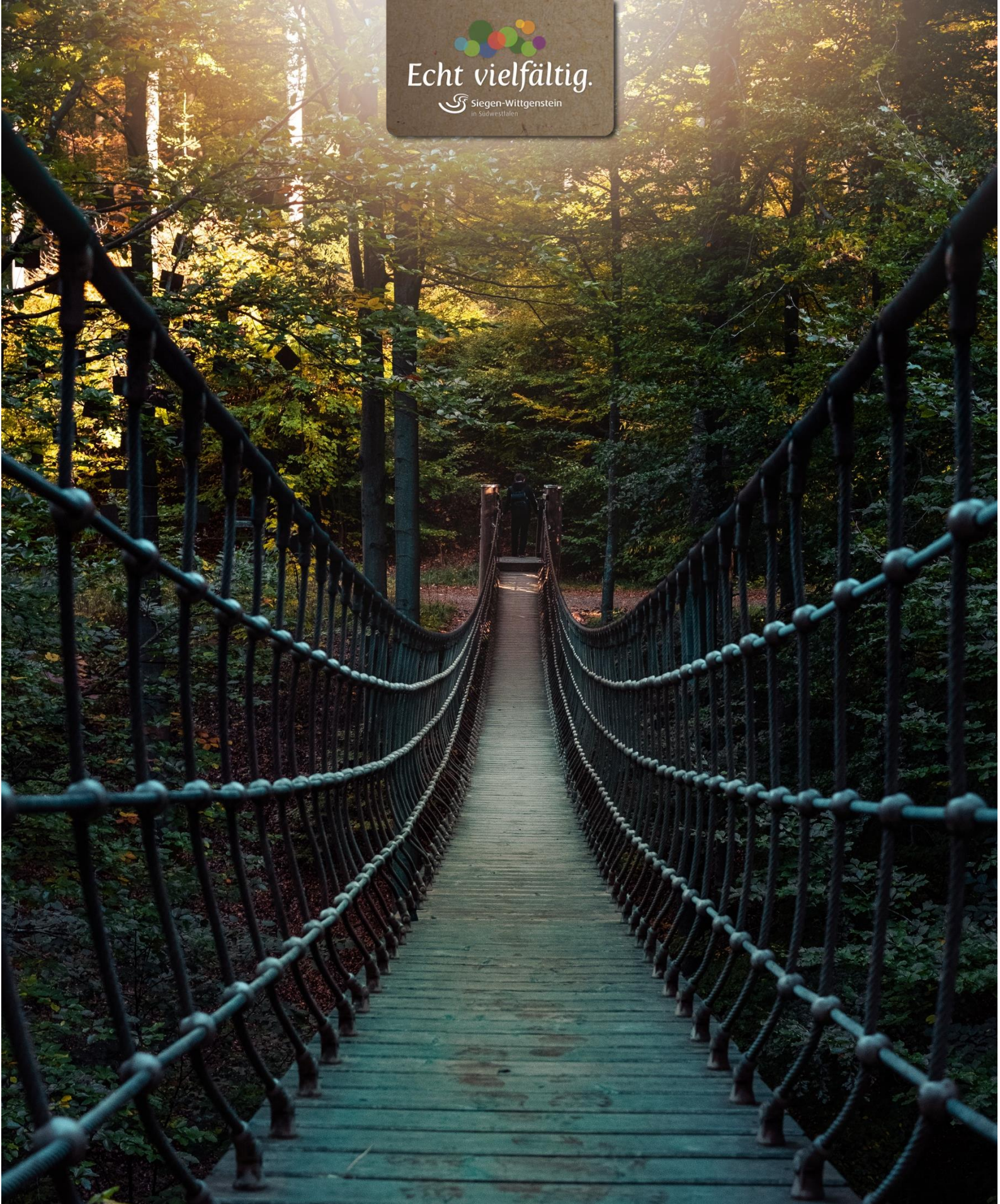




Geschäftsbericht 2022

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: Tom Brueckner/Tourismus NRW e.V.

