



Geschäftsbericht 2021

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

VORWORT	1
ZAHLEN UND STATISTIKEN	2
MARKETING	5
QUALITÄTSENTWICKLUNG.....	19
EIGENE MAßNAHMEN UND PROJEKTE	24
FÖRDERPROJEKTE	31
INTERNE GREMIENARBEIT	36
EXTERNE GREMIENARBEIT	38
AUSZUBILDENDEN-TAUSCH	40
AUSBLICK 2022	41
PERSONAL	42

VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,

2021 war ein besonders herausforderndes Jahr für uns alle. Gerade im Bereich Tourismus war es durch die COVID-19-Pandemie und ihre Folgen und Restriktionen nicht einfach. Ein Beherbergungsverbot bis Mai 2021 hat die Beherbergungsbetriebe in Siegen-Wittgenstein größtenteils in der ersten Jahreshälfte zum Stillstand gebracht. Manche Betriebe haben leider nicht durchgehalten, viele andere aber haben sich weiterentwickelt, neue Ideen ausgearbeitet und neue Konzepte geschaffen oder renoviert. Obwohl die Gäste- und Übernachtungszahlen zwar knapp über den Werten von 2020 lagen, so musste leider im Vergleich zu 2019 jedoch weiterhin ein deutliches Minus verzeichnet werden.

Auch der Touristikverband Siegerland-Wittgenstein e. V. hat die Zeit des Stillstands und der Lockdowns gut genutzt, um einige Projekte anzustoßen oder abzuschließen, Daten zu pflegen und Content zu produzieren, an Ideen zu feilen und neue Printprodukte zu erstellen. Neben der Gremienarbeit und der Arbeit an eigenen Maßnahmen und Vorhaben wurden auch einige Projekte und Kampagnen gemeinsam mit Partnern, wie beispielsweise Tourismus NRW e. V. umgesetzt. Außerdem hat der Touristikverband Siegerland-Wittgenstein e. V. (TVSW) 2021 neue Themen aufgenommen und weiter entwickelt, wie zum Beispiel den Bereich der Qualitätsentwicklung.

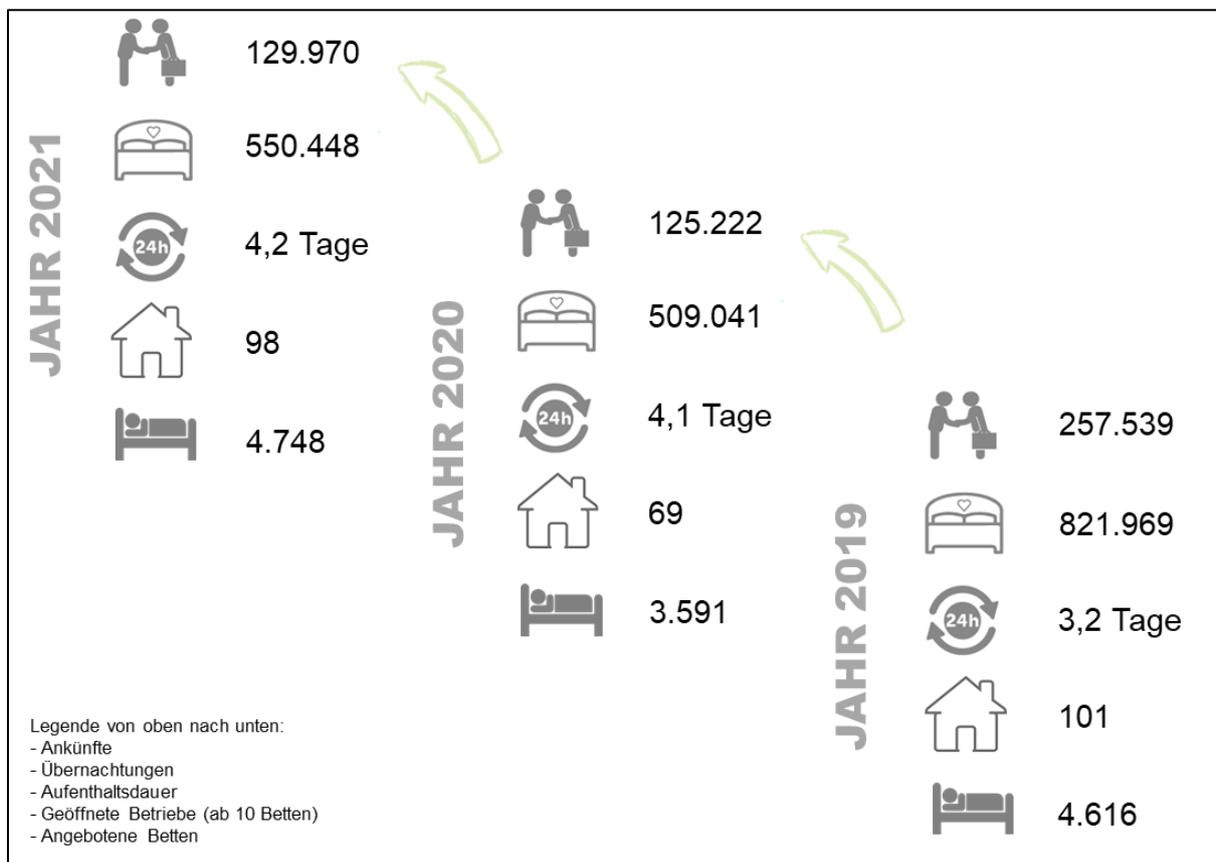
Die Tourismusbranche mit ihren Unternehmen steht, abgesehen von der COVID-19-Pandemie, aktuell vor vielen Herausforderungen und bedarf einer Umgestaltung. Stärker als je zuvor ist das Thema Digitalisierung präsent und wichtig. Die digitale Weiterentwicklung des TVSW hat gezeigt, dass wir der Herausforderung gewachsen sind und im Tourismus in Nordrhein-Westfalen in diesem Bereich eine der führenden Destinationen sind. Diese Tatsache zeigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind und motiviert uns, auch im kommenden Jahr da anzuknüpfen, wo wir 2021 aufgehört haben: Die digitale, qualitativ hochwertige Weiterentwicklung der Tourismusregion Siegen-Wittgenstein.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Folgenden auf die gleichzeitige Verwendung weiblicher und männlicher Sprachformen verzichtet und das generische Maskulinum verwendet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

ZAHLEN UND STATISTIKEN

Die amtliche Statistik 2021 im Vergleich zu den Vorjahren

Bereits ohne eine detaillierte Betrachtung der Jahreszahlen der amtlichen Beherbergungsstatistik für das abgelaufene Jahr 2021 lassen sich weiterhin 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 bis 2021 in Siegen-Wittgenstein
 Quelle: IT.NRW, 2022. Monatsenerhebung im Tourismus. Tabelle 45412-01ir.

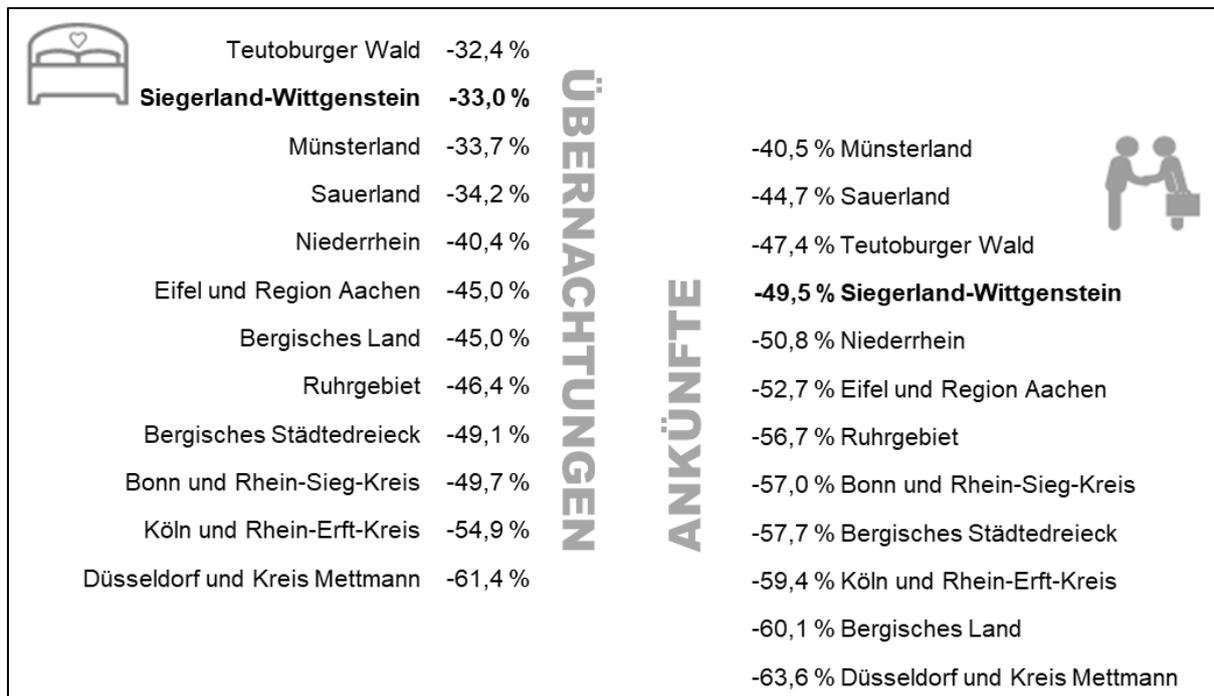
Zwar sind sowohl die absoluten Ankunfts- als auch die Übernachtungszahlen in der Region im Vergleich zum Vorjahr insgesamt angestiegen, jedoch zeigt sich vergleichend mit dem „letzten normalen“ Jahr 2019 weiterhin ein deutliches Defizit von - 49,5 % bei den Ankünften und - 33,0 % bei den Übernachtungen.

Die Jahre 2021 und 2020 sind allerdings nur bedingt miteinander vergleichbar, da beispielsweise zu Beginn des Jahres 2021 bis Mitte Mai ein Beherbergungsverbot in NRW galt, im Jahr 2020 bis Mitte März jedoch noch keine Einschränkungen vorlagen.

	2021 absolut	Vergleich zu 2020	2020 absolut	Vergleich 2021 zu 2019	2019 absolut
Gemeldete Betriebe insgesamt (ab 10 Betten)	102	+ / - 0	102	- 5	107
davon geöffnet	98	+ 29	69	- 3	101
Betten insgesamt	4.934	+ 31	4.903	+ 126	4.808
davon angeboten	4.748	+ 1.157	3.591	+ 132	4.616
mittlere Auslastung	34,6 %	---	33,7 %	---	46,1 %
Ankünfte	129.970	+ 3,8 %	125.222	- 49,5 %	257.539
durch Inländer	112.414	+ 7,0 %	105.024	- 45,1 %	204.879
durch Ausländer	17.556	- 13,1 %	20.198	- 66,6 %	52.660
davon NL	6.551	- 23,3 %	8.539	- 65,8 %	19.164
in Hotels	81.850	- 4,4 %	85.590	- 53,8 %	177.135
in Vorsorge- & Rehakliniken	7.860	+ 17,9 %	6.664	- 13,2 %	9.055
Übernachtungen	550.448	+ 8,1 %	509.041	- 33,0 %	821.969
durch Inländer	506.685	+ 10,4 %	458.871	- 28,1 %	704.785
durch Ausländer	43.763	- 12,8 %	50.170	- 62,7 %	117.184
davon NL	17.835	- 23,1 %	23.195	- 65,8 %	52.211
in Hotels	157.013	- 0,9 %	158.444	- 50,8 %	319.008
Gesamtanteil in %	28,5	---	31,1	---	38,8
in Vorsorge- & Rehakliniken	264.642	+ 17,2 %	236.739	- 10,2 %	294.651
Gesamtanteil Vor- sorge- & Rehakliniken in %	48,1	---	46,5	---	35,8

Quelle: IT.NRW, eigene Berechnungen, 2021

Siegen-Wittgenstein schneidet sowohl in Bezug auf den Einbruch der Ankunfts- und Übernachtungszahlen im Vergleich zum Jahr 2019, als auch hinsichtlich der leicht positiven Tendenzen im Vergleich zum Jahr 2020 deutlich besser ab, als ein Großteil der übrigen nordrhein-westfälischen Tourismusregionen.



