



## Touristische Effekte der Erweiterung des Designer Outlets Soltau (DOS)

Untersuchungsdesign und Methodik

**ift Freizeit- und  
Tourismusberatung GmbH**  
Goltsteinstraße 87a  
50968 Köln  
Fon (02 21) 98 54 95 01  
Fax (02 21) 98 54 95 50  
info@ift-consulting.de

**ift Freizeit- und  
Tourismusberatung GmbH**  
Gutenbergstraße 74  
14467 Potsdam  
Fon (03 31) 2 00 83 40  
Fax (03 31) 2 00 83 46

[www.ift-consulting.de](http://www.ift-consulting.de)

# Touristische Effekte der Erweiterung des Designer Outlets Soltau

## Untersuchungsdesign und Methodik

Köln, 28.10.2020

Ihre Ansprechpartner:

**Jan-F. Kobernuß**  
Geschäftsführer *ift* GmbH  
(02 21) 98 54 95 03  
kobernuss@ift-consulting.de

**Julia Baltin**  
Consultant  
(02 21) 98 54 95 06  
baltin@ift-consulting.de

*ift* Freizeit- und Tourismusberatung GmbH  
Goltsteinstraße 87a  
50968 Köln  
Fon (02 21) 98 54 95 01  
Fax (02 21) 98 54 95 50  
info@ift-consulting.de

**[www.ift-consulting.de](http://www.ift-consulting.de)**

## Untersuchungsdesign und Methodik

### 1. Aufgabenstellung

Das DOC Soltau wurde am 30.8.2012 als touristisch relevantes Shoppingangebot in der Tourismusregion Lüneburger Heide eröffnet. Bereits im Vorfeld wurde das DOC Soltau seit 2006 in das touristische Konzept von Soltau, Heidekreis Soltau-Fallingbostal und Lüneburger Heide integriert und touristische Netzwerke vertraglich fixiert.

Aufgabe dieser Studie ist es, für das Zielabweichungs- und Raumordnungsverfahren für eine Erweiterung des Designer Outlets Soltau (DOS) fundierte Aussagen zu den touristischen Effekten zu liefern. Ausgangspunkt und Grundlage dafür ist die Neubekanntmachung der Verordnung über das Landes-Raumordnungsprogramm (LROP) Niedersachsen, die am 6. Oktober 2017 in der Fassung vom 26. September 2017 im Niedersächsischen Gesetz- und Verordnungsblatt (Nds. GVBl. Nr. 20/2017, S. 378) veröffentlicht worden ist.

Auf dieser Grundlage werden Aussagen dazu getroffen, welche Auswirkungen eine Erweiterung des DOS auf 15.000 m<sup>2</sup> auf den Tourismus in der Lüneburger Heide hat. Als Schwerpunkt wird untersucht, welche besonderen Effekte und Impulswirkungen, auch für andere touristische Großprojekte und den Heide-Tourismus insgesamt, von einer Erweiterung des DOS ausgehen.

### 2. Untersuchungsdesign und Methodik

Die Tabelle auf den folgenden Seiten stellt die geplante Gliederung sowie das Untersuchungsdesign und die Methodik der Studie zu den touristischen Effekten der Erweiterung des DOS vor. Zusätzlich wird der Einfluss von Corona auf das Untersuchungsdesign bewertet.