INHALT

VORWORT	1
ZAHLEN UND STATISTIKEN	2
MARKETING	5
EIGENE MAßNAHMEN UND PROJEKTE.....	20
FÖRDERPROJEKTE	33
INTERNE GREMIENARBEIT	44
EXTERNE GREMIENARBEIT	47
PERSONAL.....	49

VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,

2022 war erneut ein herausforderndes Jahr für uns alle. Gerade, als die COVID-19-Pandemie abflaute und wir auf einen normaleren Alltag hofften, wurde die Ukraine von Russland angegriffen und seitdem herrscht wieder Krieg in Europa. Das hätten sich die meisten von uns ein paar Wochen vor dem Überfall gar nicht vorstellen können. Auch damit gingen natürlich viele Einschränkungen einher, Menschen sind zu uns ins sichere Deutschland geflohen und erneut gab es vielerorts Kurzarbeit und Mangel an Rohstoffen, Nahrungsmitteln und Bauteilen für Autos und andere technische Geräte. Eine Krise, die noch nicht beendet ist und zugleich von der nächsten Krise abgelöst wird.

Die Auswirkungen zeigen sich auch in den Zahlen der amtlichen Beherbergungsstatistik. So ist die Zahl der geöffneten Hotellerie-Betriebe in der Region im Vergleich zu 2019 um 10 % zurückgegangen.

Dennoch gibt es auch an dieser Stelle Positives zu berichten. Die Anzahl der angebotenen Betten ist trotz allem im gleichen Zeitraum leicht gewachsen und die Gäste- und Übernachtungszahlen lagen zwar noch deutlich unter den Werten des letzten Vor-Pandemie-Jahres, allerdings hat sich die steigende Tendenz im Vergleich zum Vorjahr weiter verstetigt.

Und daran schließen sich weitere gute Nachrichten an:

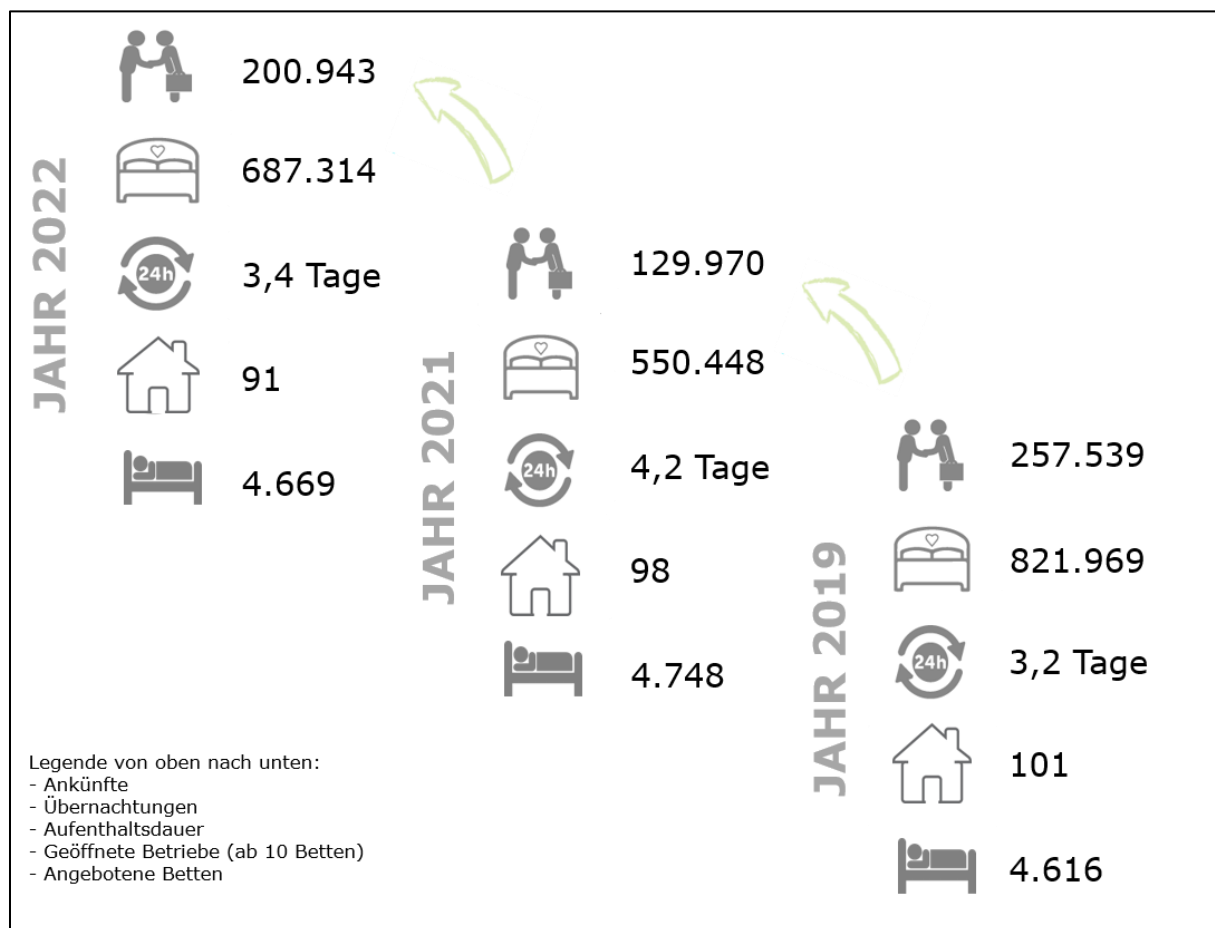
Der Touristikverband Siegerland-Wittgenstein e. V. hat das Jahr 2022 dazu genutzt, um einige Förderprojekte im Rahmen von REACT-EU anzustoßen und auch abzuschließen. Der Förderzeitraum wurde verlängert, sodass einige der Maßnahmen im Jahr 2023 abgeschlossen werden. Neben der Gremienarbeit und der Arbeit an eigenen Maßnahmen und Vorhaben wurden auch einige Projekte und Kampagnen gemeinsam mit Partner:innen, wie beispielsweise Tourismus NRW e. V. umgesetzt. Außerdem hat der Touristikverband Siegerland-Wittgenstein e. V. (TVSW) auch 2022 neue Themen aufgenommen und weiterentwickelt, wie zum Beispiel die Zertifizierung im Bereich der Nachhaltigkeit.