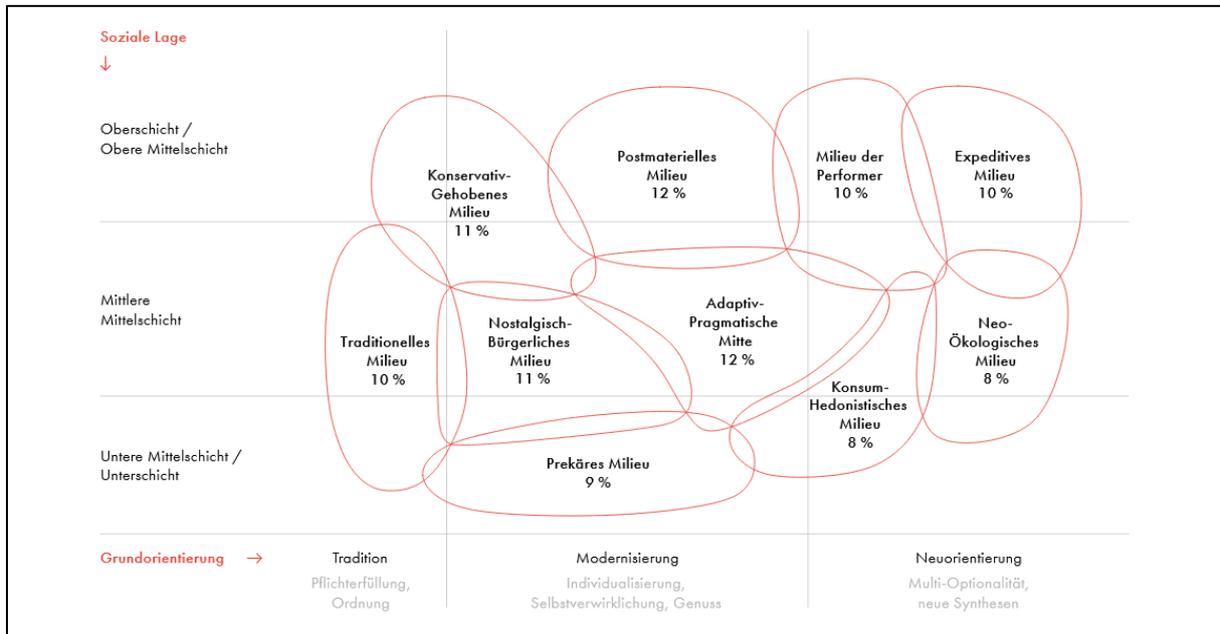
Veränderungsrate der Ankünfte und Übernachtungen von 2019 bis 2021 in den Reisegebieten Nordrhein-Westfalens
Quelle: IT.NRW, 2022. Monatserhebung im Tourismus, Tabelle 45412-08i.

Dieses ist u. a. auf den verhältnismäßig großen Einfluss der Vorsorge- und Rehakliniken auf das Ergebnis der amtlichen Beherbergungsstatistik zurückzuführen. Zwar mussten auch diese im Vergleich der Jahre 2020 und 2019 einen deutlichen Rückgang hinnehmen, gleichwohl hatte sich das Volumen der Übernachtungen in Bezug auf die Gesamtentwicklung dämpfend ausgewirkt. Im Jahr 2021 verzeichnete dieses Segment dann einen deutlichen Anstieg der Übernachtungszahlen (+ 17,2 %), wohingegen die Hotels in der Region unter den vorherrschenden Rahmenbedingungen zumindest das Niveau von 2020 nahezu halten konnten.

MARKETING

Sachstand 2021

Veränderung mit großen Auswirkungen – die Arbeit mit den Sinus-Milieus beginnt.



Sinus-Milieus® Deutschland
Quelle: Sinus Markt- und Sozialforschung GmbH

Sinus-Milieus einfach erklärt



In Deutschland werden zehn Milieus angewendet.

Je weiter oben ein Milieu in der Grafik angesiedelt ist, desto bedeutender ist seine Stellung in der Gesellschaft. Je weiter rechts, umso moderner ist seine Grundorientierung.

Der Touristikverband hat 2021 die Arbeit mit den neuen Sinus-Milieus aufgenommen und folgte damit der im Dezember 2020 getroffenen Empfehlung des Marketingausschusses. Im März 2021 wurden im Bereich Print- und Onlinemarketing alle notwendigen Informationen zusammengetragen und recherchiert, welche Milieus in Betracht kommen könnten für eine Weiterentwicklung der bereits bestehenden Produkte. Ebenfalls im März fand ein gemeinsamer Workshop mit dem Sauerland Tourismus unter Leitung des Sinus-Instituts statt. Als neues Ziel-Milieu für Siegen-Wittgenstein wurde das Milieu der Adaptiv-Pragmatischen Mitte ausgewählt.

Die Umstellung auf das neue Ziel-Milieu begleitete den TVSW über das Jahr 2021 und wirkte sich auf nahezu alle Arbeitsbereiche aus.

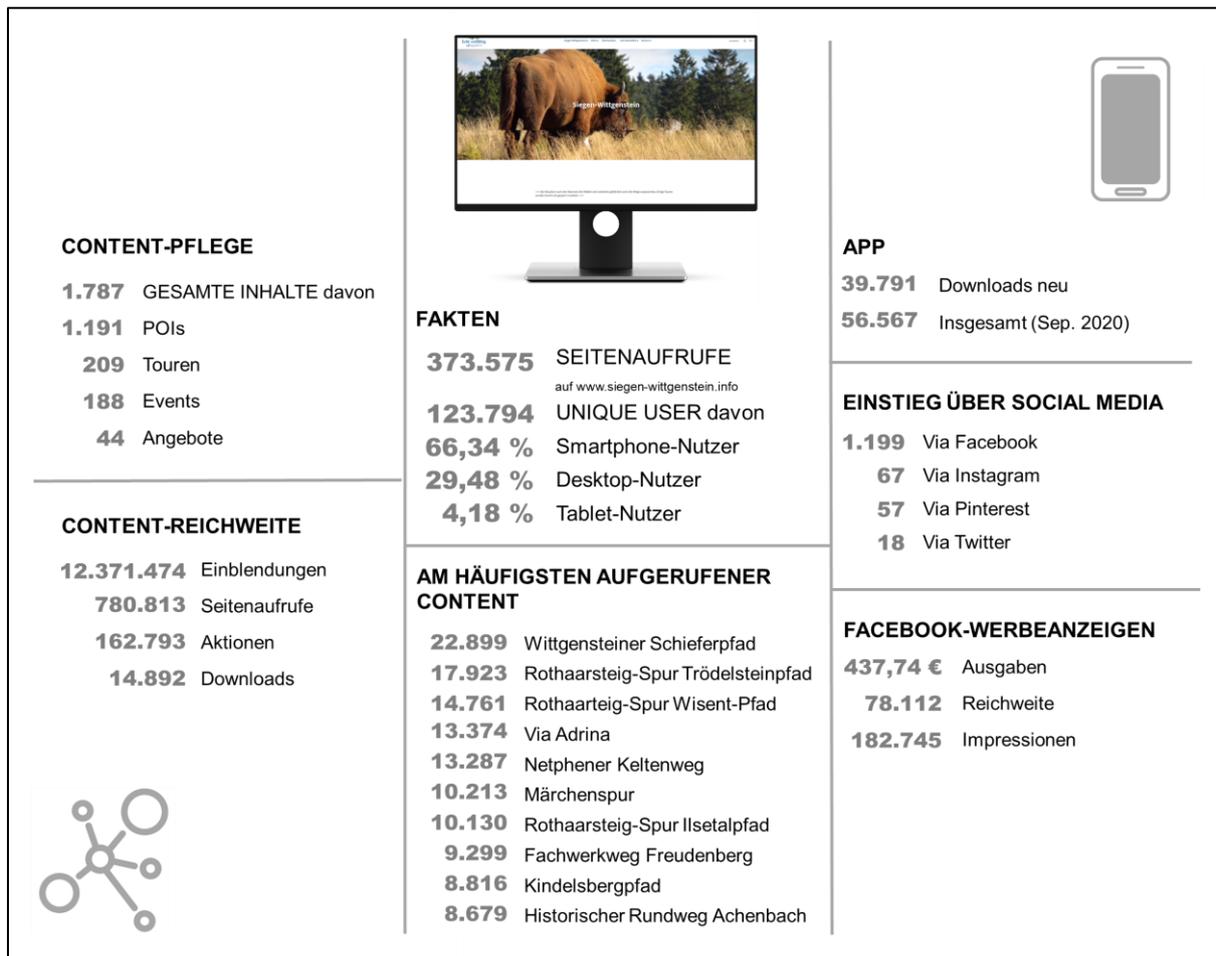
Ausblick 2022

Auch 2022 steht weiterhin unter dem Thema der Anpassung an das Milieu der Adaptiv-Pragmatischen Mitte. Alle neu entstehenden Broschüren und Materialien werden in dieser Hinsicht geprüft und angepasst. Das ausgewählte Milieu und die Vorlieben und Wünsche dieser Zielgruppe sind derzeit und bis auf weiteres die Basis der Arbeit des TVSW.

DATENBANKEN und ONLINEMARKETING

Sachstand 2021

Ein großer Teil der im Onlinemarketing stattfindenden Arbeiten sind laufende Tätigkeiten. Der Schwerpunkt liegt im Erhalt der regionalen Datenqualität, dem Ausbau des Netzwerkes und dem kontinuierlichen Monitoring der Inhalte, sowie der Community und der laufenden Produktion neuer Inhalte und deren Aktualisierung.



Onlinemarketing 2021 beim TVSW in Zahlen

Die Basis des Marketings bilden die Daten, die im Onlinemarketing erfasst und zur Verfügung gestellt werden. Neben dem laufenden Arbeitsaufwand gibt es einige Meilensteine, die sich für 2021 konkret benennen lassen.

Data Hub NRW geht online – Erfolg für die Datenstrategie des TVSW

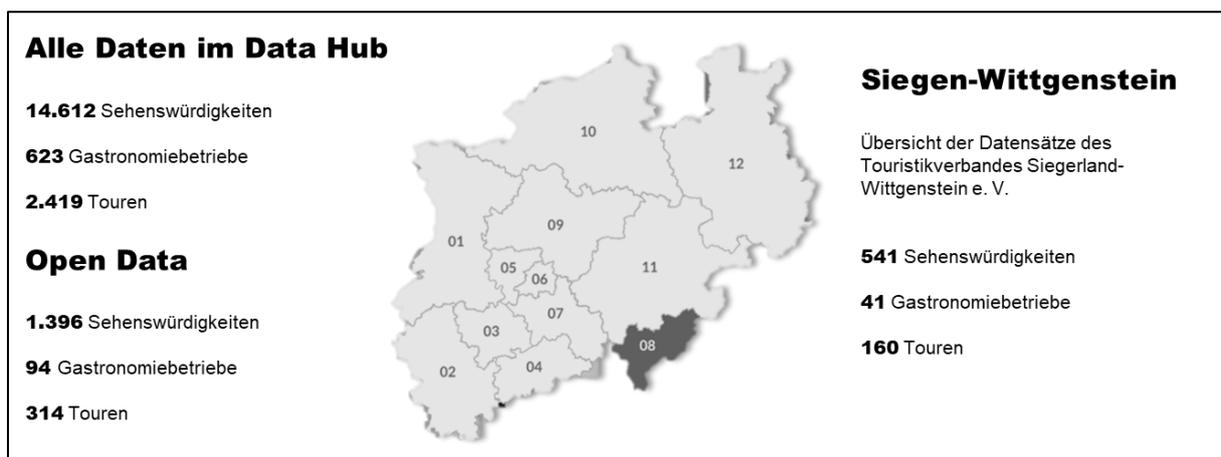
Der Data Hub NRW dient als sogenannte „Datendrehzscheibe“, die die touristischen Datenströme in Nordrhein-Westfalen steuert. Um das Projekt in den Regionen umsetzen zu können, wurde das Projekt Datenmanagement NRW ins Leben gerufen. Die Förderung ermöglichte die Finanzierung einer Datenmanagerin für die DMO-Gemeinschaft Sauerland und Siegen-Wittgenstein bis 2022. Diese Position wird von Almuth Hufnagel besetzt.

Bis 2022 sollen alle touristischen Regionen in Nordrhein-Westfalen an den Data Hub angeschlossen sein und den gleichen zentral gesteuerten Qualitätskriterien zum Datenmanagement folgen.

Ab 2022 können dann unterschiedlichste Akteure auf die Daten zugreifen und diese ausspielen, es können neue Anwendungen kreiert werden, und die Daten sind so aufbereitet, dass sie im Deutschlandtourismus zur Anwendung kommen können.

Ziel ist es, Gästen auf allen Informationskanälen unkompliziert Informationen zur Verfügung zu stellen, egal wann, wie und wo sie diese benötigen.

Durch seine offene Struktur ermöglicht es der touristische Data Hub NRW neuen, innovativen Dienstleistern, ihre Produkte direkt mit hochwertigen touristischen Daten zu befüllen. Wichtig hierfür ist es, die Daten möglichst offen zur Verfügung zu stellen und hier punktet Siegen-Wittgenstein mit einer langjährigen Datenstrategie im Bereich Open Data.



