



Geschäftsbericht 2020

IMPRESSUM

Herausgeber: Touristikverband Siegerland-Wittgenstein e. V., Koblenzer Str. 73, 57072 Siegen
Tel. +49 (0)271 333 1020, tvsw@siegen-wittgenstein.de, www.siegen-wittgenstein.info

Gestaltung: Touristikverband Siegerland-Wittgenstein e. V.

Coverfoto: Michael Bahr

INHALT

PERSONAL	4
INTERNE GREMIENARBEIT	6
EXTERNE GREMIENARBEIT	8
ZAHLEN UND STATISTIKEN	10
GASTGEBER UND BEHERBERGUNGSBETRIEBE KLASSIFIZIERUNGEN.....	13
FÖRDERPROJEKTE.....	15
EIGENE MAßNAHMEN UND PROJEKTE	18
MARKETING	22



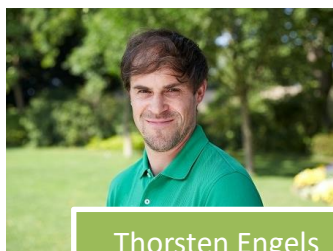
Sachstand 2020

- Die Geschäftsstelle des TVSW ist Ende Februar 2020 in die Spandauer Straße 32 umgezogen.
- Stefanie Bertelmann nahm weiterhin am Verwaltungslehrgang 107 im Studieninstitut Hagen teil und stand dem TVSW damit nur 4/5 der wöchentlichen Arbeitszeit zur Verfügung.
- Im Juni wechselte sie erst zum Gesundheitsamt, später zum Kulturbüro.
- Stelle Bertelmann seitdem unbesetzt. Klassifizierungen wurden extern vergeben.
- Das „Marketing Print“ wurde von Stefanie Stoltenberg übernommen.
- Julia Hilpisch fiel für ein halbes Jahr krankheitsbedingt aus.
- Seit Anfang November 2020 ist auch Sonja Sauer krankheitsbedingt ausgefallen.

Das Team:



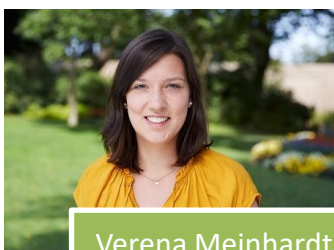
Monika Dombrowsky



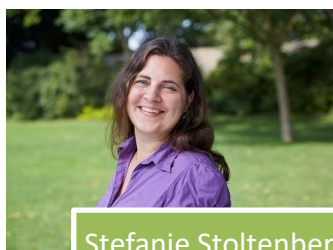
Thorsten Engels



Julia Hilpisch



Verena Meinhardt



Stefanie Stoltenberg



Sonja Sauer

Fotos: Tanja Evers

Aushilfen:

Lothar Burk – Aushilfe ca. zehn Std./Monat (Prospektservice)

In Ausbildung:

Die Auszubildende Sarah-Kristin Löser wird seit August 2020 durch den Touristikverband Siegerland-Wittgenstein zur „Kauf-frau für Freizeit und Tourismus“ ausgebildet.

Ramona Springer, Auszubildende beim Campingplatz Hof Biggen, absolvierte zum zweiten Mal ein Quartal ihrer Verbundausbildung zur „Kauffrau für Freizeit und Tourismus“ beim TVSW e.V.



Ausblick 2021

Seit 04. Januar 2021 verstärkt Jule Kampen das Team des TVSW.

Die Stelle wurde 2020 nach Versetzung von Stefanie Bertelmann ausgeschrieben und wird den Bereich „Gastgeber und Qualität“ strategisch aufbauen.

Sonja Sauer verlässt nach längerer Krankheit und auf eigenen Wunsch den TVSW im Januar 2021.

An ihrer Stelle ist Marietta Berg im Februar 2021 zum Team gestoßen.

INTERNE GREMIENARBEIT

Tourismusnetzwerk-Sitzungen

Sachstand 2020

Trotz erschwerter Bedingungen und strenger Hygieneauflagen konnten drei Tourismusnetzwerk-Sitzungen erfolgreich durchgeführt werden. Gerade unter dem Einfluss der Covid-19-Pandemie wurde der stetige Austausch als wichtig und hilfreich empfunden. Eine der geplanten Sitzungen musste während des Lockdowns leider abgesagt werden.

Die Sitzungen fanden am 29.01.2020 im Kreishaus und am 17.08.2020 in der Siegerlandhalle statt. Die Sitzung am 12.11.2020 wurde digital durchgeführt.

29.01. im Kreishaus:

- Open Data – Entwicklung im Deutschlandtourismus – input
- Bericht Netzwerk NRW „offen, digital, vernetzt“
- Vorstellung Sachstand neues Magazin
- Umgang / Möglichkeiten Storytool Outdooractive
- Digitalisierung in Siegen-Wittgenstein, Umgang mit Lizenzen
- Sachstand Projekt „Gastgeber im Fokus“

17.08. in der Siegerlandhalle (Corona-konform):

- Sachstand „Strategie 2019+“
- Förderprojekt „Gastgeber im Fokus“
- Restart-Kampagne
- Zukunft des Magazins „Auf ins WaldReich“ 2021
- Auswertung Klickzahlen

12.11. ZOOM:

- Projekt „Gastgeber im Fokus“ – jetzt geht's los
- So geht Zusammenarbeit – Vorstellung Antragsstellung Südliches Siegerland
- Neue Informationsquelle für den Tourismus vor Ort: das TVSW-Mailing
- Kampagnen und Co. in Zeiten von Corona – ein Ausblick
- Relaunch APP
- Booking Kit: Angebot liegt vor
- Blogger- und Influencer-Workshop für alle: in Planung

Ausblick 2021

Fortführung des regelmäßigen Austauschs, Wiederaufnahme der Info-Touren vor Ort sowie Prüfung digitaler Sitzungsformate als „Backup“.

Marketingausschuss

Sachstand 2020

Bedingt durch die Covid-19-Pandemie sind zwei Sitzungen ausgefallen.

Zwei Sitzungen haben stattfinden können.

19.08. Kreishaus:

- Aktueller Stand & Ausblick „Strategie 2019+“
- Aktueller Stand & Ausblick „Starterprojekt“ Tourismus NRW e.V.
- Integration Gastronomie in Datenbank
- Sinus-Milieus
- Restart-Kampagne & Kampagne Tourismus NRW e.V.
- „Auf ins WaldReich“ – Neues Magazin, Aufbau & Ausbau – Ausblick 2021
- Ausblick & Sachstand Natursteig und Wanderprofilierung – Auswirkung Marketing
- Onlinestatistik

09.12.2020 ZOOM:

- Sachstand „Integration Gastronomie ins Outdooractive DMS“
- Sachstand „Sinus-Milieus“
- Sachstand „Magazin 2021“
- Sachstand „Winterkampagne“ > Mittelverschiebung
- Sachstand & Ausblick „Natursteig“ und „Wanderprofilierung“ – Auswirkung auf das Marketing
- Vorstellung „Marketingplan 2021“

Ausblick 2021

- Terminierung aller Sitzungen für ein Jahr im Voraus.
- Erstellung von Berichten / Protokollen sowie Beschluss- bzw. Entscheidungsvorlagen und Versand mit der Einladung. Fortführung des bisherigen Vorgehens und Verstärkung.
- Wechsel des Vorsitz: Ab 2021 wird der Bürgermeister von Wilnsdorf, Herr Hannes Gieseler, den Vorsitz übernehmen.

