

Pressemitteilung

Ihre Ansprechpartnerin:
Lüneburg Marketing GmbH
Christina Tünsmeier
Am Sande 48
21335 Lüneburg
Tel.: 0 4131/ 20766-35
Email: christina.tuensmeier@lueneburg.info



27. Juni 23

Ideengeberin, Vernetzerin und Werbetreiberin: Die Lüneburg Marketing GmbH feiert 25-jähriges Jubiläum

Um gemeinsam mit Handel und Wirtschaft für den Standort Lüneburg aufzutreten, wurde 1998 die Lüneburg Marketing GmbH gegründet.

Lüneburg – Zeitgleich zum 50. Stadtfest in Lüneburg am vergangenen Wochenende hat auch deren Organisatorin, die Lüneburg Marketing GmbH (LMG) ihr Jubiläum gefeiert. Oberbürgermeisterin Claudia Kalisch nutzte die Eröffnungsveranstaltung von „Lüneburg feiert“ am vergangenen Freitag, um ihren Dank auszusprechen für 25 Jahre engagiertes Stadtmarketing. „Wir feiern heute ein Jubiläum, auf das wir sehr stolz sein können“, so Kalisch. „Und das passend zum Lüneburger Stadtfest, der Veranstaltung im Jahr, bei der unsere LMG für jeden sichtbar wird.“

Jeder Anfang sei schwer – und manchmal auch unspektakulär, so die Oberbürgermeisterin. So auch dieser. Gestartet als ein Versuch, gemeinsam Lüneburg in der Konkurrenz der Regionen um zahlungskräftige Besucher und Arbeitskräfte voranzubringen. Angelegt zunächst auf fünf Jahre. Dafür unterschreiben sieben Männer und eine Frau am 28. Mai 1998 einen Vertrag zur Gründung eines Unternehmens – der Lüneburg Marketing GmbH. Wolfgang Koch, ehemaliger Vorsitzender des Verkehrsvereins Lüneburg, formuliert das Ziel damals so: „Wir müssen zusammen mit dem Handel und der Wirtschaft konzentrierter auftreten, um Lüneburg als Touristik-Standort besser verkaufen zu können. Um das Ziel zu erreichen, Lüneburg als Handels- und Touristik-Ort zu profilieren, muss ein professionelles Marketing neue Ideen liefern und bündeln.“

Bereits das erste gemeinsame Event der Initiatoren im Jahr 2000, bei der 150 kunstvoll wie originell bemalte Kunststoff-Schweine in einer Salzsau-Parade als saugute Hingucker die Innenstadt bevölkern, macht deutlich: die LMG ist ein starkes Instrument, um Lüneburg erfolgreich im Wettbewerb der Städte zu positionieren und seine Qualitäten als Wohnort sowie Einkaufs- und Touristenstadt national und international ins Rampenlicht zu stellen.

Es folgen Jahr um Jahr zahlreiche weitere Aktionen und Events. Dazu gehören unter anderem die Sülfmeistertage, die seit 2003 einmal im Jahr eine Lüneburger Tradition wiederaufleben

lassen. Oder die „Lüneburger Stint-Aktion“ im Jahr 2007, bei der 400 Sponsoren sich ein Fiberglas-Fisch „angeln“ und diesen nach seinen Ideen bemalen. Kunstwerke, die bis heute überdauern.

„Immer wieder zeigt das Team der LMG bei ihren Events, was die Lüneburg Marketing GmbH ist“, sagt Claudia Kalisch. „Sie ist Vernetzerin, Ideen- und Werbetreiberin.“ Seit Anfang 2022 steht mit Melanie-Gitte Lansmann erstmal eine Frau an der Spitze der LMG. „Sie versteht, Chancen und Potenziale zu erkennen, neue Ideen zu entwickeln und Menschen zu begeistern“, so Claudia Kalisch. Dazu gehörten unter anderem die Erlebnis-Sonntage oder die Weihnachtsstadt sowie das Merchandising rund um die Erfolgs-Telenovela, die ohne die LMG nicht denkbar seien.

Für Melanie-Gitte Lansmann ist mit der neuen Aufgabe ein beruflicher Traum in Erfüllung gegangen. „Die Gründung der LMG war eine sehr gute und weitsichtige Entscheidung – und damals Vorreiter im Deutschlandtourismus“, sagt sie. Schon Ende der 1990er, als sie noch als Beraterin von Kommunen tätig gewesen sei – habe sie Lüneburg immer als Best Practice – vorgestellt. Jetzt hält sie selbst die Zügel in der Hand und will nicht nur die Stadt Lüneburg noch weiter zusammen- und nach vorne bringen, sondern auch den Lüneburger:innen zeigen, was die LMG alles kann. „Dass wir nicht nur das Stadtfest organisieren, sondern auch die Tourist-Information betreiben, das Citymanagement und das Marketing für die Stadt wissen viele bis heute oft gar nicht“, sagt Lansmann, die davon überzeugt ist, dass „wir gemeinsam noch viel bewegen können“. „Wir haben noch viel Potenzial, aber auch Einiges aufzuholen“, sagt sie. Insbesondere die Innenstadt brauche ein starkes und handlungsfähiges Miteinander, um die Ladenleerstände wieder zu füllen und den sich verändernden Bedingungen zu begegnen.

Um das zu erreichen, hat die LMG im vergangenen Jahr ihre Arbeitsfelder erweitert, will mit Tourismusmarketing und Innenstadtmarketing, Standort- und Stadtmarketing sowie Eventmanagement die Entwicklung von Ideen konzentrieren und bei der Zielsetzung durchsetzungsstärker werden. Und auf diese Weise dafür sorgen, dass der Standort Lüneburg seine Funktion als Oberzentrum behält und die touristische Anziehungskraft mit fast 400.000 Übernachtungen und über vier Millionen Tagesgästen nicht verliert.

„Wir müssen handlungsfähig bleiben und Arbeitskräfte motivieren“, lautet Lansmanns Apell, die gerade dabei ist, für eine bessere Vernetzung von Wirtschaft, Universität und Gesellschaft ein starkes Bündnis zu knüpfen: die LünePartnerschaft. Es soll Lüneburg als Wirtschaftsstandort stärker bewerben, dazu beitragen, Arbeitnehmer:innen zu gewinnen und Studierende und Auszubildende am Standort zu halten. „Wir sollten das Marketing als Einladung in unsere Stadt sehen, egal aus welchem Grund“, findet Melanie-Gitte Lansmann. „Denn von einer hohen Lebensqualität und attraktiven Angeboten profitieren Besucher:innen und Bürger:innen gleichermaßen.“ So wie beim großen Event „Lüneburg feiert“, das am vergangenen Wochenende 130.000 Besucher:innen begeisterte. Dass das Jubiläum der LMG ausgerechnet in das Jahr fällt, an dem das beliebte Stadtfest seinen 50. Geburtstag feiert, hätte passender nicht sein können.