Daten im Data Hub NRW

Quelle: Tourismus NRW e. V., Stand: 08.03.2021

Von insgesamt 1.396 Sehenswürdigkeiten lieferte Siegen-Wittgenstein zum Start des Data Hub allein 541, von 94 Gastronomiebetrieben 41 und von 314 Touren kamen 160 aus Siegen-Wittgenstein. Ein toller Erfolg für die Gesamtregion und ihre touristischen Akteure. Und zugleich die Bestätigung, dass die strategische Ausrichtung stimmt.

Outdooractive

Schulungen

Auch 2021 fand im Juli eine Outdooractive-Grundlagenschulung statt, da es wieder einige personelle Veränderungen in den Kommunen gegeben hatte. Bedingt durch die COVID-19-Pandemie wurde die Veranstaltung online abgehalten. Weiterer Support für teilnehmende Städte und Gemeinden und deren Redakteure auf das System erfolgte im Alltag wie bisher direkt auf Nachfrage. Neuigkeiten und Systemupdates wurden regelmäßig über den B2B-Newsletter veröffentlicht. Dieser wird alle zwei Wochen an das touristische Netzwerk versandt (siehe Seite 8).

Anbindung TOMAS-System

Eine weitere große technische Fortentwicklung fand mit der Anbindung des TOMAS-Systems an Outdooractive statt. Die Schnittstelle wurde mit den einzelnen Partnern entwickelt und damit wurden bereits bestehende Inhalte aufeinander abgeglichen. Zusätzlich wurde das TPortal¹ auf die B2C-Website eingebunden. Nun sind die Gastgeberdatensätze in der Datenbank von Outdooractive und auf der Internetseite des TVSW optimal dargestellt.

Am 17. Juni 2021 ging das erste TPortal mit 244 Gastgebern auf tv.siegen-wittgenstein.info/ubernachten online.

Verbesserung des Datenbestandes im Themenbereich Gastronomie

Bereits 2020 war die Lage der regionalen Gastronomie pandemiebedingt kritisch.

Der Marketingausschuss hat daraufhin beschlossen, die Gastronomie in die Outdooractive-Datenbank Siegen-Wittgenstein unter Einbeziehung der Ortstouristiker zu integrieren.

Der Datenbestand konnte über mehrere Akquisen mithilfe der touristischen Ortstellen verbessert werden. Vor der Akquise waren 45 Einträge in der Datenbank. Zur Marketingausschusssitzung am 24. März 2021 waren 69 Betriebe in der Datenbank erfasst.

Da der Gastronomiebereich ähnlich komplex ist wie der Bereich der Gastgeber, bedürfte es auf regionaler oder lokaler Ebene personeller Kapazitäten, eines Kümmerers, der die gastronomischen Daten erhebt, die Gastronomen einbindet, kontrolliert und Daten aktuell hält, um hier einen verlässlichen Mehrwert für den Gast zu schaffen. Diese Kapazitäten sind nicht vorhanden, so dass derzeit nur durch die touristischen Ortsstellen ausgewählte Gastronomie in die Datenbank aufgenommen wurde. Sollte es andere nachhaltige Lösungswege geben, wird der TVSW das Thema erneut aufgreifen.

Website

Auf der Internetseite des TVSW wurde neben der neuen Darstellung der Gastgeber zusätzlich ein Gastgeberbereich geschaffen, der sowohl Neuigkeiten zum Projekt „Gastgeber im Fokus“ (siehe Kapitel Teilprojekt 1 „Gastgeber im Fokus“, Seite 32), als auch eine Wissensdatenbank und Informationen zu Schulungsmöglichkeiten bietet.

B2B-Newsletter Wissenspost startet



Um die touristischen Akteure mit gebündelter Information mit Mehrwerten zu versorgen, hat der TVSW den B2B-Newsletter „Wissenspost“ ins Leben gerufen. Er soll eine effiziente Arbeitshilfe für die Ortsstellen sein und mit übersichtlichen Kategorien als praktische Arbeitshilfe dienen. Die „Wissenspost“ geht jeden zweiten Donnerstag an alle TouristInfos bzw. touristischen Mitarbeiter in den Kommunen und weitere Interessierte, wie z. B. Mitarbeiter des Naturparks Sauerland-Rothaargebirge.

¹ TPortal= integriertes Gastgeberverzeichnis auf Website TVSW bzw. örtlicher Website

Blogger- und Influencer-Marketing

Für die zukünftige Arbeit mit Bloggern und Influencern wurde ein interner Leitfaden erstellt, der unter anderem auch als Hilfestellung für die Mitglieder und Partner dient.

Gleichzeitig wurde ein Media Kit für die Blogger und Influencer entwickelt. Es beinhaltet die Potenziale, Stärken und Schwächen der Region, und stellt die Kanäle und Arbeit des TVSW dar. Es soll dabei helfen, zu erkennen, ob die Werte der Blogger und Influencer mit denen des TVSW übereinstimmen und eine Zusammenarbeit sinnvoll ist.

Beide PDFs sind im Corporate Design des TVSW gestaltet worden, passende Illustrationen runden die Paper ab. Das Media Kit wurde auf der Website des TVSW veröffentlicht.

Media Kit



Interner Leitfaden



Im Jahr 2021 waren drei Blogger in Siegen-Wittgenstein unterwegs:



Im Juli war Bloggerfamilie Schmidt von „One Million Places“ drei Tage in der Region unterwegs. Sie besuchten die Orte Siegen, Freudenberg und Bad Berleburg.



weiterlesen



Ebenfalls im Juli waren Alisa und Marina von „bevandert“ drei Tage lang auf dem Rothaarsteig unterwegs. Zum Jubiläum „20 Jahre Rothaarsteig“ hat der Rothaarsteigverein einen Tag gemeinsam mit dem Sauerland Tourismus organisiert, einen weiteren in Dillenburg und den dritten mit dem TVSW. Von Lützel ging es über die Siequelle nach Feudingen.



weiterlesen



Kurz vor Weihnachten war Markus vom „Reiseblog für Wanderer – Schöne Aussicht“ in Burbach auf der Rothaarsteig-Spur Romantischer Hickengrund unterwegs.

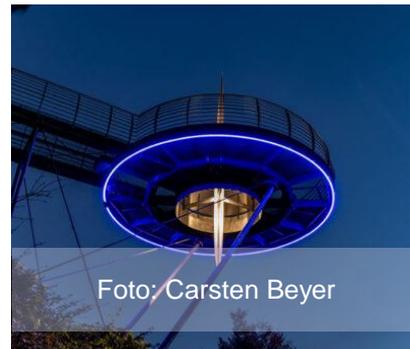


weiterlesen



Bildstil Kampagne

Im Dezember 2020 startete eine Bildstilkampagne auf Instagram und Facebook, die bis in den Januar 2021 andauerte. Gemeinsam mit der Südwestfalen Agentur und dem Sauerland Tourismus wurden Bildstil-Bilder auf den Social Media-Kanälen beworben und User dazu animiert, eigene Bilder mit dem Hashtag #bilderpoolswf zu teilen. Das gesetzte Ziel von 70 eingereichten Bildern wurde mit 1.800 deutlich übertroffen. Es gab drei Gewinnerbilder. Die Fotografen der Gewinnerbilder wurden mit Preisen aus der Region ausgezeichnet. Zusätzliche Highlightbilder wurden vom Arbeitsteam gemeinsam ausgewählt und auf Facebook und Instagram geteilt. Viele der eingereichten Bilder wurden in den Südwestfalen Bilderpool aufgenommen und können dort nun kostenfrei heruntergeladen werden.



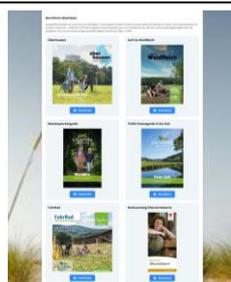
Im Zuge der Kampagne hat auch ein gemeinsam organisierter Workshop zum Bildstil stattgefunden, welcher hauptsächlich an die Kommunen gerichtet war. Der Workshop wurde mit 53 Teilnehmern sehr gut angenommen.

Weitere Online-Marketingmaßnahmen

Einige der Online-Marketingmaßnahmen sind an eine Printanzeige oder –advertorial geknüpft. (siehe Kapitel Anzeigen und Advertorials, Seite 17) Dabei wurde darauf geachtet, die Werbeträger so auszuwählen, dass es das Milieu der Adaptiv-Pragmatischen Mitte erreicht wird.

Zukünftig soll noch genauer auf die Zielgruppe eingegangen werden, sodass Bild, Text und der Werbeträger diese auch direkt ansprechen.

 <p>DZT (Deutsche Zentrale für Tourismus) Marktbearbeitung Belgien/Luxemburg Thema: #Wanderlust-Germany</p> <p>Bezahlte Facebook Werbung Ergebnis: Niederländisch 126.859 Impressionen 10.743 Interaktionen Französisch 122.066 Impressionen 7.039 Interaktionen</p>	 <p>Hamburger Abendblatt Advertorial Thema: Urlaubstipps (ein Monat)</p> <p>Ergebnis: 1.000.015 Impressionen 1.834 Klicks</p> <p>Bezahlter Facebook-Post (eine Woche) Ergebnis: 32.980 Impressionen 712 Interaktionen</p>
 <p>360 Grad-travel.club Bannerplatzierung (zwei Monate) Ergebnis: 932 Klicks</p> <p>Bezahlter Facebook-Post (eine Woche) Ergebnis: 5.815 Impressionen 419 Interaktionen</p>	 <p>Google Adwords Marketing mit einem Keyword (ein Jahr)</p> <p>Ergebnis: 5.218 Einblendungen auf der 1. Seite 851 Klicks</p>
 <p>Wandermagazin Rotierende Content-Box auf Startseite (ein Monat) Beitrag im Themen-Newsletter (Wald)</p>	 <p>Wandermagazin: Rotierender Content-Box auf Startseite (ein Monat) Beitrag im Themen-Newsletter</p>



TN Deutschland (TourismusNews-Deutschland)
 Katalogpräsentation (ein Jahr)

FOTOSHOOTINGS

Sachstand 2021

Es konnten in diesem Jahr acht Fotoshootings von der Wunschliste der Orte sowie dem TVSW abgearbeitet werden. Aufgrund der COVID-19-Pandemie sind einige Termine noch aus dem Jahr 2020 nachgeholt worden.

1. Fotoshooting

Fotos: Tanja Evers

Bad Laasphe: Aktivitäten im Winter

Ein Shooting mit Schnee stand schon lange aus. Eigentlich sollte dieses am Skihang in Bad Laasphe stattfinden. Da das Wetter in dieser Saison wieder nicht stabil genug war, lag der Fokus auf Nahaufnahmen und Emotionsbildern.



2. Fotoshooting

Fotos: Klaus-Peter Kappest

Freudenberg: Rundweg Wasserstaaten, Fachwerkblick

Auch dieses Fotoshooting war schon länger geplant. Das Wetter sollte eigentlich im Laufe des Tages aufreißen, was leider nicht der Fall war. Trotzdem sind auch hier einige schöne Nah- und Emotionsaufnahmen entstanden.



3. Fotoshooting

Fotos: Klaus-Peter Kappest

Freudenberg: Gambachswieher, Wohnmobilstellplatz Gambachswieher, Kulturfleckenweg

Beim zweiten Anlauf in Freudenberg war die Ausbeute dann umso größer. Dieses Mal konnte die Naturerholung rund um den Gambachswieher besser eingefangen werden. Zudem sind die ersten Bilder auf dem tollen Kulturfleckenweg entstanden.



4. Fotoshooting
Siegen: Oberstadt

Fotos: Tanja Evers

Die Fotografin Tanja Evers hat 2020 unsere Teamfotos erstellt und ist für weitere Portraitaufnahmen erneut nach Siegen gekommen. Sie hat anschließend noch einige Aufnahmen in der Innenstadt machen können.



5. und 6. Fotoshooting
Siegen: Historischer Rundweg Achenbach

Fotos: Michael Bahr

Dieser Wanderweg wurde noch mit alten Bildern beworben. Da sich an der Wegeführung, der Zielgruppe und des Landschaftsbildes einiges verändert hat, war es Zeit für ein Update. An zwei Nachmittagen ist eine Bildstrecke entstanden, die den Weg nun wieder angemessen darstellt.



7. Fotoshooting
Bad Laasphe: Lahn-Facette Entenberg

Fotos: Klaus-Peter Kappest

Dieser neue Wanderweg hat es mit seiner Zertifizierung direkt an die Spitze geschafft, nur fehlten die Bilder zur Vermarktung. Das Wetter hat auch dieses Mal nicht so mitgespielt, wie es vorher gesagt war. Daher gibt es erneut viele Nahaufnahmen oder Bilder auf Pfaden im urwüchsigen Wald.