EXTERNE GREMIENARBEIT



Tourismus NRW e.V.

- Ausschuss für Destinationsmanagement
- Projekt „Touristisches Datenmanagement“
Projektpartnertreffen
AG Destination Cluster
- AG Datenmanager
- AG Marktforschung
- AG Pressereferenten



Naturpark Sauerland Rothaargebirge e.V.

- Vorstand
- Naturpark-Ausschuss
- AK Naturerholung



Rothaarsteigverein e.V.

- Vorstand
- AG Marketing



Lahntal Tourismus Verband e.V.

- Vorstand (i.V.),
- Touristiker-Ausschuss
- AG Lahnwanderweg
- AG Lahntalradweg



Wintersportarena Sauerland / Siegerland-Wittgenstein e.V.

- Mitgliederversammlung
- AG Marketing (Teilnahme durch BLB)



„Eder-Kooperation“

- „Mitgliederversammlung“
- AG Eder-Radweg



„Siegtal-Kooperation“

- AG Rad-Aktionstag „Siegtal pur“



Südwestfalen Agentur GmbH

- Regionalmarketing-Ausschuss (beratend)
- Begleitausschuss Strukturförderung
- Projekt „Bilderpool Südwestfalen“
- Runder Tisch „Willkommen in Südwestfalen“



REGIONALE 2025 Südwestfalen

- Beirat



LAG Region Wittgenstein e.V.

- Vorstand



Wisent-Welt-Wittgenstein e.V.

- Vorstand



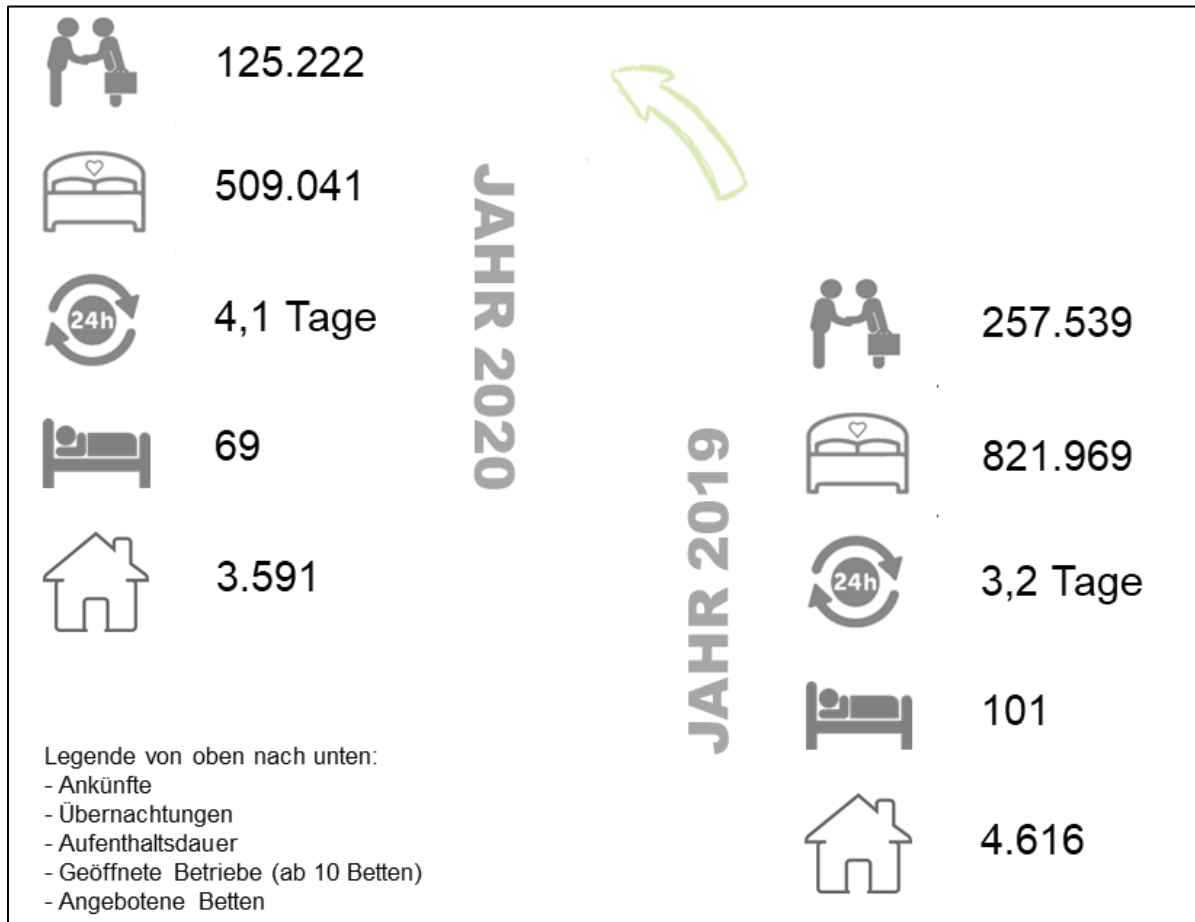
Sparkassen-Tourismusbarometer Westfalen-Lippe

- Beirat
 - Jury Sparkassen-Tourismuspreis
-

ZAHLEN UND STATISTIKEN

Die amtliche Statistik 2019/2020

Bereits ohne eine detaillierte Betrachtung der Jahreszahlen der amtlichen Beherbergungsstatistik für das abgelaufene Jahr 2020 lassen sich die einschneidenden Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf den Reiseverkehr und die damit in Mitleidenschaft gezogenen Betriebe in der Region erkennen.