Wichtige Quelle für die bisherigen Analysen war die differenzierte touristische Besucherbefragung von *ift* aus dem Jahr 2015 (siehe Anhang). Weitere regelmäßige allgemeine Besucherbefragungen liegen im Rahmen der periodischen Evaluierung durch die Firma *ecostra* vor und werden für diese Studie herangezogen und mit ausgewertet. Die jetzige touristische Situation (Herbst 2020) ist u.a. durch die Sondersituation der Corona-Pandemie geprägt. Diese dürfte derzeit in verschiedener Hinsicht Einfluss auf die Nutzung der Tourismusdestination Lüneburger Heide haben (u.a. generell verringertes Reiseaufkommen, stärkere Orientierung auf Binnenlandtourismus, Veränderung der Altersstruktur, begrenzte Nutzbarkeit touristischer/kultureller Angebote). Trotz der insoweit verzerrten Nachfragesituation erscheinen anlässlich der geplanten Erweiterung des DOS ergänzende, aktuelle Besucherbefragungen zweckmäßig, um insbesondere die Wirkung des heutigen DOS auf die Tourismusdestination Lüneburger Heide besser bewerten und hierauf aufbauend Einschätzungen zu den Wirkungen des DOS im Erweiterungsfall treffen zu können. Die grundsätzlichen Motive, Nutzungsmuster und Wirkungszusammenhänge im Bereich Destinations-Marketing/-wahl, Kenntnis und Nutzung des DOS durch Übernachtungsgäste in der Lüneburger Heide, Kundenansprache, Kopplungsbesuche lassen sich auch bei ggf. reduziertem und strukturell veränderten Reiseaufkommen durch Befragungen erfassen und – ggf. nach Altersgruppen getrennt und um Sondereffekte bereinigt – auswerten.

Grundsätzlich gehen wir derzeit davon aus, dass zum Zeitpunkt der Inbetriebnahme der Erweiterungsflächen keine Corona-bedingten Effekte mehr bestehen. Zur Sicherheit arbeiten wir aber mit zwei Szenarien:

- ▶ Szenario 1: 2025 keine Auswirkungen durch Corona mehr
- ▶ Szenario 2: Corona führt zu grundlegenden, z.T. dauerhaften Veränderungen im Reiseverhalten und im Heide-Tourismus

Ergänzend sind Gespräche mit touristischen Akteuren, u.a. touristische Großanlagen, Tourismus-Organisationen, Beherbergungsbetrieben, vorgesehen, insbesondere zu den Themen Kopplungsbesuche, funktionale Vernetzung und Zusammenarbeit mit dem DOS, Einschätzung zu den touristischen Effekten des DOS und Möglichkeiten, wie über das DOS Soltau noch mehr Besucher für das touristische Umfeld gewonnen werden können.

Kapitel	Bearbeitungsschritte	Untersuchungsdesign und Methodik	Quellen und zugrunde gelegte Studien
1.	<b>Zielvorgaben</b>	<p>Inhalt des Kapitels ist die Darstellung der planerischen Ausgangssituation und der Vorgaben relevanter Unterlagen für die Aufgabenstellung ‚Tourismus‘. Besonderes Augenmerk wird dabei auf die Aspekte des Landes-Raumordnungsprogramms sowie die Ziele und Strategien des Tourismuskonzepts Lüneburger Heide 2016 und die Ziele aus dem Integrierten Stadtentwicklungskonzept (ISEK) Soltau 2035 gelegt. Maßgeblich sind hier insbesondere folgende LROP-Anforderungen an das DOS (vgl. Ziffer 2.3 09 LROP):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ausschöpfung der Möglichkeiten einer verträglichen Kombination von touristischen Großprojekten und Einzelhandelsgroßprojekten</li> <li>- Räumliche Nähe und funktionale Vernetzung mit vorhandenen touristischen Großprojekten</li> <li>- Einfügen in ein Tourismuskonzept für die Lüneburger Heide</li> </ul> <p>Stichworte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Darstellung Zielvorgaben LROP</li> <li>- Tourismuskonzept Lüneburger Heide</li> </ul> <p>sowie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inhalte des raumordnerischen Vertrages (mit Aussagen zur wechselseitigen Kooperation DOS und Hauptakteure „touristischer Leuchttürme“)</li> <li>- Inhalte des Integrierten Stadtentwicklungskonzepts Soltau 2035</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unterlagen Land Niedersachsen (LROP)</li> <li>- Tourismuskonzept Lüneburger Heide GmbH (2016)</li> <li>- Raumordnerischer Vertrag</li> <li>- Integriertes Stadtentwicklungskonzept Soltau 2035</li> </ul>
2.	<b>Grundlagen Tourismus</b>		
2.1	Touristische Effekte von Factory Outlet Centern	Auswertung und Kurzdarstellung von wissenschaftlichen Studien/Gutachten zu den Auswirkungen von Factory Outlet Centern (sowie ggf. vergleichbaren Einzelhandelsgroßprojekten) auf die touristische Entwicklung der umliegenden Region	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Studien/Gutachten von Hochschulen / Tourismus-Gutachten</li> </ul>