8. Fotoshooting Freudenberg Nachtwächer(-führung)

Fotos: Klaus-Peter Kappest

Die besondere Stimmung zur Weihnachtszeit wird in jedem Jahr beworben und begeistert angenommen. Allerdings lagen immer wenig Bilder vor, sodass dieses Fotoshooting mit der tollen Stimmung im Alten Flecken ein erster Aufschlag dafür war.



Ausblick 2022

Im Bereich Content-Erstellung soll der Fokus auf die Bebilderung von Sehenswürdigkeiten und Orten sowie weitere Qualitätswanderwege gelegt werden. Hierbei wird sowohl auf die Wünsche der Kommunen eingegangen, aber gleichzeitig auch geschaut, welche Bilder dem TVSW zur Vermarktung der Spitzenprodukte fehlen.

- Kreuztal: Kindelsbergpfad
- Bad Berleburg: Via Adrina und Via Celtica
- Bad Laasphe: Ilsetalpfad
- Burbach: Trödelsteinpfad

Sobald die Baumaßnahmen an zwei Besuchermagneten abgeschlossen sind, werden dort ebenfalls Fotos erstellt:

- Freudenberg: Kurpark mit Gastronomie
- Hilchenbach: Ginsburg-Anlage mit Gastronomie

PRINT

Sachstand 2021

Knapp 20.000 Exemplare der deutschsprachigen Variante des Outdoor-Magazins „Auf ins WaldReich“ wurden verteilt oder verschickt. Weitere rund insgesamt 6.000 Exemplare der englischen und niederländischen Versionen des Magazins wurden ebenfalls verteilt oder verschickt.

Für die dritte Auflage des Magazins, die 2022 erscheinen wird, wurden die Inhalte an den Interessen, Vorgaben und Vorlieben der Zielgruppe des Sinus-Milieus der Adaptiv-Pragmatischen Mitte ausgerichtet. Sowohl die Texte, als auch die Bilder wurden entsprechend erstellt, bearbeitet oder aktualisiert.

Alle Printprodukte werden auch zum Download oder zur Bestellung per Post auf der Homepage des TVSW angeboten.

		
Inspirierende Storys und Fotos	15 Top-Touren in Siegen-Wittgenstein	Tipps für Tagesausflüge
Deutsche Ausgabe Auflage: 10.000 Nachdruck: 10.000	Deutsche Ausgabe Auflage: 10.000	Derzeit vergriffen
Niederländische und Englische Ausgabe Auflage: je 3.000	Niederländische und Englische Ausgabe Auflage: je 2.000	Soll künftig auch erstmals übersetzt werden

Printprodukte des TVSW

Magazin „Auf ins WaldReich“

Das Magazin „Auf ins WaldReich“ ist das Leitmedium des TVSW. Im Bereich Print kommt ihm eine besondere Bedeutung in der Außenwirkung der Region und für die Außenwerbung zu.

Das Magazin ist 2020 erstmals erschienen und wurde 2021 neu aufgelegt. Nach der Erstauflage in 2020 wurde das Heft überarbeitet, aktualisiert und mit neuen Geschichten erweitert. Der Bezug zwischen Print und Online über Verweise auf die Homepage und deren vielfältige und immer aktuelle Angebote wurde weiter vertieft. Hier wurde verstärkt mit Kurzlinks gearbeitet. Das Heft wurde auf 40 Seiten erweitert.

Die deutsche Version des Magazins wurde zur ITB im März 2021 mit einer Auflage von 10.000 Stück fertiggestellt.

Anschließend wurden die Texte für die niederländische und englische Version übersetzt und neu gelayoutet. Danach erfolgte der Druck von je 3.000 Exemplaren, um die ausländischen Quellmärkte ebenfalls anzusprechen. Ein besonderer Fokus liegt hier auf den Niederlanden und Belgien, da von dort viele unserer Gäste kommen.

Aufgrund der großen Nachfrage musste die deutsche Version bereits Ende des ersten Halbjahres nachgedruckt werden. Erneut wurden 10.000 Stück geordert. Bis Ende des Jahres war der Großteil des Nachdrucks ebenfalls verteilt, sodass das Magazin bis zum Erhalt der Neuauflage im März 2022 gerade ausreichen wird. Ziel ist es, die Auflage so zu gestalten, dass sie bedarfsgerecht ist und nichts weggeworfen werden muss, wenn eine neue Ausgabe des Magazins erscheint.

Im Herbst starteten die Arbeiten für Neuauflage von „Auf ins WaldReich“, das zur ITB 2022 vorgestellt werden sollte. Dabei wurde in dieser dritten Version des Magazins vor allem darauf geachtet, alles auf das Sinus-Milieu der Adaptiv-Pragmatischen Mitte auszurichten und deren Vorlieben und Werte zu beachten. Bereits bestehende Texte wurden bearbeitet und aktualisiert, neue Texte nach diesen Vorgaben erstellt. Auch bei der Bilderauswahl stand das Milieu im Fokus. Erneut wurden 40 Seiten für das Magazin vorbereitet.

Der Druck findet fristgerecht zur ITB 2022 statt.

Pocketguide Wandern

Die angestrebte Profilierung von Siegen-Wittgenstein als Wanderregion machte auch eine Überarbeitung des Pocketguide Wandern notwendig. Basierend auf der Entscheidung, sich im Marketing zukünftig auf eine Speerspitze von zwölf bis 15 zertifizierten (oder sich im Zertifizierungsprozess befindenden) Wegen zu konzentrieren, wurde die Auswahl der vorgestellten Wege angepasst. So entstand eine komplett überarbeitete Neuauflage des Pocketguides mit dem Titel „Wandern – 15 Top-Touren in Siegen-Wittgenstein“, die zum Caravan Salon / zur Tour Natur im September erschienen ist. Die Druckauflage lag bei 10.000 Exemplaren.

Die Basis und das bisherige Grundlayout sind geblieben, die Texte wurden allerdings überarbeitet und an die Vorgaben des Milieus der Adaptiv-Pragmatischen Mitte angepasst, ebenso das Cover. Aufgenommen wurden die acht zertifizierten Wege plus weitere vier, die sich in der Zertifizierung befinden, sowie die Fernwanderwege.

Natürlich wurde auch dieses Produkt in die niederländische und englische Sprache übersetzt und in einer Auflage von je 2.000 Exemplaren gedruckt.

In einem nächsten Schritt soll auch der für das neue „WanderReich“ Siegen-Wittgenstein vorgeschlagene Inszenierungsansatz, der Zweiklang zwischen „malerisch“ und „urwüchsig“, Berücksichtigung in der Konzeption finden.

Broschüre Freie Zeit

Die Broschüre Freie Zeit ist seit Herbst 2021 vergriffen, bedarf aber einer inhaltlichen Neukonzeption. Nötig sind sowohl inhaltliche Anpassungen als auch Anpassungen im Layout. Einige der dargestellten POI passen nicht mehr zur neuen Zielgruppe der Adaptiv-Pragmatischen Mitte oder sind nicht mehr verfügbar. Auch die Gliederung muss neu durchdacht bzw. aktualisiert werden. Die ersten Vorarbeiten dazu wurden 2021 durchgeführt. Einige Punkte wurden in Abstimmung mit den Orten bereits gestrichen oder neue hinzugefügt.

Im ersten Halbjahr 2022 sollen die Darstellung und das neue Konzept fertig erarbeitet werden. Das Produkt ist sehr beliebt, da es sich sowohl an Tagesausflügler als auch an Hotelgäste richtet. Daher soll es kurzfristig für Mitte 2022 neu aufgelegt werden. Die Herausforderung dabei ist, ein inhaltlich schlüssiges Konzept zu erarbeiten, dass die aktuelle Situation berücksichtigt und die kommende Situation einschätzt.

Anschließend sind ebenfalls Übersetzungen in die niederländische und englische Sprache geplant.

Anzeigen und Advertorials

Sachstand 2021

Auch der Bereich der Print-Werbung sollte auf das Milieu der Adaptiv-Pragmatischen Mitte ausgerichtet werden. Wichtig war es, Anzeigen und Advertorials auf die Wünsche, Bedarfe und Vorstellungen dieser Zielgruppe auszurichten. Daher wurde sorgfältig geprüft, was der Zielgruppe besonders wichtig ist, und welche Printmagazine sie bevorzugt lesen. Auch die Auswahl der Infos, die Texte und Bilder für die Anzeigen und Advertorials wurden an diesen Vorgaben ausgerichtet. Das soll auch künftig beibehalten werden bzw. immer wieder überprüft und an den sich vielleicht verändernden Wünschen der Zielgruppe Adaptiv-Pragmatische Mitte ausgerichtet werden.



Magazin:
MünsterLand Magazin



Magazin:
Das Erbe unserer Welt / National Geographic



Magazin:
Kreuz und Quer 02/2021

Ausblick 2022

Für 2022 wurde der Budgetansatz für den Bereich Print-Marketing deutlich reduziert, weil der Fokus noch weiter vom Offline- hin zum Online-Marketing verschoben werden soll. Die zu erwartenden Neuausrichtungen im Bereich Messen und die weiterhin andauernde Pandemie machen dieses Umdenken zusätzlich wichtiger.

Die Anzeigen und Advertorials sollen auch weiterhin nach den Vorgaben und Richtlinien in Bezug auf die Adaptiv-Pragmatische Mitte geschaltet werden.

MESSEN UND VERANSTALTUNGEN

Sachstand 2021

Bedingt durch die COVID-19-Pandemie fanden in der ersten Jahreshälfte 2021 kaum Messen statt. So wurde die ITB in Berlin im März nur digital durchgeführt. Einige Messen später im Jahr fanden in Präsenz statt, darunter die TourNatur in Düsseldorf im September.

Mehrere Messeauslagen waren gebucht und wurden aufgrund der Absage der jeweiligen Messen storniert.

An der digitalen ITB war der TVSW beteiligt. Der organisatorische Aufwand war sehr hoch. Die Technik war nicht ausgereift und sehr arbeitsintensiv. Die Messe selbst war ebenfalls nicht sehr erfolgreich, da die digitale Version der ITB bei den Besuchern nicht ankam. Nur wenige Besucher waren überhaupt online unterwegs und kaum jemand besuchte den digitalen Stand des TVSW.

Die Messe TourNatur fand planmäßig im September statt. Gemeinsam mit dem Sauerland Tourismus war der TVSW zehn Tage auf der Messe präsent – im Rahmen einer Beteiligung am Stand von Tourismus NRW. Je fünf Tage waren Kollegen vom TVSW bzw. dem Sauerland Tourismus vor Ort am Stand von NRW. An allen zehn Tagen wurden jeweils alle drei Printprodukte des TVSW, auch in den beiden Übersetzungen angeboten. Rund 250 Exemplare des Magazins „Auf ins WaldReich“ in deutscher Sprache, rund 100 in Englisch und Niederländisch, rund 300 Stück des Heftes „Freie Zeit“ und ebenfalls rund 300 Stück des Pocketguides Wandern wurden an die Besucher verteilt.

Ausblick 2022

2022 sollte die ITB besucht werden, leider kam aber schon sehr früh die Absage.

Die Planungen für die TourNatur laufen weiter. Es ist erneut eine Beteiligung über das Land NRW und in Kooperation mit Tourismus NRW e. V. geplant. Hierzu gibt es noch keine konkreten Infos.

Darüber hinaus sind auch wieder einige Messeauslagen geplant – je nach Möglichkeiten im Hinblick auf die COVID-19-Pandemie.

QUALITÄTSENTWICKLUNG

Die Querschnittsaufgabe Qualitätsentwicklung wurde ab dem Jahr 2021 beim Touristikverband Siegerland-Wittgenstein e. V. in den Fokus gerückt und der Prozess von Servicequalität angestoßen.

Dabei lag das Augenmerk nicht nur auf den klassischen Qualitätsstandards im Bereich der Klassifizierung von Gastgeberunterkünften, sondern auch auf der internen Qualitätsentwicklung beim TVSW.

Die Kernaufgabe des TVSW besteht darin, den Qualitätsprozess zu steuern. Das Ziel ist es, ein Bewusstsein für das Thema Qualität zu schaffen und Qualitätsstandards für die Region zu entwickeln.

ServiceQualität Deutschland

Sachstand 2021

ServiceQualität Deutschland (SQD) gibt es seit dem Jahr 2001 und dient der Unterstützung bei der Verbesserung der Servicequalität. Dabei wird kleinen und mittelständischen Unternehmen im Tourismus ein praxisnahes Qualitätsmanagementsystem angeboten, welches in den Betriebsalltag integriert wird. Einher mit der Nutzung des Managementsystems geht die Zertifizierung als SQD-Betrieb. Die Gültigkeitsdauer der Zertifizierung beträgt drei Jahre.