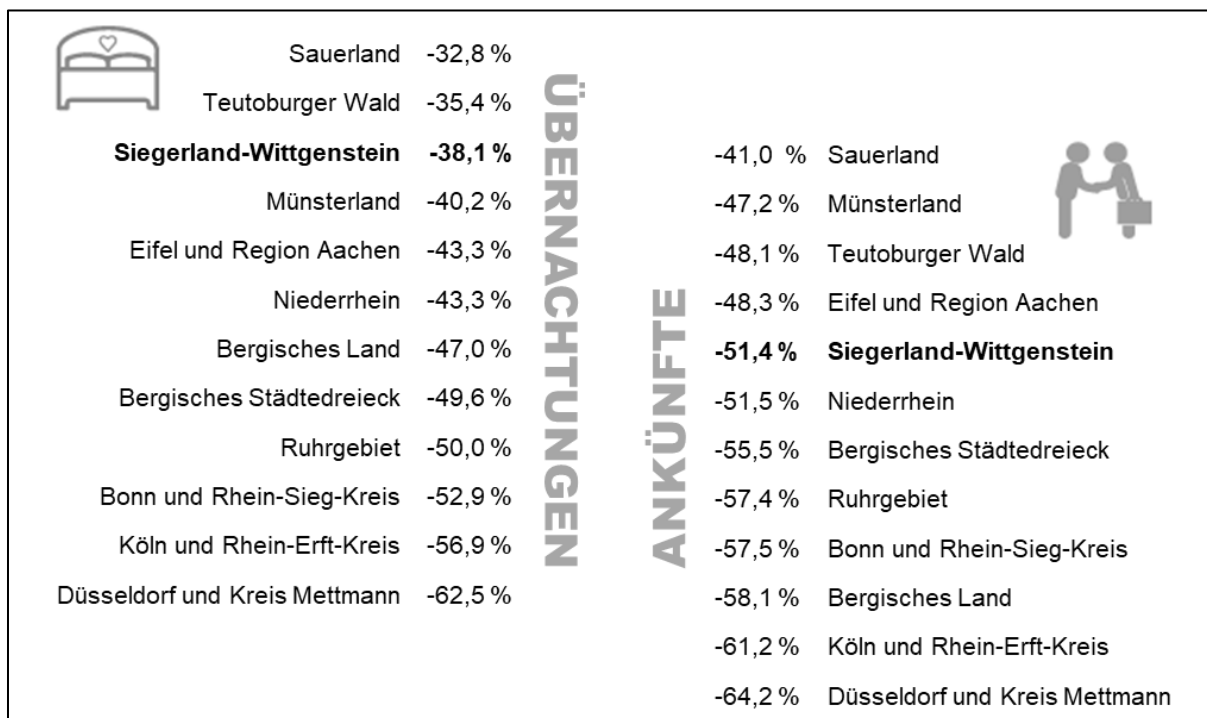
Die Ankunfts- und Übernachtungszahlen 2019 und 2020 in Siegen-Wittgenstein
Quelle: IT.NRW, 2021. Monatserhebung im Tourismus. Tabelle 45412-08i.

Sowohl die Ankunfts- als auch die Übernachtungszahlen sind stark zurückgegangen. Ebenfalls Auswirkungen durch die Covid-19-Pandemie werden in der Anzahl der geöffneten Betriebe und der angebotenen Betten deutlich. Lediglich positiv zu bewerten gilt die Aufenthaltsdauer. Diese hat sich von 3,2 Tage auf 4,1 Tage erhöht.

	2020 absolut	Entwicklung (in %)	2019 absolut	Vorjahr / Ent- wicklung (in %)
gemeldete Betrie- be insgesamt (ab 10 Betten)	102	(- 4,7)	107	113 (-5,3)
davon geöffnet	69	(- 31,7)	101	110 (- 8,2)
Betten insgesamt	4.903	(+ 2,0)	4.808	5.121 (- 6,1)
davon angeboten	3.591	(- 22,2)	4.616	5.007 (- 7,8)
mittlere Auslas- tung	33,7 %	---	46,1 %	45,5 %
Ankünfte	125.222	(- 51,4)	257.539	(+ 0,7)
durch Inländer	105.024	(- 48,7)	204.879	(- 1,5)
durch Ausländer	20.198	(- 61,6)	52.660	(+ 10,5)
davon NL	8.539	(- 55,4)	19.164	(+ 56,5)
in Hotels	85.590	(- 51,7)	177.135	(+ 2,5)
in Vorsorge-& Rehakliniken	6.664	(- 26,4)	9.055	(- 7,1)
Übernachtungen	509.041	(- 38,1)	821.969	(- 1,7)
durch Inländer	458.871	(- 34,9)	704.785	(- 3,5)
durch Ausländer	50.170	(- 57,2)	117.184	(+ 10,8)
davon NL	23.195	(- 54,7)	52.211	(+ 64,1)
in Hotels	158.444	(- 50,3)	319.008	(+ 4,9)
<i>Gesamtanteil in %</i>	31,1	---	38,8	36,4
in Vorsorge-& Rehakliniken	236.739	(- 19,7)	294.651	(- 6,1)
<i>Gesamtanteil in %</i>	46,5	---	35,8	37,5

Quelle: IT.NRW, eigene Berechnungen, 2021

Im Vergleich der nordrhein-westfälischen Tourismusregionen schneidet Siegen-Wittgenstein in Bezug auf den Einbruch der Ankunfts- und Übernachtungszahlen allerdings besser ab als zwei Drittel der übrigen Regionen.



Veränderungsrate der Ankünfte und Übernachtungen von 2019 zu 2020 in den Reisegebieten Nordrhein-Westfalens
Quelle: IT.NRW, 2021. Monatserberhebung im Tourismus. Tabelle 45412-08i.

Dies ist zum einen der Tatsache geschuldet, dass ländliche Regionen in den beschränkungsfreieren Sommermonaten eine Nachfrage erfahren haben, die zumindest zu einer Abmilderung der negativen Entwicklungen auf Jahressicht geführt hat – auch wenn vor allen Dingen der Ferienwohnungsmarkt profitiert hat, der das Interesse an möglichst autarken Unterkunftstypen befriedigen konnte.

Im Fall der hiesigen Region wird an dieser Stelle jedoch vor allen Dingen der weiterhin große Einfluss der Vorsorge- und Rehakliniken auf das Ergebnis der amtlichen Beherbergungsstatistik deutlich. Zwar mussten auch diese einen deutlichen Rückgang hinnehmen, gleichwohl wirkt sich das Volumen der Übernachtungen in Bezug auf die Gesamtentwicklung dämpfend aus.

Es bleibt zu hoffen, dass sich nach einem erfolgreichen Re-Start die „Verlagerung“ der Übernachtungszahlen vom Reha- v. a. ins Hotelsegment wieder verstetigen und sich der vor der Krise erkennbare Wandel innerhalb der Betriebsstruktur in Siegen-Wittgenstein weiter fortsetzen kann.