Die Tourismusbranche mit ihren Unternehmen steht, abgesehen vom Krieg und der abklingenden COVID-19-Pandemie, vor vielen Herausforderungen und bedarf einer Umgestaltung. Auch weiterhin ist das Thema Digitalisierung besonders präsent und wichtig. Die digitale, qualitativ hochwertige Weiterentwicklung der Tourismusregion Siegen-Wittgenstein ist weiterhin Anliegen des Touristikverbandes Siegerland-Wittgenstein e.V.

ZAHLEN UND STATISTIKEN

Die amtliche Statistik 2022 im Vergleich zu den Jahren 2021 und 2019

Bereits ohne eine detaillierte Betrachtung der Jahreszahlen der amtlichen Beherbergungsstatistik für das abgelaufene Jahr 2022 lassen sich weiterhin die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf den Reiseverkehr und die damit in Mitleidenschaft gezogenen Betriebe in der Region erkennen.



Die Ankunfts- und Übernachtungszahlen 2019, 2021 und 2022 in Siegen-Wittgenstein
Quelle: IT.NRW, 2023. Monatserhebung 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 spürbares Defizit von -16,4 % bei den Ankünften und -22,0 % bei den Übernachtungen.

Die Jahre 2022 und 2021 sind allerdings nur bedingt miteinander vergleichbar, da beispielsweise zu Beginn des Jahres 2021 bis Mitte Mai ein Beherbergungsverbot in Nordrhein-Westfalen galt, touristische Übernachtungen im Jahr 2022 jedoch schon ab Anfang April keinen landesweiten Beschränkungen mehr unterlagen.

	2022 absolut	Vergleich zu 2021 in %	2021 absolut	Vergleich 2022 zu 2019 in %	2019 absolut
Gemeldete Betriebe insgesamt (ab 10 Betten)	94	-7,8	102	-12,1	107
davon geöffnet	91	-7,1	98	-9,9	101
Betten insgesamt	4.833	-2,0	4.934	+0,5	4.808
davon angeboten	4.669	-1,7	4.748	+1,1	4.616
mittlere Auslastung	40,1	---	34,6 %	---	46,1 %
Ankünfte	200.943	+54,6	129.970	-22,0	257.539
durch Inländer:innen	166.036	+47,7	112.414	-19,0	204.879
durch Ausländer:innen	34.907	+98,8	17.556	-33,7	52.660
davon NL	14.993	+128,9	6.551	-21,8	19.164
in Hotels	136.958	+67,3	81.850	-22,7	177.135
in Vorsorge- & Rehakliniken	7.969	+1,4	7.860	-12,0	9.055
Übernachtungen	687.314	+24,9	550.448	-16,4	821.969
durch Inländer:innen	599.020	+18,2	506.685	-15,0	704.785
durch Ausländer:innen	88.294	+101,8	43.763	-24,7	117.184
davon NL	44.115	+147,4	17.835	-15,5	52.211
in Hotels	258.695	+64,8	157.013	-18,9	319.008
Gesamtanteil Hotels in %	37,6	---	28,5	---	38,8
in Vorsorge- & Rehakliniken	270.068	+2,1	264.642	-8,3	294.651
Gesamtanteil Vorsorge- & Rehakliniken in %	39,3	---	48,1	---	35,8