Mithilfe von Qualitätstechniken soll der innerbetriebliche Ablauf des TVSW optimiert werden und eine Basis geschaffen werden für Handlungsmaßnahmen.

Ziel ist es, die Servicequalität beim TVSW zu fördern und durch ein leicht verständliches Qualitätsmanagementsystem die Betriebsabläufe zu optimieren und die Mitarbeiterzufriedenheit zu steigern.

Im Rahmen von ServiceQualität Deutschland hat der TVSW sich für die folgenden drei Qualitätstechniken zur Qualitätsentwicklung entschieden:

- Stärken-Schwächen-Analyse
- Kundenkommunikation
- Servicekette

Stärken-Schwächen-Analyse

Bei der Stärken-Schwächen-Analyse werden sowohl die Stärken als auch Schwächen des TVSW eruiert, indem durch gezielte Fragen der TVSW überprüft und somit neue Ansätze zur Verbesserung der Servicequalität gefunden werden. Aspekte, die bei der Bewertung Berücksichtigung finden, stellen einen umfassenden Überblick über alle qualitätsrelevanten Themenbereiche dar. Besonders durch die Einbindung aller Mitarbeiter bei dieser Qualitätstechnik verspricht diese einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess im Betrieb. Die Mitarbeiter können sich aktiv in die Findung des Status Quo einbringen und da die zu prüfenden Aspekte alle Bereiche des TVSW umfassen, werden im Umsetzungsprozess auch alle Mitarbeiter eingebunden werden. Dieses Qualitätswerkzeug konzentriert sich auf die Verbesserung der Prozesse innerhalb des Betriebes.

Kundenkommunikation

Bei der Kundenkommunikation wird das aktuelle Vorgehen in Bezug auf Online- und Offline-Kommunikation mit den Kunden geprüft. Mithilfe des Qualitätswerkzeuges soll der TVSW

eine Verbesserung in der einfachen, zielgerichteten, auf die Kundenbedürfnisse ausgerichteten Kommunikation erlangen können.

Servicekette

Die Servicekette dient der Analyse und Verbesserung von Arbeitsabläufen. Der TVSW wird die Servicekette dahingehend einsetzen, dass die Kommunikation zwischen dem TVSW und den Ortsstellen verbessert wird. Dabei werden Berührungspunkte in der Kommunikation und dem Wissensaustausch identifiziert, die Qualität dieser bewertet und darauf basierend Maßnahmen zur Verbesserung abgeleitet.

Ausgehend von dieser Analyse des TVSW mittels der Qualitätstechniken hat das Team drei Maßnahmen definiert, die umgesetzt werden:

- Corporate Design:
- Corporate Wording
- Leitbild

Corporate Design

CD-Manual: Prüfen der Schriftart und des Farbschemas der PowerPoint Vorlage; Word-Vorlagen (Anschreiben, Rechnung); E-Mailschriftart; Website Schriftart; Festlegung Standards für Printmedien (Schriftart, Logo, Farben, Papier, usw.)

Signaturen: Sammlung der Signaturen und Abstimmung, was aufgenommen werden soll (Funktion)? Vereinheitlichung aller Signaturen.

Instagram und Facebook: Bei Storys immer einheitliche Schriftart

Corporate Wording

Handbuch für Corporate Wording erstellen:

- Sprachgebrauch für Zielgruppe definieren
- Bildhafte Sprache – wie beschreibe ich Dinge (auf Zielgruppe angepasst)
- Keywords definieren
- SEO beachten

Leitbild

Erstellung eines internen Leitbildes:

Die Qualitätsentwicklung mittels ServiceQualität Deutschland ist im März 2021 gestartet.

Die Erarbeitung der Maßnahmen und die Auswahl der umzusetzenden Maßnahmen erfolgten bis Ende Oktober 2021.

Die Umsetzung der Maßnahmen ist Ende Oktober 2021 gestartet und wird bis Oktober 2022 abgeschlossen sein.

Ausblick 2022

Anschließend geht es in die nächste Stufe von SQD und weitere Maßnahmen werden definiert, die dann zwischen Oktober 2022 und Oktober 2023 umgesetzt werden. Die dritte Stufe beginnt im Oktober 2023 und läuft bis Oktober 2024.

Klassifizierungen und Zertifizierungen von Beherbergungsbetrieben

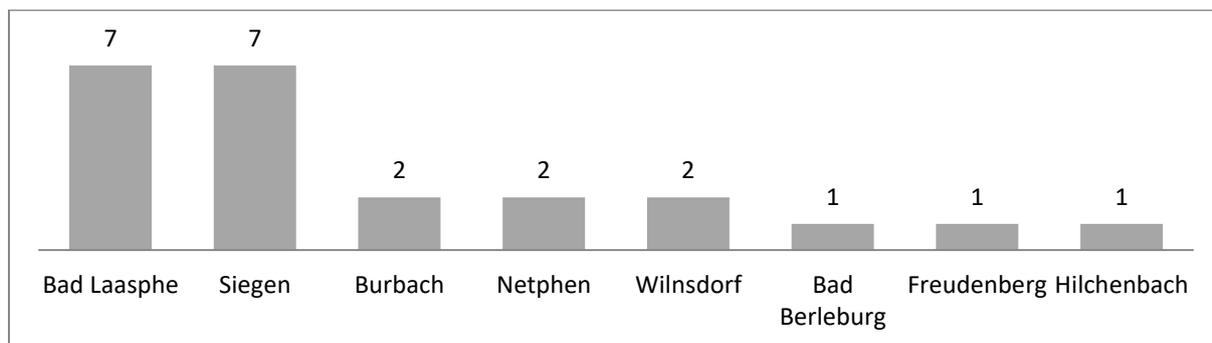
Klassifizierung und Zertifizierungen tragen dazu bei, Qualitätsstandards umzusetzen. Klassifizierung und Zertifizierung von Unterkunftsbetrieben sind ein wichtiges Instrument, um auch in unserer Region Qualitätsstandards zu etablieren.

Zwischen dem 27. April 2021 und dem 4. Mai 2021 führte der TVSW drei Gastgeber-Cafés durch. Durch die Digitalisierungsumfrage (siehe dazu Kapitel Teilprojekt 1 „Gastgeber im Fokus“, Seite 32) ist deutlich geworden, dass es großen Informationsbedarf seitens der Gastgeber zum Thema Klassifizierung und Zertifizierungen gab. Aus diesem Grund wurden unverbindliche und kostenfreie virtuelle Infoveranstaltungen für die Gastgeber angeboten. Im Durchschnitt haben jeweils sechs Gastgeber an den Gastgeber-Cafés teilgenommen.

Sachstand 2021

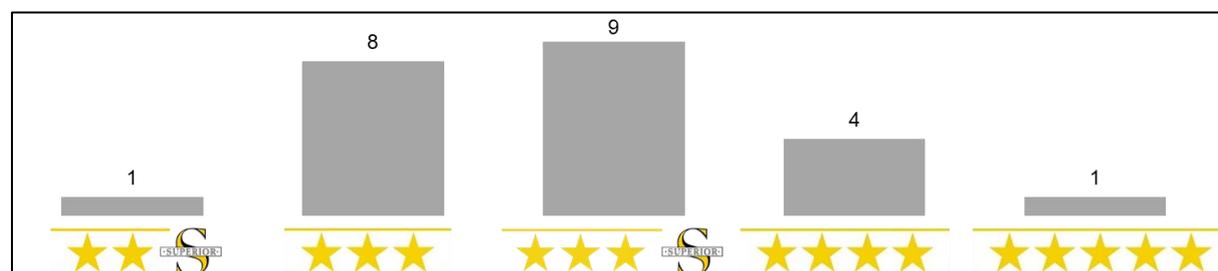
DeHoGa-Hotel-Klassifizierung

Im Laufe des Jahres 2021 waren in Siegen-Wittgenstein 23 Hotels nach den Qualitätskriterien des DeHoGa klassifiziert. Über die Hälfte der Hotels befinden sich in Bad Laasphe und Siegen.



Anzahl DeHoGa-klassifizierter Hotels je Kommune

Der überwiegende Anteil der Hotels in Siegen-Wittgenstein ist mit drei Sternen oder drei Sternen Superior klassifiziert. Darüber hinaus gibt es ein Hotel, welches mit zwei Sternen Superior klassifiziert ist, sowie vier Hotels, die mit vier Sternen bewertet sind, und ein Hotel, das mit fünf Sternen klassifiziert ist.



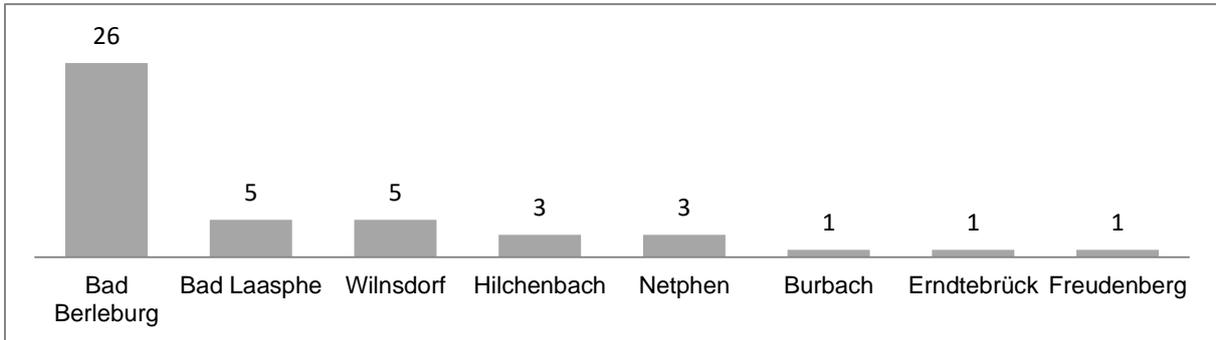
Sterne-Verteilung bei DeHoGa klassifizierten Hotels

DeHoGa-G-Klassifizierung

Es gibt in Siegen-Wittgenstein drei Betriebe in Netphen, die mit 3 Sternen der G-Klassifizierung ausgezeichnet sind.

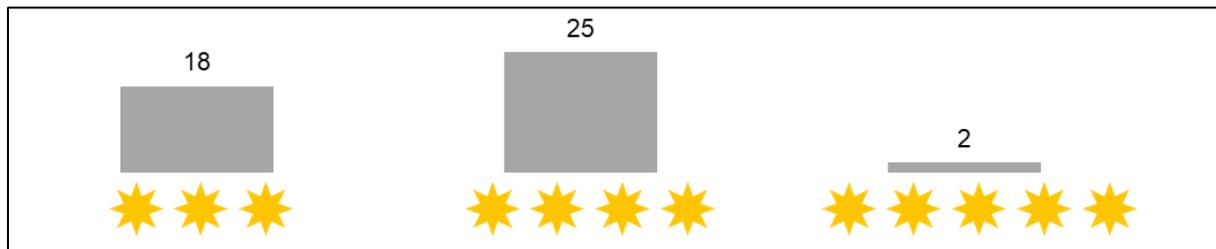
DTV-Klassifizierung

Im Laufe des Jahres 2021 waren in Siegen-Wittgenstein 34 Gastgeber mit 45 Objekten klassifiziert. Davon wurden elf Objekte im Jahr 2021 klassifiziert. Zwei der Gastgeber sind ganz neu im Jahr 2021 hinzugekommen, von der sich einer nach der Teilnahme am Gastgeber-Café klassifizieren ließ.



Anzahl DTV-klassifizierter Objekte je Kommune

Auffällig bei der Verteilung der DTV-klassifizierten Objekte im Kreisgebiet ist die hohe Anzahl an Objekten in Bad Berleburg. Mit 26 DTV-klassifizierten Objekten liegt Bad Berleburg an der Spitze, gefolgt von Bad Laasphe und Wilnsdorf mit jeweils fünf Objekten. Hilchenbach und Netphen verzeichnen jeweils drei Objekte und Burbach, Erndtebrück und Freudenberg jeweils ein Objekt. In Kreuztal, Neunkirchen und Siegen sind keine Unterkünfte klassifiziert.

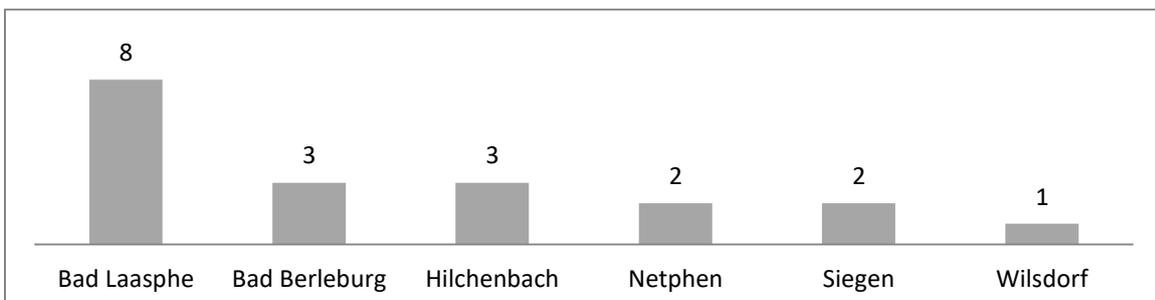


Sterne-Verteilung bei DTV-klassifizierten Unterkünften

Der überwiegende Anteil an DTV-klassifizierten Objekten ist mit vier Sternen klassifiziert. Insgesamt fielen 2021 25 Unterkünfte in die Kategorie vier Sterne, 18 Unterkünfte waren mit drei Sternen und zwei mit fünf Sternen klassifiziert.