GASTGEBER UND BEHERBERGUNGSBETRIEBE KLASSIFIZIERUNGEN

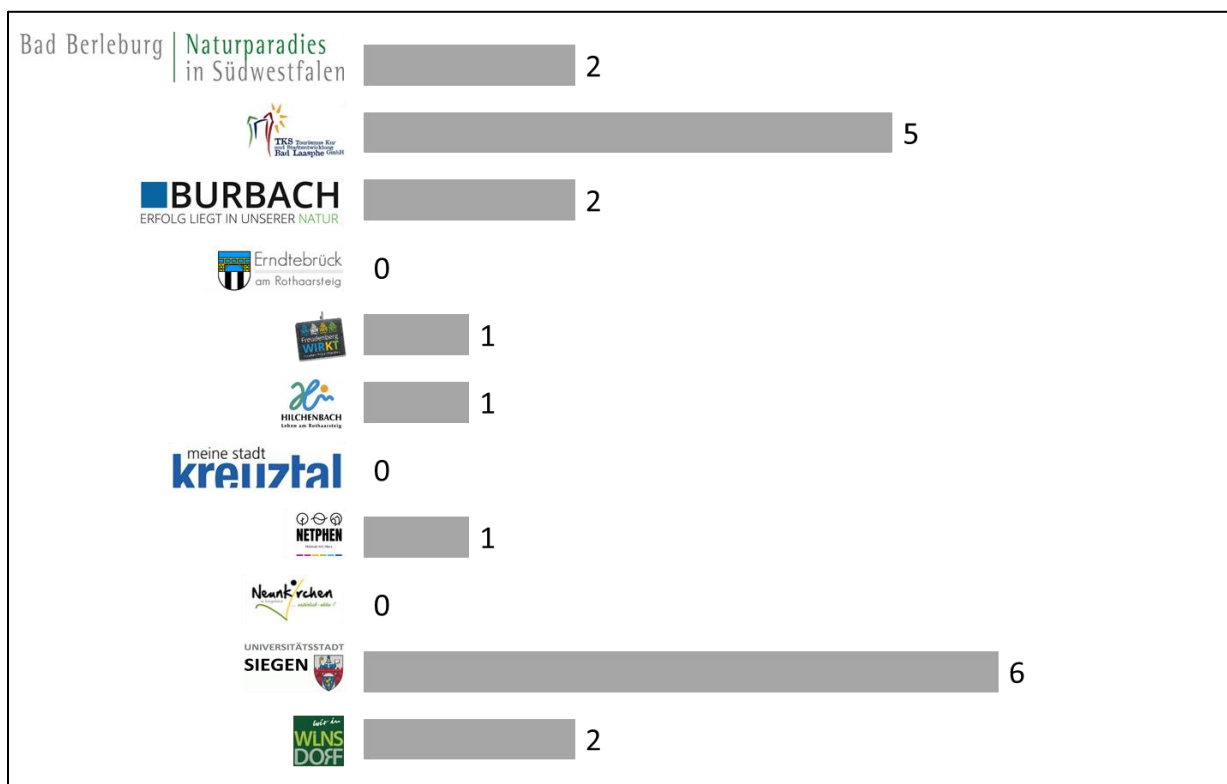
Sachstand 2020

Seit März konnten Corona-bedingt keine Folgeklassifizierungen stattfinden.

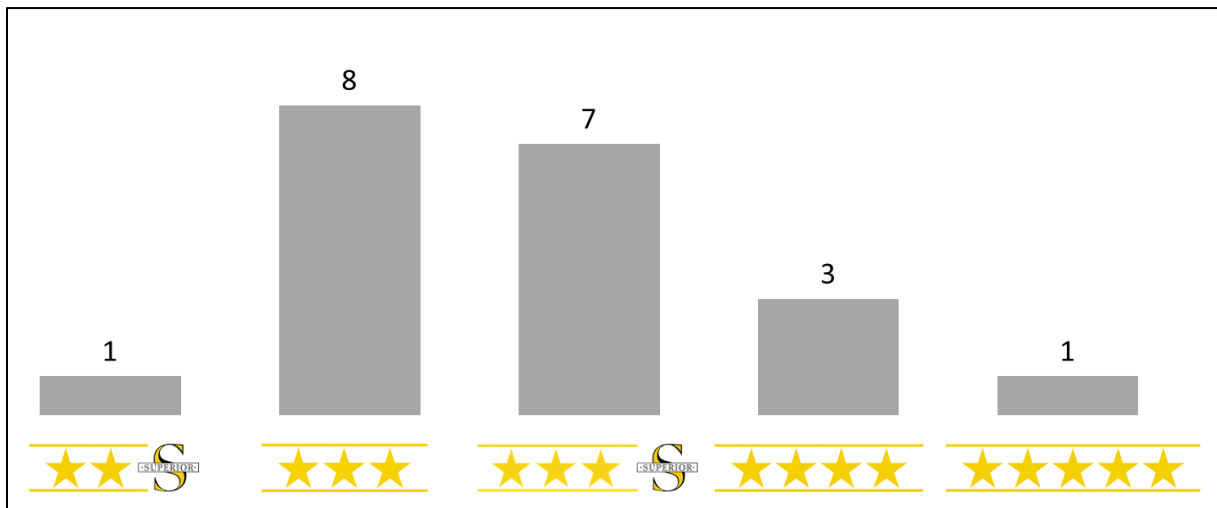
Im September hat der TVSW die Klassifizierungen wieder aufgenommen, vorerst mit Unterstützung eines externen Prüfers. Die neue Mitarbeiterin wird Anfang 2021 schnellstmöglich die notwendigen Schulungen absolvieren, um diesen Bereich zu übernehmen, auf-, und auszubauen.

Sachstand Qualität

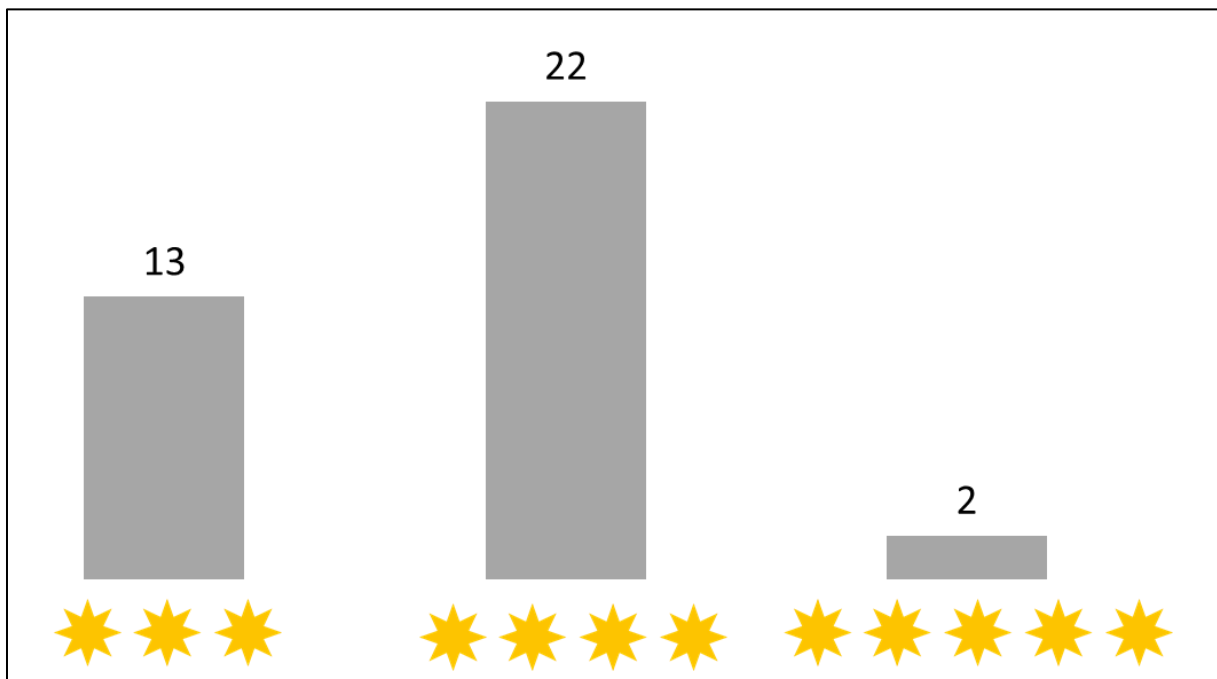
- 29 Betriebe sind DTV-klassifiziert
- 20 Betriebe sind DeHoGa-zertifiziert.



