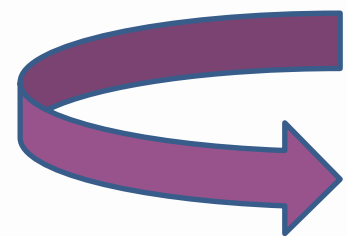




Die Lüneburger Heide GmbH – mehr als ein touristischer Vermarkter

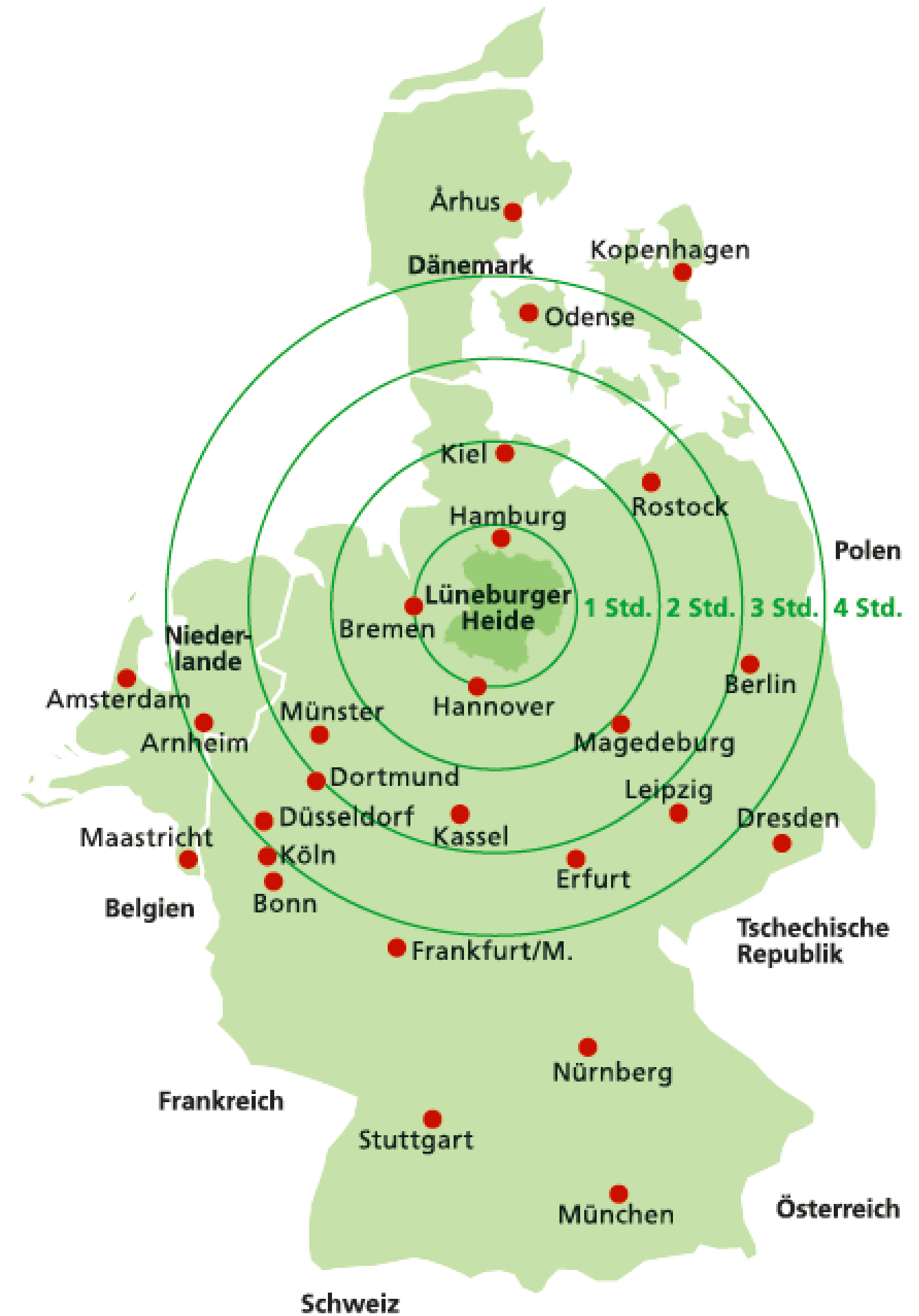
Agenda

- LHG – Gebiet & Rolle
- Branchensituation
- Was kann eine LTO / DMO tun?



Aktuelles aus der LHG

Da sind wir



Rekordjahr 2019 – Werte 2022 erreicht



34,8 Mio. Tagesreisen



8,996 Mio. Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben



144,1 Mio. € Einnahmen durch MwSt. und ESt. für Kommunen

Bruttoumsatz Tourismus (EH + DL) 1,5 Mrd. €



Lüneburger Heide GmbH

Was tun wir – und für unsere Partner?



Auch Vermittler und Vernetzer!