„Bett+Bike“

Im Laufe des Jahres 2021 waren 19 Gastgeber mit dem Qualitätssiegel „Bett+Bike“ und ein Betrieb zusätzlich auch mit dem Qualitätssiegel „Bett+Bike Sport“ zertifiziert.

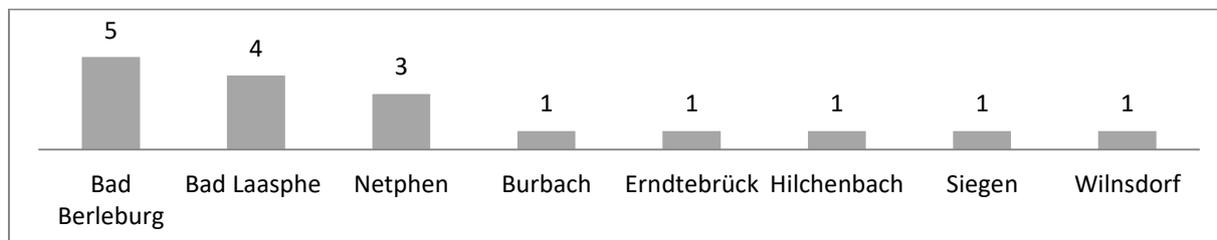


Anzahl zertifizierter Objekte „Bett+Bike“ je Kommune

„Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“

Im Laufe des Jahres 2021 waren 17 Gastgeber mit dem Qualitätssiegel „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ zertifiziert. Drei der Gastgeber sind ganz neu im Jahr 2021 hinzugekommen und zwei von ihnen meldeten sich, nachdem sie am Gastgeber-Café teilgenommen hatten.

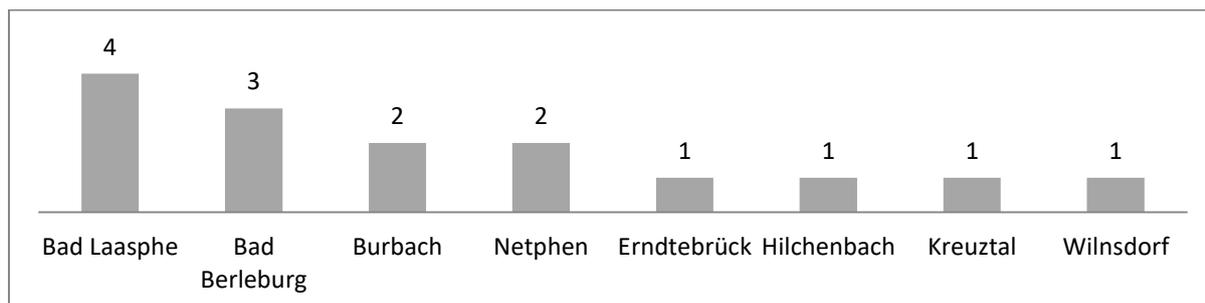
Die meisten zertifizierten Objekte weist Bad Berleburg mit fünf Objekten auf. Bad Laasphe verzeichnet vier und Netphen drei Objekte, die das Qualitätssiegel „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ tragen. In Burbach, Erndtebrück, Hilchenbach, Siegen und Wilnsdorf liegt jeweils nur eine zertifizierte Unterkunft.



Anzahl zertifizierter Objekte „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ je Kommune

„Qualitätsgastgeber Rothaarsteig“

Im Laufe des Jahres 2021 waren 15 Gastgeber mit dem Qualitätssiegel „Qualitätsgastgeber Rothaarsteig“ zertifiziert. Drei der Gastgeber sind ganz neu im Jahr 2021 hinzugekommen und zwei von ihnen meldeten sich, nachdem sie am Gastgeber-Café teilgenommen hatten.



Anzahl zertifizierter Objekte „Qualitätsgastgeber Rothaarsteig“ je Kommune

Ausblick 2022

Qualitätssiegel sind ein objektives Siegel für geprüfte Qualität. Im Rahmen der Qualitätsentwicklung des TVSW wird der Fokus auch im Jahr 2022 auf den Ausbau qualitätsgeprüfter Unterkünfte gelegt.

Im Rahmen der Erstellung des „Leitfaden zur strukturierten Digitalisierung von touristischen KMU im ländlichen Raum“ im EFRE-Förderprojekt „Gastgeber im Fokus“ (siehe dazu Kapitel Teilprojekt 1 „Gastgeber im Fokus“) werden Qualitätsstandards für die Einträge in der Gastgeber im TPortal festgelegt. Jeder Gastgeber wird im kommenden Jahr den Leitfaden erhalten und somit eine direkte Umsetzungshilfe zur Qualitätssteigerung seines Eintrages.

EIGENE MAßNAHMEN UND PROJEKTE

Onlinebuchbarkeit der Gastgeber in Siegen-Wittgenstein

Sachstand 2021

Mit der Inbetriebnahme des TPortals im Juni 2021 (siehe Kapitel FÖRDERPROJEKTE - Teilprojekt 1 „Gastgeber im Fokus“) wurden alle Gastgeber in Siegen-Wittgenstein sichtbar gemacht. Losgelöst vom Projekt fiel damit im nächsten Schritt auch der Startschuss für die Onlinebuchbarkeit über die Homepage des TVSW. Der TVSW bietet Gastgebern mit dem Buchungssystem TOMAS einen leistungsstarken und marktgerechten Vertriebsweg. Als Buchungssystem wird bewusst keine Eigenentwicklung oder lokale Lösung genutzt, sondern auf TOMAS aufgebaut, ein System, das in Nordrhein-Westfalen z. B. auch im Ruhrgebiet, Münsterland und Sauerland in Betrieb ist.

Durch das System TOMAS erhalten die Gastgeber die bestmögliche Präsentation ihrer Unterkunft auf dem Online-Reisemarkt. Neben der Darstellung auf der örtlichen Homepage und der des TVSW werden die Gastgeber auch an das angebundene Vertriebsnetzwerk übermittelt, das aus den wichtigsten Online-Buchungsportalen besteht.

Im Mai 2021 wurden alle Gastgeber in der Region Siegen-Wittgenstein über diese Möglichkeit informiert. Dazu wurde mittels eines informierenden Flyers jeder Gastgeber persönlich zu einer Informationsveranstaltung via Zoom eingeladen. Die erste Infoveranstaltung fand am 25. Mai statt und es nahmen vier Gastgeber teil. Sowohl durch die Informationsveranstaltung, als auch durch die Informationsversorgung mittels Flyer und Gesprächen bei Klassifizierungs- und Zertifizierungsbesuchen seitens des TVSW, konnten bis Anfang September bereits fünf Gastgeber für die Onlinebuchbarkeit begeistert werden. Es folgten weitere virtuelle Informationsveranstaltungen am 2. September mit zehn teilnehmenden Gastgebern sowie am 14. Dezember mit zwölf Gastgebern. Bis Ende Dezember entschieden sich neun weitere Gastgeber für die Onlinebuchbarkeit, sodass sich bis zum Jahresende 14 buchbare Gastgeber im TPortal befanden.

Insgesamt verzeichneten die 14 buchbaren Unterkünfte im Jahr 2021 zwischen Anfang Juni und Ende Dezember 110 Buchungen!

Ausblick 2022

Eine Onlinepräsenz am Reisemarkt ist mittlerweile unumgänglich. Über 300 Gastgeber in Siegen-Wittgenstein haben die Notwendigkeit erkannt und sind im TPortal gelistet. Im kommenden Jahr wird es wichtig sein, die Onlinebuchbarkeit weiter voran zu bringen. Mithilfe von weiteren virtuellen Informationsveranstaltungen sowie Vor-Ort-Gesprächen wird angestrebt, weitere Gastgeber von der Onlinebuchbarkeit zu überzeugen, damit sie im Wettbewerb standhalten können.

Umsetzung als Referat Landrat, Touristische Infrastrukturvorhaben

Siegen-Wittgenstein: Profilierung als Wanderregion

Sachstand 2021

Um die Region Siegen-Wittgenstein auf dem Wandermarkt neu zu platzieren und die vorhandenen wandertouristischen Potentiale zu heben, wird eine sog. „Profilierung von Siegen-Wittgenstein als Wanderregion“ angestrebt.

Nach vierjähriger sukzessiver Arbeit, die u. a. eine Bestandserfassung und Kategorisierung des hiesigen Wanderwegenetzes ebenso beinhaltete, wie die Festlegung auf einen neuen Inszenierungsansatz (Zweiklang zwischen „malerisch“ und „urwüchsig“), tragen inzwischen zwölf Rundwanderwege in der Region ein Siegel einer der beiden Zertifizierungsorganisationen. Auf diese Speerspitze an „Kategorie-1-Wegen“ werden zukünftig die wandertouristischen Marketingaktivitäten des TVSW konzentriert.

Neuzertifizierung von Rundwanderwegen > Kategorie 1:



Foto: Stadt Hilchenbach

Jung-Stilling-Rundweg“
(Hilchenbach)
Kurzer Qualitätsweg Wanderbares Deutschland – traumtour



Foto: Petra Markus

Lahn-Facette "Entenberg"
(Bad Laasphe)
Kurzer Qualitätsweg Wanderbares Deutschland – traumtour

Ausblick 2022

Neuzertifizierungen in Vorbereitung:



Foto: Sophie Manche

Zinser Grenzpfad
(Erndtebrück)



Foto: Klaus-Peter Kappest

Kindelsbergpfad
(Kreuztal)

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“
- Sukzessive Vereinheitlichung der Wanderinfrastruktur entlang der „Kategorie-1-Wege“ (Informationstafeln, Wegweisung)
- Markteintritt: ab Frühjahr 2022

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

Sachstand 2021

Die Einleitung des vorbereiteten Benehmensverfahrens musste im Herbst 2020 nach Rücksprache mit dem Projektbüro des Rhein-Sieg-Kreises aufgrund der Borkenkäferkalamität gestoppt werden. Die Waldarbeiten hatten sich zumindest abschnittsweise negativ auf die Wegebeschaffenheit ausgewirkt. Bereits die erste kontaktierte Waldgenossenschaft (Eisern) hatte daraufhin um eine Vertagung der Gespräche ins Frühjahr 2021 sowie eine erneute, wenn auch kleinräumige Verlegung der Route gebeten.

Die lange Zeit ungünstige Witterung in den späten Winter- bzw. auch frühen Frühlingswochen machte es erst Anfang Mai 2021 möglich, die erneut notwendig gewordene Vorabzertifizierung der Route in Angriff zu nehmen.

Wie im Vorjahr wurde ein Bestandserfasser durch die SGV-Marketing GmbH beauftragt, die Route in Augenschein zu nehmen, die Ergebnisse lagen erst Mitte September 2021 vor.

Es zeigt sich, dass im Gegensatz zum Vorjahr alle 4-Km-Abschnitte die notwendigen elf Punkte aus den Wahlkriterien erreichen. Das ist v. a. auf die in den Abschnitten 1, 2 und 3 der 15. Etappe aufgrund der Rodungsarbeiten neu entstandenen „Eindrucksvollen Aussichten“ (Wahlkriterium 16) zurückzuführen.

In Bezug auf die „Naturnahen Wege“ (Wahlkriterium 1) haben die Waldarbeiten nur auf dem 2. und 3. Abschnitt (Etappe 15) zu (allerdings deutlichen) Einbußen geführt (ein Minus von 2.100 Metern), so dass das Wegeformat dementsprechend gelitten hat. „Schlecht begehbare Wege“ (Wahlkriterium 3) sind jedoch immerhin nicht entstanden!

Im Vergleich zur letztjährigen Erfassung zeigt sich, dass das Kernkriterium (9) „Intensiv genutztes Umfeld“ für den Natursteig im Siegerland weiterhin ein Problem darstellt, auch wenn die Bewertung dieses Aspektes vom Tag der Begehung sowie der Tageszeit beeinflusst wird und somit gewiss subjektiv ist.