DeHoGa klassifizierte Unterkünfte nach Städten und Gemeinden im Kreis Siegen-Wittgenstein



Sterne-Aufteilung im Kreis Siegen-Wittgenstein nach DeHoGa



Sterne-Aufteilung im Kreis Siegen-Wittgenstein nach DTV

In Siegen-Wittgenstein sind 29 Gastgeber mit insgesamt 37 Ferienwohnungen DTV-klassifiziert.

Ausblick 2021

Im Rahmen des Projektes „Gastgeber im Fokus“, wird der TVSW 2021 das Thema Zertifizierung und Qualität aktiv aufgreifen und hierzu Angebote entwickeln. Geplant ist eine umfassende Erhebung zum aktuellen Stand des Digitalisierungsgrades. Ebenso wird der Bedarf an Klassifizierungen neu erhoben werden. Im Rahmen des Projektes „Gastgeber im Fokus“ soll die Verbindung der touristischen Organisationen vor Ort mit ihren Beherbergungsbetrieben weiter gestärkt und noch erfolgreicher am Markt ausgerichtet werden.

FÖRDERPROJEKTE

Starterprojekt „Touristisches Datenmanagement NRW: Offen, Vernetzt, Digital“

Das Starterprojekt „Touristisches Datenmanagement NRW: Offen, Vernetzt, Digital“ umfasst fünf inhaltliche Module:

1. Technik und Standards

Ziel: landesweiter Contenthub bei dezentraler Datenbankstruktur, gemeinsame Standards, offene Schnittstellen, Basis für neue quellenübergreifende Services schaffen.

2. Kommunikation und Qualifizierung

Ziel: Verbreitung und Anwendung gemeinsamer Auszeichnungs- und Qualitätsstandards sowie eines Lizenzierungssystems, Steigerung Contentqualität, Sensibilisierung Open Data, Qualifizierung Digitalisierung.

3. Digitale Anwendungsfälle und Contentdistribution

Ziel: Schaffung von Spitzencontent für Potenzial- und Bestandszielgruppen (inkl. Rechte), die Destination als Datenveredler, vertikalen Contenttausch testen, Nutzerdaten als digitale Rendite => individuelle Gästeansprache.

4. Big Data

Ziel: Nutzerdaten erheben, mit Contentanalysen und Marktdaten sowie Daten Dritter (z.B. Wetter) zusammenführen (Big Data).

5. Open Data

Ziel: Open Data-Grundlagen legen, offene Daten fördern und fundierte Entscheidungen vorbereiten.

Der TVSW ist aktuell in einer DMO-Gemeinschaft mit dem Sauerland Tourismus e.V. an zwei Teilprojekten beteiligt:

- Teilprojekt 1 „Gastgeber im Fokus“
- Teilprojekt 2 „Gast im Fokus“

Teilprojekt 1 „Gastgeber im Fokus“:

(Siehe auch Abschnitt Gastgeber und Beherbergungsbetriebe)

Mit diesem Projekt wird die Grundlage dafür gelegt, dass die professionell aufbereiteten Gastgeberdaten in die touristischen Content-Kanäle, wie z.B. touristische Websites der Orte, der Region, den entsprechenden Produktkooperationen wie Rothaarsteig und Ruhr-Sieg-Radweg fließen und die gebündelte Übergabe der Daten in den NRW-Landesdatenhub gewährleistet ist.

Die Unterstützung der Gastgeber bei der Digitalisierung ihrer Daten erfolgt durch einen Dienstleister, der diese Daten professionell und einmalig in einem bereits bestehenden System erfasst, welches die Voraussetzung der Anbindung an den Landesdatenhub erfüllt.

Zudem entsteht die Grundlage für einen modelhaften Leitfaden zur strukturierten Digitalisierung von touristischen KMU im ländlichen Raum.

Dieses Vorgehen gewährleistet für die DMO und deren Partner eine qualitativ hochwertige und zukunftsorientierte Contentstrategie stets unter dem Aspekt der Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit.

Die Erfassung und Bereitstellung von Daten und die Sicherstellung von Aktualität und Qualität sind der Grundstein für eine zukünftige smarte Destination.

In KW 29 wurden die hiermit verbundenen Leistungen ausgeschrieben:

- Informationsveranstaltungen für Orte und Beherbergungsbetriebe
- Digitalisierung der Stammdaten im bestehenden System TOMAS (my.IRS GmbH, Puchheim)
- Darstellung der Beherbergungsbetriebe in T-Portalen* auf Orts- und Regionsebene
- Leitfaden zur strukturierten Digitalisierung von touristischen KMU im ländlichen Raum

Die Ausschreibung gewann die OBS GmbH. Mit ihr gemeinsam wird das Projekt 2021 in die konkrete Umsetzung gehen.



Foto: Achim Meurer

*T-Portal= integriertes Gastgeberverzeichnis auf eigener Website bzw. örtlicher Website

Teilprojekt 2 „Gast im Fokus“:

Erfolgreiches touristisches Datenmanagement setzt das Vorhandensein qualitativ hochwertiger, zielgruppenspezifisch aufbereiteter Daten entlang der gesamten touristischen Customer Journey voraus.

Sauerland und Siegen-Wittgenstein verfügen schon über umfangreiche Grunddaten, die ab 2021 auch in den NRW-Hub eingespielt werden.

Jedoch sind viele dieser Daten aus unterschiedlichen Datenquellen noch nicht gastgerecht vernetzt und nutzerfreundlich zusammengeführt.

Die komplette Digitalisierung und Zusammenführung sämtlicher touristisch relevanter Daten soll erstmalig in zwei Piloträumen umgesetzt werden.

Hier entschied sich die DMO-Gemeinschaft für den Rothaarsteig und den Ruhr-Sieg-Radweg als Piloträume.

Es sollen alle Touch-Points der Customer Journey berücksichtigt werden. Notwendiger neuer Content wird erstellt und mit bestehendem Content zusammengeführt, um damit eine vollständige und umfängliche Datengrundlage zu generieren.

Das Projekt wird Ende 2020 neu ausgeschrieben und für 2021 die Umsetzung beauftragt.