Kapitel	Bearbeitungsschritte	Untersuchungsdesign und Methodik	Quellen und zugrunde gelegte Studien
2.2	Touristische Entwicklung, Bestand und Projekte Soltau	<p>Recherche und Analyse der touristischen Angebots- und Nachfragesituation in den Orten der Lüneburger Heide vor und nach der Eröffnung des DOS unter Berücksichtigung der Auswirkungen der Corona-Pandemie ab März 2020 zur Darstellung der Auswirkungen des DOS auf die touristische Entwicklung in der Region. Dazu</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Beschreibung der Beherbergungsstruktur in der Lüneburger Heide</li> <li>- Vergleich und Analyse der Angebots- und Nachfrageentwicklung in Soltau mit den übernachtungsstarken Städten wie insbesondere Uelzen, Lüneburg, Celle, Winsen (Luhe), Bad Fallingb., Schneverdingen, Bispingen, Munster, Wietzendorf und Walsrode in der Lüneburger Heide sowie den fünf Landkreisen der Lüneburger Heide vor und nach der Eröffnung des DOS</li> <li>- Vergleich der Angebots- und Nachfrageentwicklung im Reisegebiet Lüneburger Heide mit den anderen Reiseregionen in Niedersachsen vor und nach der Eröffnung des DOS</li> <li>- Darstellung aktueller Angebote und touristischer Großprojekte in der Lüneburger Heide und Einordnung der touristischen Ausstrahlung (einschließlich Besucherzahlen, Entfernung vom DOS)</li> <li>- Angebotsanalyse im Bereich Erlebniseinkauf in der Lüneburger Heide und Umgebung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Amtliche Statistik Angebot und Nachfrage Beherbergung</li> <li>- Aktuelle Bestandsaufnahme touristischer Großanlagen und weiterer touristischer Anbieter in der Lüneburger Heide und ihrer Besucherzahlen</li> <li>- Aktuelle Bestandsaufnahme Erlebniseinkauf</li> <li>- Verkehrszählungen 2020</li> </ul>
2.3	Untersuchung Aktivität Shopping im Rahmen von Reisen und Tagesausflügen	<p>Darstellung und Kommentierung der wesentlichen Rahmenbedingungen und Trends im Tourismus, die für das DOS relevant sind. Analyse des Shoppingtourismus.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Auswertung, Darstellung relevanter Ergebnisse zum Tagestourismus in Deutschland</li> <li>- Merkmale von Kurzurlauben</li> <li>- Trends im Shoppingtourismus</li> <li>- Zielgruppenanalyse von Designer Outlet Centern in Deutschland</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Studien zum Thema Tagestourismus in Deutschland</li> <li>- Reiseanalyse</li> <li>- Besucherstatistiken des DOS sowie weiterer Outlet Center in Deutschland</li> </ul>

