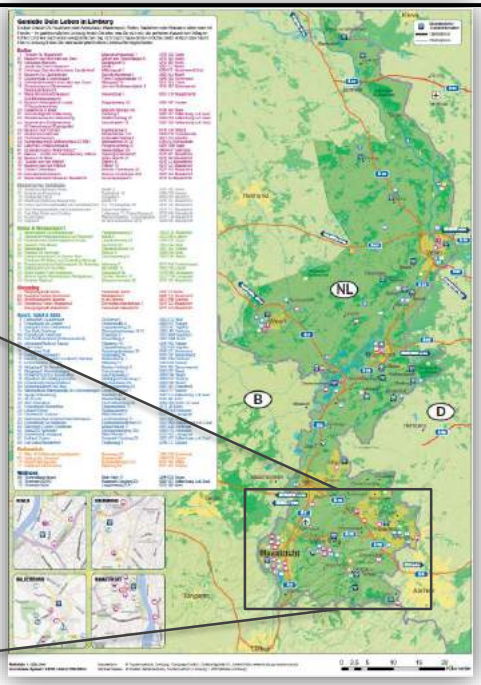
- COMPASS über Reiseveranstalter

Individualreisen

- Leistungsträger
- Touristinfos
- Website
- Buchungssystem

Materialien

- Touristische Karte
- Ferienmagazin (EJZ)
- Rad- und Wanderkarten (Naturpark)



Fragen, Anregungen, Ideen bitte an:

Marketingbüro Wendland.Elbe

c/o COMPASS GmbH

Zollstockgürtel 67

50969 Köln

marketing@wendland-elbe.de

0221-29062121

WENDLAND.ELBE

natürlich kreativ