Quelle: IT.NRW, eigene Berechnungen, 2023

Siegen-Wittgenstein schneidet im Vergleich zu den weiteren nordrhein-westfälischen Tourismusregionen sowohl in Bezug auf die Entwicklung der Ankunfts- und Übernachtungszahlen im Vergleich zum Jahr 2019, als auch hinsichtlich der positiven Tendenzen im Vergleich zum Jahr 2021 unterdurchschnittlich ab.

ANKÜNFTE					ÜBERNACHTUNGEN
	-6,8 %	Münsterland	Münsterland	+1,7 %	
	-10,7 %	Sauerland	Niederrhein	-5,9 %	
	-13,4 %	Eifel und Region Aachen	Eifel und Region Aachen	-6,5 %	
	-14,5 %	Niederrhein	Sauerland	-6,9 %	
	-16,3 %	Köln und Rhein-Erft-Kreis	Teutoburger Wald	-10,7 %	
	-16,3 %	Teutoburger Wald	Ruhrgebiet	-12,7 %	
	-16,5 %	Ruhrgebiet	Köln und Rhein-Erft-Kreis	-13,5 %	
	-19,9 %	Bergisches Städtedreieck	Bonn und Rhein-Sieg-Kreis	-15,8 %	
	-21,1 %	Düsseldorf und Kreis Mettmann	Bergisches Städtedreieck	-15,8 %	
	-22,0 %	Siegerland-Wittgenstein	Siegerland-Wittgenstein	-16,4 %	
	-22,6 %	Bonn und Rhein-Sieg-Kreis	Düsseldorf und Kreis Mettmann	-16,7 %	
	-29,0 %	Bergisches Land	Bergisches Land	-20,4 %	

Veränderungsrate der Ankünfte und Übernachtungen im Vergleich der Jahre 2019 und 2022 in den Reisegebieten Nordrhein-Westfalens

Quelle: IT.NRW, 2023. 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 in den beiden Vorjahren zurückzuführen.

Zwar mussten auch diese im Vergleich der Jahre 2022 und 2019 einen deutlichen Rückgang hinnehmen, gleichwohl hatte sich das Volumen der Übernachtungen in Bezug auf die Gesamtentwicklung bereits in 2020 und 2021 dämpfend ausgewirkt.

Im Jahr 2022 verzeichnete dieses Segment dann (nur noch) einen leichten Anstieg der Übernachtungszahlen (+2,1 %), wohingegen die Hotels in der Region unter den vorherrschenden Rahmenbedingungen einen gewaltigen Anstieg von rund 65 % im Vergleich zum Jahr 2021 erzielen konnten.

MARKETING

Sachstand 2022

2022 wurde die Arbeit mit dem Sinusmilieu der Adaptiv-Pragmatischen Mitte (ADA) verstetigt.

Um die Zielgruppe anschaulicher zu machen und um Arbeitshilfen für die Ortsstellen bereit zu stellen, wurden nicht nur zahlreiche Ausarbeitungen von Tourismus NRW zur Verfügung gestellt, sondern auch eigene Steckbriefe der Zielgruppe für Siegen-Wittgenstein anhand von Personas erstellt.

Zum Steckbrief



Zur Checkliste



Zu den Infos von
Tourismus NRW



Im REACT-EU-Projekt „Digitalscouting – 10.000 Bilder für Südwestfalen“ wurden wichtige Points of Interest auf Zielgruppenrelevanz untersucht (siehe: Projekt „Digitalscouting – 10.000 Bilder für Südwestfalen“, Seite 37). Insgesamt war festzustellen, dass ein Großteil des Angebots in der Region noch nicht für die Zielgruppe geeignet ist und die Tourismusstellen noch nicht über eine ausreichende Zielgruppenkenntnis verfügen. Da das Milieu erst 2021 vorgestellt wurde, überrascht dies nicht.