Allerdings können diese Erkenntnisse dahingehend relativiert werden, dass

- a) die 15. Etappe künftig am Bahnhof Mudersbach starten soll und sich der Anteil des „intensiv genutzten Umfeldes“ dadurch hoffentlich reduzieren wird,
- b) sich aus dem gleichen Grund die Einteilung in 4-km-Abschnitte sehr wahrscheinlich noch mal verändern wird und
- c) dieser Wert natürlich für die Gesamtlänge des Natursteiges über alle Etappen hinweg ermittelt werden muss.

Ausblick 2022

Der nächste Arbeitsschritt wird nun also endlich sein, sich mit den Eigentümern ins Benehmen zu setzen. Zunächst in persönlichen Gesprächen, dann über das offizielle Verfahren des SGV. Das Benehmensverfahren gliedert sich in zwei aufeinander aufbauende Phasen:

- 1) Vorab-Ansprache von besonders betroffenen Eigentümer, auf deren Flächen der Natursteig auf noch nicht markierten Wanderwegen verlaufen soll (acht Haubergs- bzw. Waldgenossenschaften, drei Kommunen, Landesbetrieb Wald und Holz NRW). Zur Durchführung wurden von Seiten des Amtes für Liegenschaftskataster und Geoinformation des Kreises Siegen-Wittgenstein Zugänge zum „Geodatenportal“ erstellt.

Damit erhalten die betroffenen Eigentümer die Möglichkeit, flurgenaue Einblicke in die Planungen nehmen zu können.

- 2) Offizielles Verfahren über die SGV-Marketing GmbH (Dauer: sechs 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. Erstmarkierungs-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)

Trekkingplätze entlang des Rothaarsteigs

Sachstand 2021

Anfang des Jahres 2021 wurde an die Touristiker der Kommunen sowie den Rothaarsteigverein herangetreten und um die Benennung von potenziell geeigneten Standorten zur Einrichtung von Trekkingplätzen gebeten. Bei dieser Suche wurden alle Kommunen im Kreisgebiet angeschrieben, nicht nur die Rothaarsteig-Anrainer, da es durchaus auch entlang anderer Routen attraktiv sein könnte, diese autarken Übernachtungsmöglichkeiten zu schaffen.

Insgesamt wurden bis Mitte März 2021 rund 40 potenzielle Standorte gemeldet, die nun sukzessive in Abstimmung mit den Kommunen auf Umsetzbarkeit überprüft werden:

Bad Berleburg:	sechs potenzielle Standorte gemeldet
Bad Laasphe:	zwei potenzielle Standorte gemeldet
Burbach:	drei potenzielle Standorte gemeldet
Erndtebrück:	sechs potenzielle Standorte gemeldet
Freudenberg:	noch keinen potenziellen Standort gemeldet
Hilchenbach:	sechs potenzielle Standorte gemeldet
Kreuztal:	keinen potenziellen Standort gemeldet, Umsetzung im Stadtgebiet schwierig
Netphen:	noch keinen potenziellen Standort gemeldet
Neunkirchen:	zwei potenzielle Standorte gemeldet
Siegen:	zwei potenzielle Standorte gemeldet
Wilnsdorf:	einen potenziellen Standort gemeldet
Rothaarsteigverein:	zwölf potenzielle Standorte gemeldet

Diese Überprüfung wurde allerdings, wie auch die Fortführung des Natursteig Sieg, durch die Auswirkungen der Borkenkäferkalamität ausgebremst. Da für die Realisierung des Vorhabens auch die Bereitschaft privater Eigentümer notwendig ist, werden finanzielle Aspekte wie mögliche Transferzahlungen, Umsatzbeteiligungen bzw. Pachtzahlungen in die Überlegungen einbezogen bzw. müssen frühzeitig geklärt werden.

Mit dem Naturpark Sauerland-Rothaargebirge findet ein regelmäßiger Austausch vor allem in Bezug auf die Anschaffung eines praktikablen Buchungssystems und die Herstellung eines Förderzugangs statt.

Diesbezüglich wurde nach Absprache von Seiten des Naturparks ein Schreiben an die Bezirksregierung, Dezernat 33 - Ländliche Räume, gerichtet. Grundsätzlich wird eine Förderung über die ELER-Kulisse auch in den kommenden Jahren für möglich erachtet, allerdings sind die zur Verfügung stehenden Mittel begrenzt, so dass dieser Förderzugang nicht garantiert werden kann.

Ausblick 2022:

Überprüfung der gemeldeten Standorte, was u. a. Begehungen vor Ort und den Einbezug der zuständigen Fachbehörden notwendig macht.

In der Mittelanmeldung für das Jahr 2022 wurde die Einrichtung von zehn Standorten in Höhe der kalkulierten Gesamtkosten berücksichtigt.

Rad-Aktionstag „Siegtal pur – Autofreies Siegtal“

Sachstand 2021

Der Rad-Aktionstag wurde wie im Vorjahr auch 2021 aufgrund der COVID-19-Pandemie abgesagt.

Ausblick 2022:

Die Planungen für das Jahr 2022 sind angelaufen und berücksichtigen die veränderten Rahmenbedingungen, u.a. bzgl. der COVID-19-Pandemie. Die Veranstaltungsstrecke wird in diesem Jahr verkürzt und hat ausschließlich im Siegener Stadtgebiet eine Länge von knapp zehn Kilometern.

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 Content Hub 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 Content-Qualität, Sensibilisierung Open Data, Qualifizierung Digitalisierung.

3. Digitale Anwendungsfälle und Content-Distribution

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

4. Big Data

Ziel: Nutzerdaten erheben, mit Content-Analysen 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“

Mit diesem EFRE-Förderprojekt 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 Data Hub NRW gewährleistet ist. Dafür ist eine Projektlaufzeit von Herbst 2019 bis Sommer 2022 vorgesehen.

Ziel des Projektes ist die pilothafte Durchführung und Dokumentation eines Digitalisierungsprozesses von Klein- und Mittelständischen Unternehmen (KMU) im touristischen Kontext, stets unter dem Aspekt von Open Data. Dieses Ziel und die damit verbundenen Maßnahmen werden modellhaft in der Region Siegen-Wittgenstein umgesetzt.

1. Touristische Ortsstellen sollen befähigt werden, effektive „Entwicklungshilfe“ für ihre Gastgeber zu leisten und an deren zukunftsfähigen Leistungen mitzuwirken.
2. Gastgeber sollen dauerhaft dazu animiert werden, ihr Angebot online verfügbar zu machen.
3. Zudem soll die Integration der benötigten Software ermöglicht werden und der Transfer des notwendigen Know-how an touristische Ortsstellen, die Gastgeber und weitere involvierte Partner sichergestellt werden.

Die Unterstützung der Gastgeber bei der Digitalisierung ihrer Daten erfolgt durch einen Dienstleister, die OBS OnlineBuchungService GmbH, der diese Daten professionell und einmalig in einem bereits bestehenden System erfasst, das die Voraussetzung der Anbindung an den Data Hub NRW erfüllt.

Zudem entsteht mit diesem Förderprojekt 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 Content-Strategie, 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.

Sachstand 2021

Digitalisierungsumfrage

Vom 25. Januar bis 15. März 2021 wurden die Gastgeber in Siegen-Wittgenstein zu ihrem Digitalisierungsstand befragt. Auf Basis der Ergebnisse wurden Maßnahmen zur Verbesserung des digitalen Standards abgeleitet und ein auf die Gastgeber im Kreisgebiet abgestimmtes Angebot an Webinaren entwickelt.

Insgesamt haben 140 Gastgeber an der Umfrage teilgenommen. Im Ganzen wurden von den Kommunen gut 400 Gastgeber angeschrieben, was eine Rücklaufquote von 34 % ergibt.

Hier die Auswertung der
Umfrage im Detail ansehen



Stammdatenerfassung

Zu Beginn des Jahres wurde gemeinsam von TVSW und OBS ein Stammdatenbogen entwickelt, der dazu dient, die Gastgeber in die neue Gastgeberdatenbank einzupflegen. Der Bogen fragt Aspekte wie Unterkunftsname und -adresse, Klassifizierung und / oder Zertifizierung, Ausstattungsmerkmale und Unterkunftsbeschreibung ab. Mithilfe der Stammdatenbögen sollen die Gastgeber in Siegen-Wittgenstein einheitlich erfasst werden, um sie in die Gastgeberdatenbank zu überführen.

Die Stammdatenerfassung startete am 22. Februar 2021. Bis Juli 2021 wurden die Stammdatenbögen durch die OBS in die Gastgeberdatenbank eingepflegt. Bereits im Mai wurden die örtlichen Tourismusstellen mittels Schulung dazu befähigt, die Gastgeberdaten eigenständig im TOMASPlus zu erfassen, sodass seit August die örtlichen Tourismusstellen dafür zuständig sind, die Gastgeber im System zu erfassen und zu pflegen.

Webinare

Zwischen dem 26. Mai und 16. Juni 2021 fanden vier Webinare statt, die auf Basis der Ergebnisse der Digitalisierungsumfrage erstellt wurden. Der Touristikverband hat diese Webinare veranstaltet, die Durchführung oblag dem Servicepartner OBS. Somit wurde eine bedarfsgerechte Schulung der Gastgeber gewährleistet. Die Webinare fanden zu den folgenden Themen statt:

- Mehr Gäste durch einen professionellen Online-Auftritt
- Der Umgang mit Bewertungen
- Tipps für eine professionelle Gästekommunikation
- Mit Facebook und Instagram zur Kundenbindung

Im Durchschnitt nahmen jeweils 16 Gastgeber an den Webinaren teil.

Einrichtung der Gastgeberdatenbank

Sukzessive wurden zwischen Juni und Dezember die Gastgeberdatenbanken aller Orte, die sogenannten TPortale, erstellt. Bis einschließlich Dezember waren die TPortale von Bad Berleburg Tourismus, der TKS Bad Laasphe, der Gemeinde Burbach, der Gemeinde Erndtebrück, der Stadt Netphen, der Stadt Siegen, der Gemeinde Wilnsdorf und des Touristikverbandes Siegerland-Wittgenstein in Betrieb genommen.

Ausblick 2022

Einrichtung der Gastgeberdatenbank

Die Stadt Freudenberg, die Stadt Kreuztal, die Stadt Hilchenbach und die Gemeinde Neunkirchen werden sukzessive die Gastgeberdatenbank voraussichtlich zu Beginn des Jahres 2022 auf den jeweiligen Homepages in Betrieb nehmen.

Mit Abschluss des Projektes im September 2022 wird der Kreis Siegen-Wittgenstein eine einheitliche Online-Darstellung aller Gastgeber vorweisen können.

Webinare

Zwischen dem 20. Januar und dem 3. Februar 2022 werden weitere drei Webinare für die Gastgeber in Siegen-Wittgenstein angeboten werden. Auch im kommenden Jahr wird der Touristikverband diese Webinar-Reihe veranstalten, die Durchführung wird wieder dem Servicepartner OBS obliegen.

Die Webinare werden zu den folgenden Themen stattfinden:

- Gästebegeisterung entlang der Customer Journey
- Gästebegeisterung durch einen professionellen Online-Auftritt
- Gästebegeisterung durch eine direkte Zielgruppenansprache

Leitfaden zur strukturierten Digitalisierung von touristischen KMU im ländlichen Raum

Im Frühjahr 2022 wird der „Leitfaden zur strukturierten Digitalisierung von touristischen KMU im ländlichen Raum“ fertiggestellt. Dieser umfasst sowohl die Projektdokumentation, als auch Anleitungen für das TOMAS-System für die Kommunen sowie die Gastgeber. Der Leitfaden soll als Hilfestellung für andere Destinationen gelten, die den Prozess der Digitalisierung ihrer Gastgeber noch vor sich haben. Er soll nach Abschluss des Projektes auch online abrufbar sein.

Teilprojekt 2 „Gast im Fokus“:

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

Die komplette Digitalisierung und Zusammenführung sämtlicher touristisch relevanter Daten entlang von touristischen Linienprodukten ist erstmalig in zwei Piloträumen umgesetzt worden. Hier entschied sich die DMO-Gemeinschaft für Teilabschnitte des Rothaarsteigs und des Ruhr-Sieg-Radweges als Piloträume.

Die Erkenntnisse, die im Rahmen der Umsetzung dieses Teilprojektes v.a. in Bezug auf verschiedene Wege zur Datenerfassung gewonnen wurden, sollen mittelfristig in das sich im Qualifizierungsprozess der REGIONALE 2025 Südwestfalen befindliche Projekt „Grenzenlos – Touristische Infrastruktur nachhaltig managen“ einfließen. Der TVSW ist Mitglied der zur Projektinitiierung und -planung gebildeten Steuerungsgruppe.

