

# Pressemitteilung

Ihre Ansprechpartnerin:  
Lüneburg Marketing GmbH  
Melanie-Gitte Lansmann  
Am Sande 48  
21335 Lüneburg  
Tel.: 0 4131/ 20766-35  
Email: melanie-gitte.lansmann@lueneburg.info



17. Mai 23

## **Lüneburg knackt Rekord bei Übernachtungen und weitet touristisches Angebot aus**

*Das Tourismusjahr 2022 war das Beste in der Geschichte der Stadt. Die LMG entwickelt weitere Produkte für neue Zielgruppen.*

**Lüneburg** – Nach den von der Pandemie geprägten Jahren 2020 und 2021 blickt die Stadt Lüneburg jetzt positiv auf das Jahr 2022 zurück. Die historische Salz- und Hansestadt hat nicht nur die Zahl der Ankünfte deutlich gesteigert. Sie liegt mit einem Plus von 14.691 Übernachtungen sogar über dem bisherigen Rekordjahr 2019 – dem Jahr vor Ausbruch der Pandemie. Insgesamt stieg die Zahl der Hotelübernachtungen um 4,1 Prozent von 357.807 im Jahr 2019 auf 372.498 im vergangenen Jahr. Die Gäste blieben im Durchschnitt etwas länger als zwei Tage in Lüneburg. Damit ist klar: Das Corona-Tal ist durchschritten. Und: Lüneburg wird bei Touristen und Geschäftsreisenden immer beliebter.

Der Gästezuwachs macht sich nach Angaben der Lüneburg Marketing GmbH auch bei der Zahl der Ankünfte bemerkbar. Diese stiegen im Vergleich zu 2019 um 5.231 auf 185.729 – ein neuer Bestwert. Im Vergleich: 2012 wurden in der „Hauptstadt der Heide“ 147.023 Ankünfte registriert – also 38.706 weniger als im vergangenen Jahr.

Der Statistik zufolge waren die Übernachtungszahlen in den Jahren vor Corona stetig bergauf gegangen, von 296.886 im Jahr 2012 bis 357.807 im Jahr 2019. Im Corona-Krisenjahr 2020 brachen sie auf rund 220.000 ein und erholten sich auch 2021 nur langsam.

Weit über 90 Prozent aller Übernachtungen wurden dabei von deutschen Gästen gebucht. Die meisten ausländischen Gäste kamen aus Dänemark (3943), gefolgt von den Niederlanden (3129), der Schweiz (2908), Großbritannien (2773) und den USA (2072). Besonders lange bleiben Gäste aus China (sechs Tage) und Kanada (4,9 Tage) in Lüneburg.

Als Drehort der ARD-Telenovela „Rote Rosen“ erlebt Lüneburg seit Jahren einen wahren Touristenboom, den die Lüneburg Marketing GmbH mit unzähligen Ideen und Konzepten erfolgreich fördert. Jetzt will die Hauptstadt der Heide den Fokus auf weitere Zielgruppen legen

und für Radfahrer\*innen und Familien eine Angebotspalette schnüren, dass Sportler, Naturliebhaber und Kulturbegeisterte gleichermaßen anspricht.

„Es hat sich ausgezahlt, dass wir auch in der Corona-Zeit aktiv waren und unsere Produktentwicklung dem aktuellen Reiseverhalten angepasst haben“, sagt Melanie-Gitte Lansmann, Geschäftsführerin der Lüneburg Marketing GmbH, deren Team für das laufende Jahr jede Menge Veranstaltungen und neue Produkte für Touristen plant.