EIGENE MAßNAHMEN UND PROJEKTE

Umsetzung als Referat Landrat, Touristische Infrastrukturvorhaben

Siegen-Wittgenstein: Profilierung als Wanderregion

Umgesetzt 2020

Kategorisierung aller kommunalen Wegenetze abgeschlossen, Auftragnehmer: SGV Marketing GmbH

- Kategorie 1: überregionale „Marketing-Speerspitze“, kreisweit 10 bis 12 zertifizierte Routen
- Kategorie 2: weitere zertifizierte bzw. zertifizierbare Routen (überregionales Marketing)
- Kategorie 3: breite Basis, ergänzendes Wegenetz (v.a. lokale touristische Bedeutung)
- Kategorie 4: zur Streichung vorgesehene Wege

Neuzertifizierung von Rundwanderwegen > Kategorie 1



Rothaarsteig-Spur: „Gernsdorfer Höhentour“

(Qualitätsweg Wanderbares Deutschland – traumtour)



Rothaarsteig-Spur: „Romantischer Hickengrund“

(Qualitätsweg Wanderbares Deutschland – traumtour, Weiterentwicklung eines WanderHöhepunktes)

Fotos: Michael Bahr

Vier weitere Neuzertifizierungen in Vorbereitung:



Foto: Petra Markus

"L1"
(Bad Laasphe)



Foto: Sophie Manche

Graugansweg
(Erndtebrück)

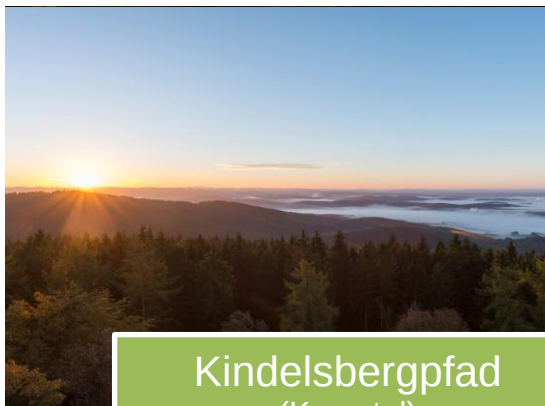


Foto: Klaus-Peter Kappest

Kindelsbergpfad
(Kreuztal)



Foto: Stadt Hilchenbach

Jung-Stilling-Weg
(Hilchenbach))

- Angebotsentwicklung / Qualifizierung / Marketing:

Verknüpfung des Inszenierungsansatzes mit Ergebnissen der „Strategie zur touristischen Regionalentwicklung für Siegen-Wittgenstein und das Sauerland“ sowie den Rahmenvorgaben der „Landestourismusstrategie NRW“

Ausblick 2021

Markteintritt: Herbstsaison 2021

Natursteig Sieg – Fortführung von Mudersbach bis zur Siequelle (3 Etappen)

Sachstand 2020

- Mitte März 2020 wurde im Anschluss an wiederholt notwendig gewordene Routen Anpassungen der nun vorliegende zertifizierfähige Verlauf der drei geplanten Etappen festgelegt und nach erneuter Ermittlung der nun betroffenen Eigentümer und des jeweiligen „Betroffenheitsgrades“ die vom Projektbüro (Rhein-Sieg-Kreis) geforderte Vorabzertifizierung durch einen Bestanderfasser des SGV beauftragt.
- Corona-bedingt konnte mit den (positiven) Ergebnissen erst ab Anfang August gearbeitet werden.
- Grundsätzlich wurde der Nachweis erbracht, dass die erarbeitete Routenführung zertifizierfähig ist.
- Im nächsten Arbeitsschritt erfolgt ein zweigeteiltes Benehmensverfahren, dessen Start aufgrund der Borkenkäferkalamität und der dadurch notwendigen Waldarbeiten leider erneut ausbremsen wurde. Inwieweit sich die Veränderungen in der Landschaft auf die Streckenführung sowie die Zertifizierbarkeit der Route auswirken, wird erst im Frühjahr 2021 feststehen.

Das Benehmensverfahren gliedert sich in zwei aufeinander aufbauende Phasen:

- 1.) Vorab-Ansprache von besonders betroffenen EigentümerInnen, d.h., EigentümerInnen, auf deren Flächen der Natursteig auf noch nicht markierten Wanderwegen verlaufen soll (8 Haubergs- bzw. Waldgenossenschaften, 3 Kommunen, Landesbetrieb Wald und Holz NRW).
Zur Durchführung wurden von Seiten des Amtes für Liegenschaftskataster und Geoinformation Zugänge zum „Geodatenportal“ erstellt.
Damit erhalten die betroffenen Eigentümer die Möglichkeit, flurgenaue Einblick in die Planungen nehmen zu können.
- 2.) Offizielles Verfahren über die SGV-Marketing GmbH (Dauer: 6 Wochen)

Nach positivem Abschluss des Benehmensverfahrens schließen sich folgende Arbeitsschritte an:

- Erstellung und Abschluss von Gestattungsverträgen
- Ausschreibung und Vergabe **Wegweisungs- und Infrastrukturkataster**
- Erarbeitung Wegweisungs- und Infrastrukturkataster, ggf. Erstmarkierung-Ausschreibung und Vergabe **Wegweisung und Infrastruktur**
- Produktion und Installation Wegweisung
- Weiterentwicklung und Ausdehnung der zwischen dem Rhein-Sieg-Kreis und dem Kreis Altenkirchen bestehenden „Kooperationsvereinbarung Naturregion Sieg“ auf den Kreis Siegen-Wittgenstein (offizielle **Eröffnung**)

Märchenwanderweg Ilsequelle („Kleiner Rothaar“)

Sachstand 2020:

- Im Herbst 2008 eröffnet, inzwischen hatte sich ein großer Sanierungsbedarf ergeben, nichtsdestotrotz erfreut(e) sich der „Kleiner Rothaar“ großer Beliebtheit.
- Durchführung von mehreren Ortsbegehungen und Abstimmungsterminen zwischen Sommer 2018 bis Anfang 2019 auf Initiative der Touristischen Infrastruktur des Kreises.
- Enge Abstimmung und Kostenteilung mit TKS Bad Laasphe GmbH.
- Komplettsanierung im Sommer 2020 nahezu abgeschlossen:
 - Rückbau, Entsorgung und Neubau von Sitzgelegenheiten
 - Installation von neuen Wegweisern entlang des Weges
 - Rückbau, Entsorgung und Neubau einer Brücke bzw. eines Steges
 - Rückbau, Entsorgung und Neubau eines Treppengeländers
 - Ausbesserung von Treppenstufen
 - Rückbau, Entsorgung und Neuinstallation von „Holz-Märchenbüchern“
 - Installation einer aktualisierten Informationstafel



Fotos: Michael Bahr

MARKETING

Sachstand 2020

Re-Start-Kampagne und Kampagne NRW

Aufgrund der aus der Covid-19-Pandemie resultierenden Verhaltensregeln und Einschränkungen waren und sind vor allem auch der Tourismus und damit die Gastgeber und die Gastronomie stark betroffen.

Um die regionalen Gastgeber beim Re-Start im Sommer zu unterstützen, hat der TVSW ein Konzept für eine kurzfristige Marketing-Kampagne vorgestellt, die gemeinsam mit den beteiligten Kommunen realisiert wurde.

Ziel war es, stärker und zielgenauer auf das bereits bestehende Angebot an Hotelpauschalen hinzuweisen.

In Kooperation mit der BLB-Tourismus GmbH und der TKS Bad Laasphe GmbH wurden die Angebote und Vorgehensweisen besprochen und zielgerichtet umgesetzt.