- 2016 neu: „Netzwerkmanagement & -kommunikation“
- Persönliche Kontakte und Kommunikation / Bindungsaufbau
- Kommunen und WiFö einbeziehen, Netzwerke erweitern (auch außerhalb Tourismus, bundesweit)
- In die Destination / Leistungsträger „hineinhören“, beraten, gemeinsam Lösungen suchen
- Weiterentwicklung Funktionseinheit TI
- LK & Städte-Fachforum

Best Practice



- Hop On Hop Off- Touren / facebook-Aktion
- Hotel-Türschilder
- Wir färben die Heide lila
- EnergieEffizienz-Beratung / BAFA
- Mafo – kontinuierliche Information der Partner
- Trends und Entwicklungen

Best Practice



Quelle: „Allgemeine Zeitung“ Uelzen vom 23. November 2018, Seite 7

Stilberatung für Gastgeber

Raumgestalterin gibt Bevenser Vermietern Tipps, was Ferienzimmer attraktiv für Urlauber macht

Von Gerhard Stenitzke

Bad Bevensen. Meistens sind es die kleinen Dinge, die den Gast glücklich machen. Vermieterin Dörte Schenk legt bei Mietern ihrer Ferienwohnungen einen Photo auf Kopfkissen oder stellt ein Glas selbst gemischte Marmelade auf den Küchentisch. Das kostet nicht viel, aber die Besucher kommen vielmehr wieder und – auch viel besser – erzählen es weiter. Wie Inhaber von Hotels, Pensionen und Ferienwohnungen Tom, Susanne, Susann ging es jetzt bei einem Workshop der Lüneburger Heide GmbH in Bad Bevensen. „Konzentrieren Sie sich“, sagt Dörte Schenk und führt ihre Berufskollegen in das „Sperrlingsort“, oben unten Durch. Das Doppelhaus kann die Siebzehnjährige nicht verlassen. Viele Bevenser Unterkünfte sind in dieser Zeit entstanden – häufig erfüllt das den Zweck nicht mehr zufrieden. In der Wohnung dagegen finden bewährte Möbel, Gardinen und Tischsets betragen grüne und rote Fachtapete hinaus. Die Touristiker wissen aufgrund der Marktforschung ge-

Der Vitalclubler will aussparen und ist designorientiert. Dörte Schenk (Mitte) zeigt, wie sie ihre Ferienwohnungen aus den Sehtagejahren modernisiert hat.

Foto: Stenitzke

Allgemeine Zeitung der Lüneburger Heide

Amtliches Bekanntmachungsorgan für Stadt und Landkreis Uelzen



Wie der Einkauf zum Erlebnis wird

Bad Bevensen – Was wünschen sich Kunden heute? Wie kann ich den Einkauf zum Erlebnis machen? Und wie erzeuge ich eine unverwechselbare Atmosphäre? Darum ging es am Mittwoch bei einem Workshop der Bad Bevensen Marketing. Babette Suhr (li.) und Susanne Schreiber-Beckmann gaben Tipps. Los ging es in einem Bevenser Möbelhaus. **SEITE 7**

Bücher neue Le

Uelzen – cher – sor und zure hilde Wei den Ruhe eine mod gestelle l

Die Zuk Waldbe

Bad Bode zende der das Wal wollte im Aue wiss Bad weite



Format 1:



Format 2:



Format 3:

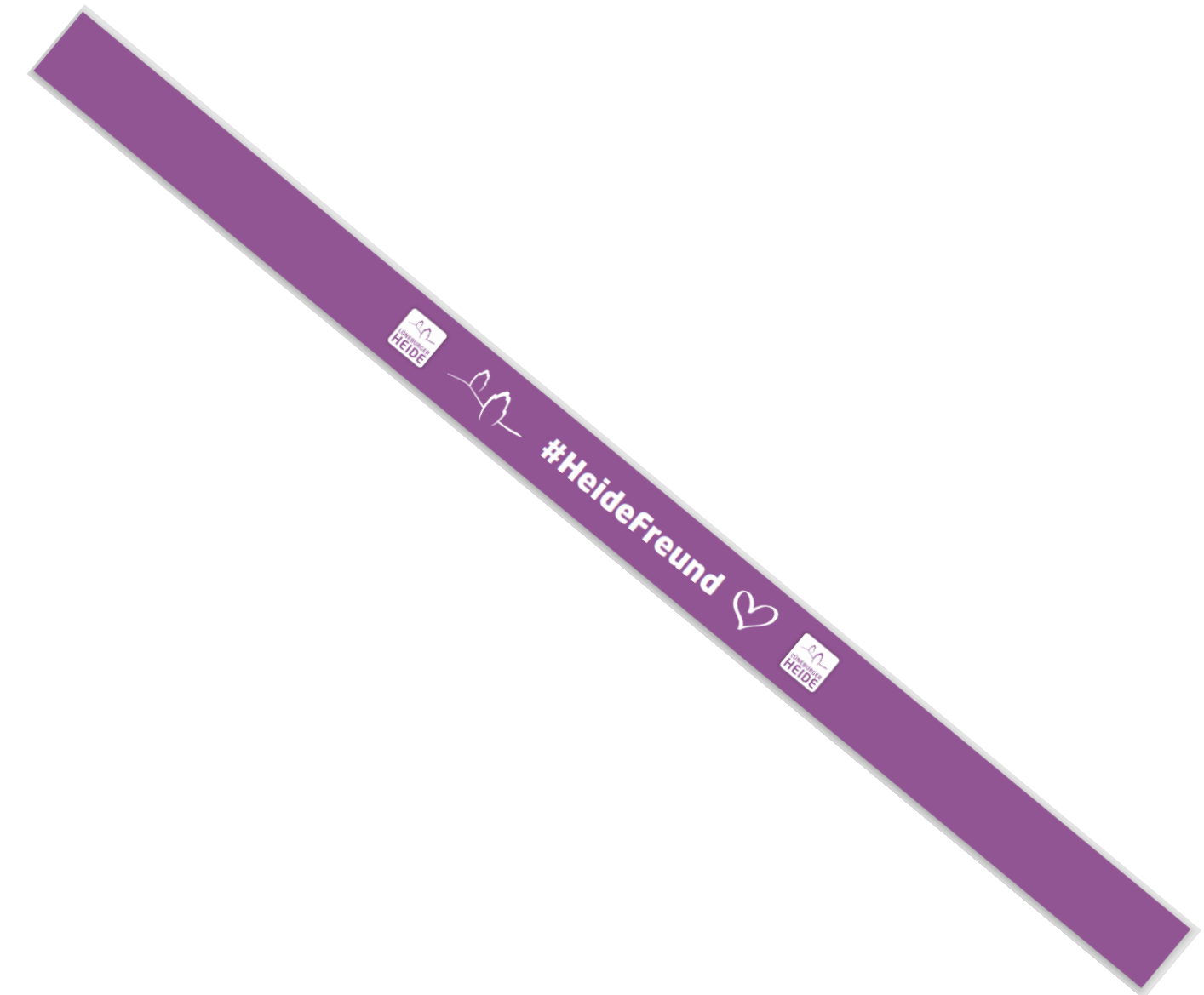


Format 4:



Best Practice in der Krise

- Landesverordnungen zur Pandemie „übersetzt“
- Hygienekonzepte mit entwickelt
- Regelmäßige Zoom-Meetings
- Info-Newsletter
- Facebook intern
- Freundschaftsbänder
- Re-Start Planung



Branchensituation

Arbeitskräftemangel durch

- Demographische Entwicklung
- Branchenwechsel
- Arbeitnehmermarkt
- Studium statt Ausbildung
- Attraktivität des Arbeitsplatzes

Arbeitgebermarkt

- „Kampf der Talente“
- Verlustangst als Druckmittel
- Forderungen wurden zurückgestellt

Arbeitnehmermarkt

- „Kampf der Unternehmen“
- Fehlendes Personal
- Überlastung der Angestellten
- sinkende Attraktivität der Arbeit

Die Herausforderung

- Hoher Konkurrenzdruck
- Auf welchen Kanälen erreiche ich geeignete Arbeitnehmer?
- Wie wecke ich Interesse?
- Welche Vorstellungen haben potentielle Mitarbeiter?

Was kann eine DMO / LTO tun?

- Von der „Marketingeinheit“ zum Kompetenzpartner
- Binnenmarketing und Partnermanagement
- Vertrauen schaffen
- Vordenken / einen Schritt schneller sein!

LHG und Arbeitskräftemangel?

- Dialog zu Bedarfen
- Organisation eines Webinars „Tourismusbranche im Wandel“ (für LKe und Leistungsträger) +
- Impuls beim Tourismustag der LHG November 2022
- Arbeit neu denken! Individuelle Lebensmodelle und Wünsche erkennen
- Die eigene Attraktivität stärken

LHG und Arbeitskräftemangel?

- Frust vermeiden (mehr Wertschätzung, Verantwortung, Talentförderung)
- Ehrliche Kommunikation
- Ehrliches Interesse / Unterstützung des Gegenüber
- Mitgestaltungsrecht für die Mitarbeiter

Das New-Work-Modell der LHG

Hybrides
Arbeiten

Versorgung

Work-Life-
Balance (4-
Tage-Woche)

Arbeiten
nach dem
Biorhythmus

Get Together

Laptop, Cloud,
Firmenhandy



Kurze
Entscheidungs-
wege

Eigenverant-
wortung +
Selbst-
bestimmung



KONTAKT



0151 - 58431594



suhr@lueneburger-heide.de



www.lueneburger-heide.de