Kapitel	Bearbeitungs-schritte	Untersuchungsdesign und Methodik	Quellen und zugrunde gelegte Studien
3.	<b>Vorstellung DOS</b>		
3.1	Das DOS als Teil der Destination Lüneburger Heide	<p>Inhalt des Kapitels ist die Darstellung der aktuellen Nachfragesituation im DOS zur Ermittlung der Besucherstruktur und Ableitung von Schlussfolgerungen für den Tourismus auf Basis aktueller Besucherstatistiken</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyse aktuelle Besucherstatistik DOS unter Berücksichtigung der Auswirkungen der Corona-Pandemie seit März 2020</li> <li>- Durchführung und Auswertung Besucherbefragungen im DOS sowie an weiteren relevanten Tourismusstandorten in der Lüneburger Heide (Heidepark, Abenteuer Resort Bispingen, Wildpark Lüneburger Heide, Vogelpark Walsrode, Innenstädte Soltau, Schneverdingen, Lüneburg, Celle etc.)</li> </ul> <p>Zentrale Fragestellungen sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welche Rolle spielt das DOS bei der Destinationswahl für den Besucher?</li> <li>- Welche anderen touristischen Angebote in der Region werden anlässlich eines DOS-Besuchs aufgesucht? Welche Kopplungsbesuche werden durchgeführt?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ROS Besucherstatistik (u.a. Anzahl, Herkunft, empirische Daten zum Einkaufs- u. Besuchsverhalten), Evaluierung aktuelle ecostra-Studien</li> <li>- Aktuelle und geplante Besucherbefragungen der ecostra aus den Jahren 2020-2021</li> <li>- <i>ift</i> Besucherbefragung im DOS, 2015 (u.a. Angaben zur Nutzung gastronomischer Angebote etc.)</li> <li>- Aktuelle und geplante <i>ift</i>-Besucherbefragung im DOS sowie an weiteren relevanten Tourismusstandorten in der Lüneburger Heide (Heidepark, Abenteuer Resort Bispingen etc.) ab Okt 2020 bis März 2021</li> <li>- Evaluierung der Ergebnisse durch aktuelle Kennzeichenerhebung (Verkehrszählungen Sept/Okt 2020)</li> </ul>

Kapitel	Bearbeitungs-schritte	Untersuchungsdesign und Methodik	Quellen und zugrunde gelegte Studien
3.2	Planungen DOS Erweiterung	<p>Inhalt des Kapitels ist die Darstellung der Erweiterungspläne mit Blick auf zu erwartende zusätzliche Kunden- und Besucher-/Touristenzahlen als eine Grundlage für die Bewertung der touristischen Effekte in Kapitel 4. Dazu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kurze Darstellung der Erweiterungspläne</li> <li>- Beschreibung der Vorhabenprognose bezüglich des Einzugsgebiets und der Nachfragepotenziale von Dr. Lademann &amp; Partner</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Projektunterlagen</li> <li>- Einzelhandels-Verträglichkeitsgutachten zur Erweiterung des DOS von Dr. Lademann &amp; Partner</li> </ul>
3.3	Kooperationsmaßnahmen, Marketing aktuell DOS, Zukunftsperspektiven	<p>Inhalt des Kapitels ist es aufzuzeigen, welche Vernetzungen im Bereich Tourismus zwischen DOS und anderen Tourismusattraktionen in der Lüneburger Heide bereits bestehen und den Beitrag des DOS zum Tourismusmarketing für die Lüneburger Heide aufzuzeigen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Darstellung, Analyse und Bewertung bereits bestehender Kooperationsmaßnahmen</li> <li>- Entwicklung weiterführender Ansätze im Kooperationsmarketing für die Zukunft</li> <li>- Entwicklung und Empfehlungen zu Maßnahmen zur Steigerung von Kopplungsbesuchen (gibt es weitere Ansätze, die über ein Kooperationsmarketing hinausgehen? Was ist möglich? Was ist sinnvoll? Wie machen es andere?), dazu u. a. Erarbeitung von Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Zusammenarbeit des DOS mit Gastronomen außerhalb des DOS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unterlagen ROS zum touristischen Kooperationsmarketing</li> <li>- Erkenntnisse aus der geplanten Befragung touristischer Akteure, u.a. touristische Großanlagen, Tourismus-Organisationen, Beherbergungsbetriebe</li> </ul>
4.	<b>Touristische Effekte aktuell und durch Erweiterung DOS</b>	<p>Ableitung und Bewertung der aktuellen und der prospektiven Auswirkungen der DOS-Erweiterung auf 15.000 m<sup>2</sup> VKF auf die touristische Entwicklung der Lüneburger Heide, u.a. auf touristische Großanlagen und umliegende Innenstädte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bewertung der Effekte des DOS auf die Tourismuslandschaft Lüneburger Heide aus Sicht touristischer Akteure, u.a. touristische Großanlagen, Tourismus-Organisationen, Beherbergungsbetriebe</li> <li>- Darstellung und Interpretation der Ergebnisse bereits verfügbarer Besucherbefragungen von ecostra und ift sowie ergänzende Befragungen von ift in 2020/2021 im DOS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ergebnisse aktuelle, geplante ift-Besucherbefragung DOS zu Bewertung DOS, Besuchsverhalten, Besuchsgründen, Durchführung Kopplungsbesuche und Nutzung von Beherbergungsangeboten</li> <li>- ift-Befragung von Gästen der Tourismusdestination Lüneburger Heide 2020/21</li> </ul>