Der TVSW hat dafür 12.000 Euro bereitgestellt, die beiden Kooperationspartner je 3.000 Euro, sodass insgesamt 18.000 Euro zur Verfügung standen. Alle anderen Kommunen im Kreis wurden aufgerufen, sich ebenfalls finanziell oder inhaltlich zu beteiligen. Der Marketingfokus des TVSW lag dabei weiterhin auf der Darstellung der Gesamtregion.

Im Rahmen der Kampagne schaltete der TVSW verschiedene Anzeigen und Advertorials zur Region in Magazinen, Zeitschriften, Sonderveröffentlichungen und einem Reiseführer, unter anderem in „Wanderlust“, „Wandermagazin“, „Prisma“, „Top-Magazin“ und einer Sonderbeilage der „Brigitte“ (Tischvorlage 3 – Medienspiegel).

Beworben wurden unter anderem:

- Die neue 1A-Familientour in Hilchenbach
- Das Quellgebiet von Eder, Sieg und Lahn und der Märchenwanderweg „Kleiner Rot-haar“ in Bad Laasphe-Heiligenborn
- Die Wisente und das im Herbst 2019 eröffnete Infozentrum des Naturparks Sauerland Rothaargebirge mit der Wisent-Erlebnisausstellung in Bad Berleburg

Teil der Kampagne war auch die Einrichtung der ergänzenden Domain „aufinswaldreich“, die den Gast auf die bestehenden Seiten des TVSW leitet.

- Ein kurzer Einführungstext erklärt das Angebot und soll Neugier wecken. Hier sind die durch die Kooperationspartner gelieferten Pauschalen hinterlegt.
- Links führen zum kompletten Online-Angebot. Werbliche Facebookposts gehören zur Kampagne, dort wurden rund 30.000 Personen erreicht. Rund 3.350 Interaktionen wurden verzeichnet (Tischvorlage 3 – Medienspiegel).
- Da die Gastgeber bereits digital erfasst waren, konnte hier auf bestehende Daten zurückgegriffen werden.

Auch hier hat sich wieder der Vorteil der Digitalisierungsstrategie der Region gezeigt.

- Alle werblichen Maßnahmen des TVSW wurden so um konkrete Übernachtungspauschalen ergänzt und damit ein weiterer Vertriebskanal für Betriebe erschlossen.

Die regionalen Kampagneninhalte wurden an Tourismus NRW weitergeben und dort im Rahmen der Landes-Kampagne #rauszeitlust ebenfalls ausgespielt. In den Printmedien von TV NRW sicherte sich Siegen-Wittgenstein so eine Top-Platzierung.

Weitere Infos zur Kampagne des TVSW und den regionalen Angeboten finden sich unter www.aufinswaldreich.de. Auch alle vorgestellten Touren und Ausflugsziele sind hier gelistet.

Unter www.dein-nrw.de finden Interessierte Reisetipps aus allen Regionen und Städten des Landes.

Ausblick 2021

Die Bündelung der Marketingmittel zu Kampagnen hat sich in 2020 als adäquates Mittel zur Vermarktung von Themen und Inhalten bewährt. Daher soll dieser Ansatz 2021 weiter ausgebaut werden.

Durch die Definition von Standards zur Zusammenarbeit im Rahmen von Kampagnen können Marketingaktivitäten bis zu einem gewissen Grad vorgeplant werden und zeitgleich thematisch flexibel bleiben.

Themen ergeben sich einerseits weiterhin aus online verfügbaren Inhalten, die dezentral von den Orten eingestellt und thematisch vom TVSW aufbereitet und der zielgruppenspezifischen Vermarktung zugeführt werden, und andererseits durch aktuelle Ereignisse, wie zum Beispiel die geplante Eröffnung des Natursteig Sieg im Herbst 2021.

DATENBANKEN und ONLINEMARKETING

Strategie DMS / Website

Umgesetzt 2020

Innerhalb des Marketingpaketes von outdooractive:

- Es wurden drei Geschichten und eine neue Landingpage, auf der die Geschichten sichtbar sind erstellt: www.siegen-wittgenstein.info/de/stories/

Relaunch der Sauerland-Siegen-Wittgenstein App

- Anpassung der Vermarktung der App durch Flyer, Webdarstellung, vermehrter Hinweis in Printprodukten, aktive Information an die Gastgeber und durch die Gastgeber

Die gemeinsame Datenbank weiterhin mit Inhalten füllen (durch Themenmarketing, siehe Marketingplan).

Erstellung einer Presse-Landingpage: Darstellung aller aktuellen Pressemitteilungen und Hinweis auf den Bilderpool.

(Aufgrund der Covid-19-Pandemie hat keine Schulung zum Ausbau von Analysemöglichkeiten stattgefunden.)

Ausblick 2021

- Verbesserte Auffindbarkeit eigener Inhalte, verbesserte Darstellung der Gastgeber und POI durch Umsetzung von Schnittstellen.
- Verbesserte Vermarktung der App durch Flyer, Webdarstellung, vermehrter Hinweis in Printprodukten, aktive Information an die Gastgeber und durch die Gastgeber.
- Lösung für die Gastgeberdarstellung, Möglichkeit der Online-Buchbarkeit? (gemeinsam mit den TI).
- Die gemeinsame Datenbank mit immer mehr Inhalten füllen (durch Themenmarketing, siehe Marketingplan).
- Qualitätsstandards (regionales digitales Handbuch / Leitfaden) aufsetzen.
- Mehr Akteure finden / schulen, die den TI beim Einspielen von Inhalten helfen.
- TI bleibt allerdings Instanz der Qualitätskontrolle / Freigabe.
- Erstellung von Nutzungsverträgen für Dritte.

BILDDATENBANK

Umgesetzt 2020

AG Bilderpool

- Anpassungen und Verbesserung der Nutzbarkeit des „Bilderpool-Shop“
<https://suedwestfalen.portal.pixelboxx.com>
- Bilderpool Kampagne Mitte November 2020 bis Mitte Januar 2021
 - Ziele:
 - Bekanntheit des Bilderpools in Südwestfalen steigern
 - Follower animieren, Fotos zum Bilderpool beizusteuern
 - Inhalt:
 - Beworbene Beiträge auf Facebook und Instagram
 - Durchführung eines Fotowettbewerbs

Ausblick 2021

- Kernthemen mit mind. 10 Fotos bis Mitte 2021 anreichern
- Der Bilderpool soll erweitert werden, damit weitere bisher nicht umgesetzte Themen wie Traditionsmärkte und Feste im Pool dargestellt werden können.

