

„Der Kraftakt war richtig“

HeideRegion Uelzen: mit neuem Namen, Logo und Design Tourismus im Kreis optimieren

ge **Hanstedt II/ Landkreis.** Aus dem „Tourismuskreis Uelzen“ wurde vor gut einem Jahr die „HeideRegion Uelzen“. Neuer Name, neues Logo, neues Design. Und - „neue Nachfrage, ob bei Prospekten oder Internet-Aufrufen“ stellte das Vorsitzender Claus-Dieter Reese beim 13. Tourismus-Gespräch in Meyers Gasthaus fest. Wenn auch die Zahlen der Gäste im Kreis in der vergangenen Saison etwas rückläufig waren, so „war der Kraftakt doch richtig“, ist Reese davon überzeugt. Der Kraftakt, mit dem alle am Tourismus im Kreis Beteiligten sich vorgenommen haben, einen Optimierungsprozess in Gang zu setzen, um „neue Kunden zu gewinnen,



Die Hände zum Himmel: Auflockerung im Internet-Spiel und ...



... geballte Information.

aber auch die Stammkundschaft zu pflegen“. Mit einer Fülle von Maß-

nahmen, die unter dem Motto „Qualität im regionalen Tourismusmarketing der Heide Region Uelzen“ zusammengefasst werden können. Und mit viel Geld, das Landkreis und Gemeinden dafür aufbringen müssen. „Wir sind auf einem guten Wege“, meinte Reese. Und wenn der überaus gute Besuch beim

Tourismusgespräch ein Indiz dafür ist, dass die Vertreter von Kreis (mit Landrat Dr. Theodor Elster an der Spitze), Gemeinden, Fremdenverkehrsvereinen, Hotel- und Gastronomie das wohl auch so sehen, dann ist das wohl der beste Kick für die „Macher“, den Optimierungsprozess fortzusetzen. „Nach drei Jahren soll dann Bilanz gezogen werden“, sagte Reese zu. Aber bis dahin soll noch eine Fülle von Maßnahmen umgesetzt werden, um weiter um Marktanteile im Tourismus zu kämpfen. So stellte Peter Adler, Ge-

schäftsführer der Lüneburger Heide Tourismus GmbH (LHTG) das geplante neue Themenmarketing der LHTG vor. Unter den Schlagworten „Familien-Heide“, „Wohlfühl-Heide“, „Aktiv-Heide“ und „Kultur-Heide“ geht es dabei eben um vorgegebene Themenbereiche, die es nun mit Angeboten, vor allem aber auch mit zertifizierter Qualität an den Gast zu bringen gelte. Gestartet werden soll dabei mit der „Familien-Heide“. Jede Menge Theorie, Informationen, Zahlen, Folien, Konzeptionen prasselten da auf die Zuhörer ein, von „bottom up“

zu „top down“, von Gliederung der touristischen Kompetenz bis zum Kinderpass, aber auch von Selektion von Betrieben in den einzelnen Themenbereichen.

„Das tun wir für die Heide-Region“, darüber informierten HeideRegion-Geschäftsführer Jürgen Clauß und seine Mitarbeiterinnen Britta Zesch und Franziska Schwarzkopf, ob es da um Messebesuche geht mit der persönlichen Werbung um neue Kunden, um Pauschalangebote, um Zielgruppenprodukte. Denn „nur qualitativ hochwertige Angebote bieten die Voraussetzung, dass auch Gäste kommen“, meinte Clauß. Oder ob es um das immer wichtiger werdende Internet und den Internet-Auftritt geht. Da blieb es Manfred Lüdtko, Projektleiter einer Media-Firma aus Hannover vorbehalten, dem Auditorium („alle mal aufstehen und Arme in die Höhe“) mit einem ebenso pfiffigen wie auflockernden Fragespiel ums Internet deutlich zu machen, wie sehr jeder selbst schon mit dem Internet zu tun hat, dass das Internet das Medium der Zukunft ist. Auch und gerade im Tourismus.

Und dass ein professionell gestalteter Internet-Auftritt, wie ihn die „HeideRegion Uelzen“ präsentiert, gute Chancen bietet. Dass alle Beteiligten bemüht sind, diese Chancen zu nutzen, das hatte auch dieses Tourismusgespräch gezeigt. Also, schau'n mer mal.