Kapitel	Bearbeitungsschritte	Untersuchungsdesign und Methodik	Quellen und zugrunde gelegte Studien
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Darstellung und Interpretation der Ergebnisse aus der geplanten Befragung von Gästen der Tourismusdestination Lüneburger Heide</li> <li>- Auswirkungen von Freizeittrends (u.a. E-Mobilität (Rad))</li> <li>- Ableitung von Schlussfolgerungen und quantitative Bestimmung für Kopplungsbesuche durch die Erweiterung des DOS (mögliche näher zu untersuchende Effekte: 1. sinkende Besucherzahlen durch längere Aufenthaltsdauer im DOS, 2. gleichbleibende Besucherzahlen, 3. mehr Besucher durch Ausbau des touristischen Angebots mit der Erweiterung des DOS und dadurch längeren Aufenthalt in der Lüneburger Heide und mehr Kopplungsbesuche)</li> <li>- Ableitung von Auswirkungen auf die Übernachtungsnachfrage, die Nachfrage in der Gastronomie und die Nutzung anderer touristischer Angebote in der Region</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Periodische Besucherbefragungen durch ecostra</li> <li>- Befragung touristischer Akteure, u.a. touristische Großanlagen, Tourismus-Organisationen, Beherbergungsbetrieben zu den Effekten und den Potenzialen für die Erhöhung der Anzahl von Kopplungsbesuchen für die Tourismuslandschaft Lüneburger Heide, noch durchzuführen in 2020/2021</li> <li>- Aktuelle Kennzeichenerhebung</li> </ul>
5.	<b>Regionalwirtschaftliche Effekte DOS</b>		
	Wirtschaftliche Effekte	<p>Inhalt des Kapitels ist die Darstellung der regionalwirtschaftlichen Effekte einer Erweiterung des DOS auf 15.000 m<sup>2</sup> VKF für die Lüneburger Heide:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Berechnung und Darstellung der mit den Investitionen für den Ausbau, den Betrieb eines erweiterten DOS und den Tourismusausgaben der Besucher bestehenden Primärimpulse, Produktions-, Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Umsatz- und Besucherprognose Dr. Lademann &amp; Partner</li> <li>- Ergebnisse Besucherbefragung <i>ift</i> 2015 / 2020 und ecostra</li> <li>- Aktuelle Investitions- und Betriebskosten, Beschäftigte etc. zur Ableitung geplantes Investitionsvolumen, erwartete Beschäftigtenzahl etc.</li> <li>- Aktuelle Daten Bevölkerungs- und Wirtschaftsstatistik</li> </ul>

Ka- pitel	Bearbeitungs- schritte	Untersuchungsdesign und Methodik	Quellen und zugrunde gelegte Studien
6.	Fazit	Zusammenfassende gutachterliche Bewertung des auf 15.000 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche zu erweiternden DOS und Ableitung von Schlussfolgerungen in Bezug auf die touristischen Wirkungen	