FOTOSHOOTINGS

Umgesetzt 2020



Foto: Tanja Evers

Wandern in Erndtebrück



Foto: Tanja Evers

Im Rosengarten in Erndtebrück,
„Typen“-Bilder sowie Freizeit-
Motive



Foto: Tanja Evers

Ausblicke auf Erndtebrück



Foto: Michael Bahr

„Kleiner Rothaar“ in Bad Laasphe



Foto: Michael Bahr

Mit dem Ranger unterwegs in
Wilnsdorf



Foto: Michael Bahr

Wandern in Wilnsdorf

Musste aufgrund der Covid-19-Pandemie verschoben werden

- Wandern in Freudenberg
- Wandern in Kreuztal
- Adventskalender in Freudenberg und die Nachtwächter in Freudenberg

Ausblick 2021

- In Absprache mit den Kommunen wird es mindestens sechs Fotoshootings geben. Die Auswahl geschieht unter Berücksichtigung neuer Produkte.
 - Davon bereits festgelegte Shootings: Wandern in Freudenberg und Wandern in Kreuztal.
 - Im Rahmen des 20-jährigen Rothaarsteigjubiläums sollen für den Steig neue Keyvisuals erstellt werden.
- Aufgabenverteilung:
 - TVSW organisiert und steuert den Fotografen. Koordiniert die Termine, setzt ggf. eigene Fotobedarfe um.
 - Orte stellen Models und benennen Bedarf.

FACEBOOK

Umgesetzt 2020

- Beiträge, die die Themen aus dem Marketingplan stützen.
- Strukturierte Beitragsplanung.



Ausblick 2021

- Sollten Messen und Veranstaltungen stattfinden, werden diese besser begleitet und geeignete Maßnahmen bei Facebook ergriffen.
- Um niederländische Gäste auf die Region aufmerksam zu machen, werden auf Facebook mind. zwölf Beiträge auf der Seite „Sauerland totaal“ veröffentlicht.
- Weiterhin soll Facebook ein starkes Instrument sein, um Kampagnen zu begleiten und Klicks auf die Landingpage der Kampagne zu generieren.

PRINTWERBUNG

Magazin

Umgesetzt 2020

Kein gedrucktes Gastgeberverzeichnis des TVSW. Stattdessen wurde das Online-Gastgeberverzeichnis, auch in Vorbereitung auf das NRW-Starterprojekt „Gastgeber im Fokus“ ausgebaut. Zudem wurde die Auflage an die realen Bedingungen angepasst.

Das neue Magazin:

„Auf ins WaldReich. Das Outdoor-Magazin für Siegen-Wittgenstein“.

Der inhaltliche Aufbau betont nun verstärkt die regionale Zusammengehörigkeit statt der Ortsgrenzen:

- Top-Themen werden als ansprechende Geschichten, Stories und Ausflugstipps mit Mehrwert für die Gäste präsentiert.
- Auf die Erlebbarkeit des Beschriebenen vor Ort wurde besonders geachtet.
- Inhaltlich wurde das Magazin weg vom „Anzeigenblatt“ hin zu einem inspirierenden Lesemagazin entwickelt.



Das Magazin wurde auch in die englische und niederländische Sprache übersetzt und in einer kleinen Auflage gedruckt.

Die gute Resonanz auf das Printprodukt und der bisherige Absatz sprechen für die bereits vollzogenen Änderungen. Das Magazin musste im vierten Quartal bereits in den Nachdruck gehen, d.h. die Erstauflage von 5.000 Stück wurde komplett verteilt oder verschickt. Zudem wurden über die Orte auch die Gastgeber angefragt, das Magazin in ihren Betrieben auszulegen. Die Verteilung in den Orten und vor allem bei den Gastgebern soll in 2021 weiter intensiviert und verstetigt werden.

Ausblick 2021

Seit dem 2. Halbjahr 2020 finden bereits die Arbeiten für eine Neuauflage statt. Auch wenn die ITB 2021 nur virtuell stattfinden wird, laufen die Arbeiten für das neue und erweiterte Magazin weiter.

Das Magazin wird plangemäß mit dem nächsten Nachdruck weiter überarbeitet und ergänzt.

Aus bisher 24 Seiten werden 36 Seiten.

Die Druckauflage wird auf 10.000 Stück erweitert. Darüber hinaus sollen je 3.000 Stück in englischer und niederländischer Sprache hochwertig gedruckt werden.

Geplant sind künftig nicht nur verbesserte Hinweise auf die nun online stets aktuellen Gastgeberdaten, sondern auch eine inhaltliche Themenausweitung sowie eine Anpassung der Ansprache auf etwaige Sinus-Milieus, die noch genauer zu bestimmen sind. Die Illustration soll im neuen Magazin die inhaltlichen Aussagen noch stärker unterstreichen.

Ebenso werden weitere sinnvolle Hinweise auf die online bereitstehenden Inhalte geprüft und umgesetzt. Das Prinzip, dass alle gedruckten Inhalte auch online auffindbar sind, soll beibehalten werden.

Pocketguide Wandern

Aufgrund von Messeausfällen hat der TVSW noch einen großen Bestand der Auflage aus 2019 vorrätig, sodass der TVSW in diesem Jahr keine neue Version des Pocketguides erstellt hat.

Plan 2021

Der Abschluss des Projektes „Siegen-Wittgenstein – Profilierung als Wanderregion“ macht auch die Neuauflage des Pocketguides „Wandern“ notwendig.

Aktuell werden dort die sog. „15 Top-Touren“ der Region vorgestellt, deren Auswahl nicht nur, jedoch vor allem die Gleichbehandlung aller Kommunen im Kreisgebiet zugrunde lag. Nun sollen im Zuge der Neuauflage die „Speerspitzen-Wege“, allesamt zertifizierte Kategorie-1-Wege (s. S. 15), dargestellt werden. Dabei wird es sich um etwa ein Dutzend Touren im Tages- und Halbtagesformat handeln, ergänzt wird dieses Best-Of durch die regionalen Fernwanderwege (Rothaarsteig, etc.).

Anzeigen und Advertorials

Umgesetzt 2020

Auch im Bereich Anzeigen wurde verstärkt darauf geachtet, die Vorgaben der Sinus-Milieus umzusetzen und zu berücksichtigen.

Die Printanzeigen wurden so gestaltet, dass sie in Optik und Inhalt zum Magazin „Auf ins WaldReich“ passen und dieses ergänzen.

Ein Schwerpunkt lag jedoch auf der Bewerbung der Region durch Advertorials, da diese mehr Informationen transportieren können und durch ihren Artikelcharakter einen größeren Mehrwert für die Leser haben.

Dass der TVSW hier gestalterisch und werblich auf dem richtigen Weg ist, zeigt sich auch darin, dass der Standpunktverlag dieses Advertorial als Best Practise-Beispiel und Vorlage in seine Mediadaten für 2021 aufgenommen hat.

Plan 2021

- Anzeige Landreise (Beileger in der LandLust)
- Advertorial Tambiente im niederländischen Vakantiekompas
- Couponservice von westpress in den Niederlanden
- Zusammenarbeit mit Tambiente und westpress weiter ausbauen
- Ähnliche Anzeigen-Schwerpunkte wie in 2020, mit weiterer Anpassung und Ausweitung auf die Sinus-Milieus

MESSEN & VERANSTALTUNGEN

Plan 2021

Zurzeit ist noch völlig unklar, welche Messen stattfinden werden.



Touristikverband Siegerland-Wittgenstein e. V.
Koblenzer Str. 73, 57072 Siegen
Tel. +49 (0)271 333 1020
tvsw@siegen-wittgenstein.de
www.siegen-wittgenstein.info