INTERNE GREMIENARBEIT

Tourismusnetzwerk-Sitzungen

Sachstand 2021

Die Tourismusnetzwerk-Sitzungen dienen dem regelmäßigen Austausch zwischen dem TVSW und den touristischen Ortstellen sowie dem Naturpark. Aus jeder Ortsstelle und dem Naturpark nimmt ein Vertreter an der Sitzung teil. Der TVSW informiert über aktuell laufende Projekte und legt dar, welchen Mehrwert die Projekte für die gesamte Region haben werden. Auch die touristischen Ortstellen informieren über die derzeitig laufenden Projekte und haben die Möglichkeit, im Rahmen eines eigenen Tagesordnungspunktes, ein Projekt in der Tiefe vorzustellen.

Die Sitzungen fanden am 17. Februar, 21. April und am 19. August 2021 statt. Alle drei Sitzungen wurden aufgrund der COVID-19-Pandemie digital via Zoom durchgeführt.

17. Februar:

- Erste Umfrageauswertung „Gastgeber im Fokus“
- Aktueller Projektstand und Ausblick „Gastgeber im Fokus“
- Digitale Gastronomie Siegen-Wittgenstein
- Wissenswertes und Austausch

21. April:

- Projekt „Waldrast / Grünes i“
- Projekt „WanderReich Siegen-Wittgenstein
- Darstellung „WanderReich Siegen-Wittgenstein
- Printprodukte TVSW
- Projekt „Gastgeber im Fokus“ Sachstand
- Wissenswertes und Austausch

19. August:

- Das Milieu der Adaptiv-Pragmatischen Mitte ersetzt die bisherigen Zielgruppen
- Leitfaden und MediaKit für das Blogger- und Influencer-Marketing.
- Wohnmobile und Camper – Potentiale für Siegen Wittgenstein
- Wissenswertes und Austausch

Ausblick 2022

Fortführung des regelmäßigen Austausches.

Marketingausschuss

Der Marketingausschuss berät den TVSW in Themen des Marketings und fungiert ergänzend zum Tourismusnetzwerk. Der Ausschuss wurde vom Vorstand berufen / gewählt. Die Zusammensetzung der Mitglieder erfolgte analog zur Besetzung des Vorstands.

Sachstand 2021

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

Zwei Sitzungen haben online via Zoom stattfinden können.

24. März:

- Aktueller Stand und Ausblick „Gastgeber im Fokus“
- mögliche Integration des neuen Teilbereiches Gastronomie in die Datenbank Outdooractive DMS Siegerland-Wittgenstein
- Data Hub NRW
- Magazin und weitere Entwicklung im Bereich Print

24. Juni

- Sinus-Milieus
- Ausbau und Optimierung aller kundenrelevanten Geschäftsbereiche auf die Sinus-Milieus
- Caravan Salon / TourNatur

Ausblick 2022

Für 2022 sind drei Termine geplant: am 21. Februar, am 1. Juni und am 15. September.

EXTERNE GREMIENARBEIT

Die regelmäßige und konstruktive Mitarbeit in Gremien und Arbeitsgruppen dient der kontinuierlichen Weiterentwicklung der touristischen Produkte und Angebote sowie einem Wissenstransfer in die Region. Darüber hinaus werden die Interessen der touristischen Akteure der Region Siegen-Wittgenstein vertreten.



Tourismus NRW e. V.

- Ausschuss für Destinationsmanagement
- Projekt „Touristisches Datenmanagement NRW“:
 - Projektpartnertreffen
 - AG Destination Cluster
 - AG Datenmanager
- AG Marktforschung
- AG Pressereferenten / PR- und Social Media-Treffen
- RoundTable „Natur, Outdoorsport, Wellbeing“



Naturpark Sauerland Rothaargebirge e. V.

- Vorstand
- Naturpark-Ausschuss
- AK Naturerholung
- Projekt: Regionalvermarktung



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.

- AG Marketing (Teilnahme durch BLB)



„Eder-Kooperation“

- AG Eder-Radweg



„Siegtal-Kooperation“

- AG Rad-Aktionstag „Siegtal pur“



Südwestfalen Agentur GmbH

- Regionalmarketing-Ausschuss (beratend)
- Begleitausschuss Strukturförderung
- „Geschäftsführertreffen“ Südwestfalen
- Erarbeitung „TSK SWF (2021)“
- Projekt „Bilderpool Südwestfalen“
- Runder Tisch „Willkommen in Südwestfalen“



REGIONALE 2025 Südwestfalen

- Beirat
- Projektpartnertreffen „Grenzenlos – touristische Infrastruktur nachhaltig managen“



LAG Region Wittgenstein e. V.

- Vorstand



Wisent-Welt-Wittgenstein e. V.

- Vorstand



Sparkassen-Tourismusbarometer
Westfalen-Lippe

Sparkassen-Tourismusbarometer Westfalen-Lippe

- Beirat
- Jury Sparkassen-Tourismuspreis



BLB Tourismus GmbH

- Beirat



TKS Bad Laasphe GmbH

- Beirat

AUSZUBILDENDEN-TAUSCH

Der Touristikverband Siegerland-Wittgenstein e. V. hat gemeinsam mit der TKS Tourismus, Kur und Stadtentwicklung Bad Laasphe GmbH einen Auszubildenden-Tausch durchgeführt. Hintergrund des Austauschprogramms war es, den beiden Auszubildenden zu ermöglichen, die touristischen Arbeiten auf den unterschiedlichen Ebenen näher kennenzulernen. Der Austausch dauerte sechs Wochen lang und ging von Anfang September bis Mitte November 2021.

Sarah-Kristin Löser, Auszubildende zur Kauffrau für Tourismus und Freizeit beim TVSW, hat die Arbeit bei der TKS Bad Laasphe auf Ortsebene in einer TouristInfo kennengelernt. Sie erhielt in der TouristInfo in vielen verschiedenen Bereichen einen Einblick. Sie lernte den Kontakt mit und die Beratung von Gästen vor Ort in der TouristInfo kennen und erfuhr, wie wichtig Ortskenntnisse bei der Arbeit mit Gästekontakt sind. Den Ort Bad Laasphe lernte sie während des Austausches immer besser kennen, indem sie kurze Spaziergänge durch den Ort, wie z. B. zur Post machte oder eine längere Wanderung auf der Lahnfacette Entenberg unternehmen durfte. Darüber hinaus übernahm sie Verantwortung über den Facebook-Account der TKS Bad Laasphe. Sie bereitete Facebook-Posts vor und erhielt somit auch einen Einblick in die Arbeit im Social Media-Marketing. Sarah-Kristin Löser blickt positiv auf die sechs Wochen in Bad Laasphe zurück und ist dankbar, dass sie die Erfahrungen in der TouristInfo sammeln durfte.

Laura Limper-Jüngst, Auszubildende zur Kaufrau für Büromanagement bei der TKS Bad Laasphe GmbH, hat die Arbeit auf Regionsebene bei einem Dachverband, dem TVSW, kennengelernt. Dabei erhielt sie einen Einblick über die Aufgaben des Regionalverbandes sowie über ergänzende Aspekte des Deutschland- und insbesondere des Mittelgebirgstourismus. Darüber hinaus erhielt sie Aufgaben im Marketing, im touristischen Infrastrukturvorhaben und im Gastgeberservice. Auf dieser Ebene wurde sie in verschiedene Konzepte eingearbeitet und übernahm Rechercheaufgaben in vielseitigen Bereichen. Laura Limper-Jüngst ist froh, dass sie im Rahmen ihrer Berufsausbildung die Erfahrung in einem weiteren Bereich machen durfte und freut sich darauf, verschiedene Aspekte in ihrer weiteren Tätigkeit bei der TKS Bad Laasphe einzubringen.



Auf dem Bild von links nach rechts:
Sarah-Kristin Löser (TVSW), Signe Friedreich (TKS Bad Laasphe), Monika Dombrowsky (TVSW) und Laura Limper-Jüngst (TKS Bad Laasphe).

AUSBLICK 2022

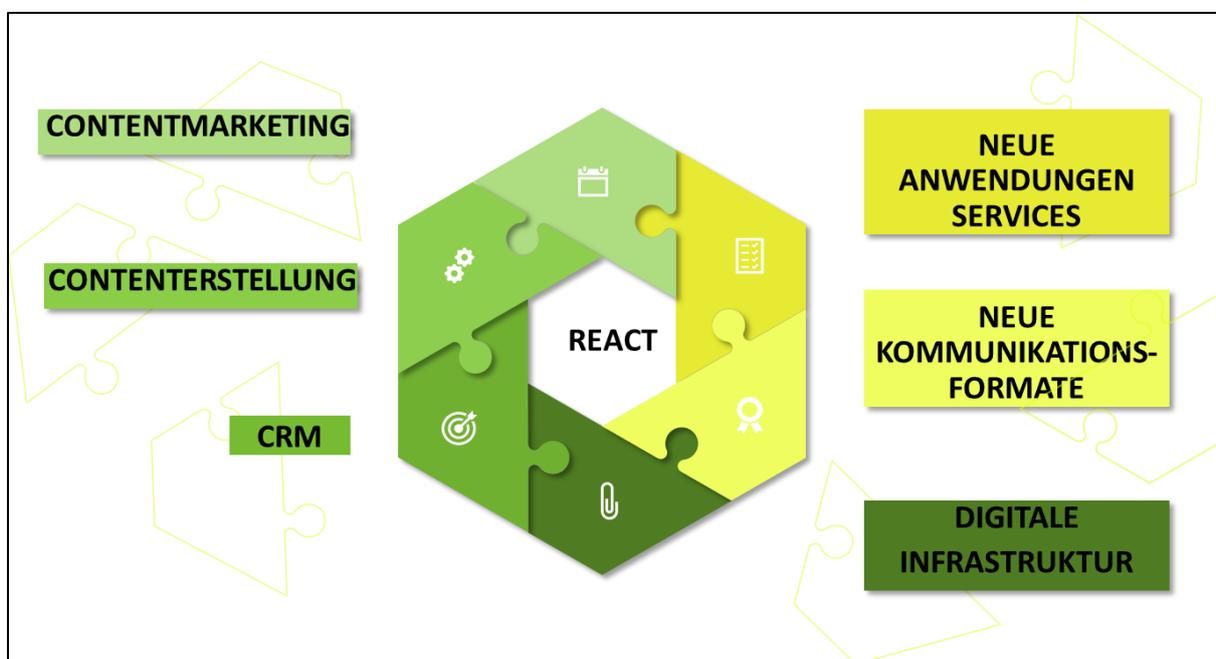
REACT-EU

Im Oktober 2021 wurde den Regionen in NRW ein neues Förderprojekt vorgestellt. REACT-EU ist eine Förderung, die das Land Nordrhein-Westfalen im Rahmen der „Recovery Assistance for Cohesion and the Territories of Europe“-Initiative zur Unterstützung der Krisenbewältigung im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie zur Verfügung stellt.

Ziele der Förderung sind:

- ✓ Soziale Folgen der Pandemie bekämpfen
- ✓ Erholung der Wirtschaft fördern
- ✓ Digitale Transformation im Tourismus ermöglichen
- ✓ Tourismusorganisationen adäquat ausstatten, um den Herausforderungen der Digitalisierung zu begegnen
- ✓ Digitale Kommunikation unter den Bedingungen der Pandemie ermöglichen

Hierzu sind Förderungen in folgenden Bereichen möglich:



REACT-EU-Fördertatbestand

Gemeinsam mit dem Sauerland Tourismus e. V. wurden

25 Projekte	unterteilt in 34 Maßnahmen mit
1.000.000 €	Fördervolumen gesamt eingereicht und bereits bewilligt
280.700 €	zehn Projekte und Maßnahmen Siegen-Wittgenstein
136.700 €	acht gemeinsame Projekte und Maßnahmen

PERSONAL



Monika Dombrowsky

Geschäftsführerin



Thorsten Engels

Stellv. Geschäftsführer
Touristische Infrastrukturvorhaben



Julia Hilpisch

Content-Management / digitale Strategie
Online-Marketing



Stefanie Stoltenberg

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Print-Marketing



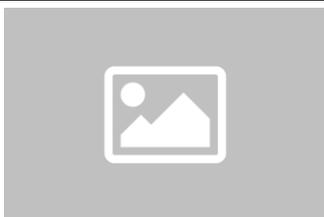
Verena Meinhardt

Online-Marketing
DMS
Social Media



Jule Kampen

Qualitätsentwicklung
Zertifizierungen und Klassifizierungen



Marietta Berg

Büroorganisation



Sarah-Kristin Löser

Auszubildende zur Kauffrau für Tourismus und Freizeit

Sachstand 2021

- Jule Kampen verstärkt das Team seit Januar 2021 und hat den Bereich Qualitätsentwicklung übernommen
- Sonja Sauer hat das Team verlassen und eine neue Stelle in der Kreisverwaltung angetreten. Als neue Kollegin konnte Marietta Berg im Team begrüßt werden, die Ende Januar die Nachfolge von Sonja Sauer antrat.

Aushilfen:

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



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