

# Pressemitteilung

Ihre Ansprechpartnerin:  
Lüneburg Marketing GmbH  
Melanie-Gitte Lansmann  
Wallstraße 54  
21335 Lüneburg  
Tel.: 0 4131/ 20766-10  
Email: melanie-gitte.lansmann@lueneburg.info



3. Januar 23

## Erfolgreiches Jahr und Verstärkung fürs Team

Lüneburg Marketing GmbH zieht positive Bilanz und blickt optimistisch in das neue Jahr

Die Lüneburg Marketing GmbH (LMG) hat allen Grund, auf einen gelungenen Neustart in 2022 und ein spannendes Jahr 2023 anzustoßen. Das Tal ist durchschritten. Nach zwei Corona-Jahren boomt der Tourismus in Lüneburg wieder. Hotels und Gastgewerbe können nicht nur wieder Besucherzahlen wie vor der Pandemie verzeichnen, sie werden aller Voraussicht nach sogar noch übertreffen.

Dabei war der Start für das Stadtmarketing-Team im vergangenen Jahr alles andere als einfach. Denn die Mitarbeiter der LMG starteten zu Jahresbeginn 2022 ohne Planungs- und Finanzierungsmöglichkeit, dafür mit neuer Geschäftsführung und einem großen Ziel: den Tourismus in der Salz- und Hansestadt wiederzubeleben.

Jetzt zieht die LMG eine positive Bilanz. „Die Neuauflage verschiedenster Veranstaltungen nach zwei Jahren Pause hat unser Team sichtlich gefordert“, sagt Geschäftsführerin Melanie-Gitte Lansmann. „Aber wir haben die Herausforderung angenommen und mit viel Spontanität, Flexibilität und Engagement gemeinsam die Situation gemeistert.“ Zum Erfolg beigetragen habe auch die große Unterstützung der Partner, Förderer und Sponsoren.

Mit neuen Ideen und zehn Großveranstaltungen lockte die LMG zehntausende Besucher in die Lüneburger Innenstadt und sorgte mit einem vielfältigen und unterhaltsamen Programm dafür, dass Handel und Gastronomie erfolgreich wiederbelebt wurden. Zu den besonderen Highlights zählten die vier Erlebnisonntage sowie die Weihnachtsstadt mit ihrer festlichen Atmosphäre, die bei Alt und Jung, Einheimischen und Gästen für zauberhafte Momente und gute Stimmung gesorgt hat.

Das vergangene Jahr hat die LMG außerdem dazu genutzt, sich für die Zukunft strategisch breiter aufzustellen und seine Arbeitsfelder zu erweitern. So konzentrieren sich künftig alle Aktivitäten der Gesellschaft auf Tourismusmarketing, Eventmanagement, Innenstadtmanagement und Standortmarketing. „Unser Ziel ist es, strategisch zu kommunizieren und Marken erfolgreich zu positionieren“, sagt Melanie-Gitte Lansmann. „In engem Austausch entwickeln wir die Marke Lüneburg als Stadt mit Charakter weiter, die Reisende aus allen Regionen der Welt anzieht und gleichzeitig Heimat für kreative Studenten und innovative Dienstleistungsunternehmen ist. Darüber hinaus ist Lüneburg ein Ort, an dem sich eine reichhaltige und vielfältige kulturelle Szene weiterentwickelt.“

Das gezielte Stadtmarketing der Hansestadt sorgt dafür, dass sich Lüneburg als Marke erfolgreich im Wettbewerb der Städte positioniert und seine Qualitäten als Wohnort sowie Einkaufs- und Touristenstadt national und international ins Rampenlicht stellt. Gleichzeitig geht es darum, die Stadt als Lebensmittelpunkt zum Wohlfühlen für ihre Bürgerinnen und Bürger

nachhaltig zu gestalten und die hohe Wohn- und Lebensqualität, die Lüneburg zur wachsenden Stadt in der Metropolregion Hamburg macht, zu fördern. Große und kleine Veranstaltungen unterstützen die Marketingziele und sorgen dafür, dass Lüneburg weltweit eine tragende Fangemeinde hat und sich die Bürgerinnen und Bürger mit ihrer Stadt identifizieren.

Die Zahlen sprechen für sich: Seit Gründung der Gesellschaft vor 22 Jahren ist die Zahl der offiziell registrierten Übernachtungen pro Jahr in der Stadt auf über 300.000 gestiegen. Lüneburg hat sich zu einem der gefragtesten Städtereiseziele in Norddeutschland entwickelt. Bei rund vier Millionen Tagesbesuchern pro Jahr und rund 300.000 Übernachtungen verzeichnet die Stadt einen geschätzten Bruttoumsatz von rund 238 Millionen Euro.

Lüneburg-Marketing-Geschäftsführerin Melanie-Gitte Lansmann blickt zuversichtlich in die Zukunft und ist davon überzeugt, dass mit vereinten Kräften die Marke Lüneburg noch weiter nach vorne gebracht werden kann. Dafür hat die LMG drei neue Mitarbeiter ins Team geholt: Christina Tümsmeyer, Hana Weissmann und Matthias Lutz.

Lutz, Lüneburger Musiker und Kopf der Band NITE CLUB übernimmt zum Jahresbeginn die Veranstaltungsleitung der Lüneburg Marketing. Er bringt als Theatertonmeister im Deutschen Schauspielhaus Hamburg jede Menge Kulturerfahrung mit. Darüber hinaus war Matthias Lutz zehn Jahre lang für das Kulturbooking auf Gut Bardenhagen verantwortlich, hat dort Veranstaltungen mit Christoph Maria Herbst, Götz Alsmann, Torsten Sträter, Gregor Meyle, Max Mutzke, Vicky Leandros u.v.m. organisiert. Aus der freien Veranstaltungswirtschaft kommend, möchte der geborene Lüneburger die kreativen Kräfte der hiesigen bunten Kulturwelt, Gastroszene und Medienlandschaft bündeln, um gemeinsam mit ihnen auch neue Veranstaltungen zu entwickeln.

Als Marketingleiterin verstärkt Christina Tümsmeyer ab Januar das Team der LMG. Ihre enge Verbundenheit zu ihrer Wahlheimat Lüneburg und der Lüneburger Heide bringt sie aus ihren Jahren im Marketing beim Verein Naturschutzpark e.V. Lüneburger Heide mit. Zuvor hat sich die gelernte Hotelfachfrau mit abgeschlossenem Bachelor-Studium in Tourismus und BWL ein breites Wissensspektrum in verschiedene Vertriebs- und Marketingpositionen angeeignet, u.a. bei der Brown-Forman Deutschland GmbH.

Seit Oktober unterstützt die ortsansässige Rechtsanwältin und Unternehmerin Hana Weissmann das Team der LMG als Ansprechpartnerin für die „LünePartnerschaft“. Das Standortmarketingprojekt startet die Lüneburg Marketing GmbH ab Januar. Ziel ist, eine wirtschaftskräftige und konkurrenzfähige Region zu entwickeln und die Marke Lüneburg gemeinsam zu etablieren.



v.l. Melanie-Gitte Lansmann, Hana Weissmann, Christina Tümsmeyer, Matthias Lutz