Oberbürgermeisterin Claudia Kalisch, Aufsichtsratsvorsitzende der Lüneburg Marketing GmbH, erläutert: „Der Tourismus ist für Lüneburg ein echter Wirtschaftsfaktor. Daher ist die Zunahme der Übernachtungen eine sehr gute Nachricht. Denn wer länger bleibt, kann mehr von unserer schönen Stadt entdecken und genießen – und zahlt so im wahrsten Sinne des Wortes auf eine positive Wahrnehmung Lüneburgs ein.“

Lüneburg profitiert dabei von einem bundesweiten Trend: Deutschland ist auch im Jahr 2022 das beliebteste Reiseziel der Bundesbürger. 30,6 Prozent der Deutschen haben Urlaub in der Heimat geplant. Damit liegt der Deutschland-Tourismus wie auch im vergangenen Jahr über den Zahlen vor der Pandemie. Vor allem Jüngere entdecken ihr Land als Reiseziel. Hinzu kommen neue Zielgruppen wie Radfahrer\*innen und Familien, die die Stadt Lüneburg erobern.

Dem Trend folgend, legt die Lüneburg Marketing GmbH den Fokus verstärkt auf das Thema „Radwandern“ und baut die Zusammenarbeit mit den umliegenden Landkreisen, der Flusslandschaft Elbe und dem Naturpark Lüneburger Heide weiter aus. Damit werden Bewegung auf dem Rad, Naturerlebnis und Kulturangebote zu einem perfekten Urlaub kombiniert. Dazu bietet der Heide-Shuttle vom 15. Juli bis 15. Oktober kostenlosen Transport für Wanderer und Radfahrer in die gesamte Region. Ebenso werden aktuell gemeinsam mit Herrn Professor Dr. Peter Pez und den Studierenden der Leuphana Universität neue Radrouten in und um Lüneburg für Touristen und Einheimische konzipiert.

Für Familien wurden ganz spezielle Angebote entwickelt: von der Kinder-Stadtrallye über den aktuell erscheinenden Familienflyer für die ganze Region bis hin zur Kooperation mit dem MD Verlag für eine Genussrallye sowie ein Ferienprogramm gemeinsam mit dem Verein der Lüneburger Stadtführer e. V., werden die kleinen Lüneburgbesucher\*innen auch mit dem neuen Maskottchen Lüsalie, die Ilmesau, Wimmel- und Malbüchern kindgerecht angesprochen.

Zusätzlich hat es bereits zwei Arbeitstreffen mit dem Lüneburger Verein „Rolli Event e.V.“ gegeben. Ziel ist die Rahmenbedingungen von touristischen Angeboten in und um Lüneburg noch transparenter und barrierearmer anzubieten. In einem ersten Schritt wurden drei beliebte Stadtführungen für Menschen mit einer Gehbehinderung überprüft und diskutiert. Im Laufe des Jahres werden Arbeitsergebnisse veröffentlicht.

Um den touristischen Nutzen der Digitalisierung für Besucher\*innen und Bewohner\*innen gleichermaßen zu steigern, ist die Lüneburg Marketing GmbH im Aufbauprozess zur Bereitstellung von Open Data und dem Ausbau ihrer Social Media Plattformen. Mit der zukünftigen Anbindung an die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH und dem Ausbau der Social Media Plattformen der Stadt werden Besucher\*innen in Echtzeit über Veranstaltungen, Sehenswürdigkeiten, Sonderangebote und andere relevante Informationen beliefert. Dies ermöglicht es Tourist\*innen, ihren Besuch optimal zu planen und das Beste aus ihrer Zeit in der Hansestadt herauszuholen. Zusätzlich wird sich Lüneburg in Kürze dem Verbund „about cities“ anschließen, um eine noch bessere Vernetzung mit den touristisch interessanten Städten Niedersachsen zu erreichen und sich in der Außenwahrnehmung und -darstellung sowie im Austausch mit touristischen Partnern zu stärken.

Die Lüneburg Marketing GmbH will mit ihren Projekten nicht nur neue Zielgruppen erreichen, sondern auch die Aufenthaltsdauer Reisender in der Region verlängern. Eine Reise nach Lüneburg wird künftig mehr sein als ein Städtetrip für Wochenendbesucher. Sie wird zum Mittelpunkt eines Erlebnispakets, das Naturwelten, Kulturangebote und tolles Shopping miteinander verbindet.

Zeichen inkl. Leerzeichen: 6.167