Ausblick 2023

Mit Hilfe der oben genannten Arbeitsmaterialien und ggf. einer entsprechenden Arbeitsgruppe soll weiter an der Schärfung des regionalen Angebotsportfolios auf die Bedürfnisse der Adaptiv-Pragmatischen Mitte gearbeitet werden.

Datenbanken und Onlinemarketing

Sachstand 2022

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.

CONTENT-PFLEGE 2.067 GESAMTE INHALTE davon 1.329 POIs 246 Touren 292 Events 37 Angebote		SIEGEN-WITTGENSTEIN & SAUERLAND APP 26.478 Downloads neu 83.045 Insgesamt (seit Sep. 2020)
CONTENT-REICHWEITE 25.227.542 Einblendungen 922.133 Seitenaufrufe 186.370 Aktionen 38.562 Downloads 	FAKTEN 527.604 SEITENAUF RUFE auf www.siegen-wittgenstein.info 184.062 UNIQUE USER davon 73,05 % Smartphone-Nutzer 23,08 % Desktop-Nutzer 3,71 % Tablet-Nutzer	EINSTIEG ÜBER SOCIAL MEDIA 2.718 Via Facebook 254 Via Instagram 45 Via Twitter 20 Via Pinterest
	AM HÄUFIGSTEN AUFGERUFENER CONTENT 18.356 Rothaarsteig-Spur Wisent-Pfad 17.228 Wittgensteiner Schieferpfad 8.764 Rothaarsteig-Spur Trödelsteinpfad 8.745 Rothaarsteig-Spur Ilsetalpfad 8.221 Historischer Rundweg Achenbach 7.424 Märchenspur 7.030 Via Adrina 7.022 Wasserburg Hainchen 6.705 Rothaarsteig Lützel-Lahnhof 6.574 Erlebniswald Siegerner Tiergarten	FACEBOOK-WERBEANZEIGEN 1.096,41 € Ausgaben 111.391 Reichweite 331.306 Impressionen

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 2022 konkret benennen lassen.

Wissenspost

Die „Wissenspost“ ist ein interner B2B-Newsletter, der seit 2021 jeden zweiten Donnerstag an alle Tourist-Informationen bzw. touristischen Mitarbeiter:innen in den Kommunen und weitere Interessierte, wie z. B. Mitarbeiter:innen des Naturparks Sauerland-Rothaargebirge versendet wird. Im Jahr 2022 erfolgte eine Erweiterung des Empfängerkreises um die Amtsleiter:innen des Kreises Siegen-Wittgenstein.



Die „Wissenspost“ versorgt die touristischen Akteur:innen mit gebündelten Informationen rund um den Tourismus in Siegen-Wittgenstein und Nordrhein-Westfalen, um so Mehrwerte und einen Wissenstransfer zu schaffen. Auch Abfragen für Informationen zu Pressemitteilungen oder Beteiligungswünschen z.B. bei Advertorials oder ähnlichem werden hier gebündelt weitergegeben. Der Newsletter dient als effiziente Arbeitshilfe für die Ortsstellen und ist mit übersichtlichen Kategorien als praktische Arbeitshilfe gedacht.

2022 wurde die „Wissenspost“ um die Kategorie „Über die Schulter geschaut“ erweitert. In dieser Kategorie hat jede Woche ein:e Mitarbeiter:in des TVSW zu Themen wie „Vorstellung eines Gastgebers“, „Besuch eines Ortes“ oder „Fotoshooting“ aus dem Arbeitsalltag erzählt.

Insgesamt wurde der Newsletter „Wissenspost“ im Jahr 2022 22-mal versendet. Die Empfänger:innen variierten im Laufe des Jahres zwischen 42 – 53 Personen. Von den Empfänger:innen haben im Durchschnitt 50,44% die „Wissenspost“ geöffnet und sich die Inhalte einzeln angesehen.

Ausblick 2023

Ziel ist es, dass noch mehr der Empfänger:innen die „Wissenspost“ öffnen und den Mehrwert dieser 14-tägigen Zusammenstellung erkennen.

Blogger:innen- und Influencer:innen Marketing

Neben der Bereisung der Urlaubspiralen (siehe: Projekt „Bewerbung der Region Siegen-Wittgenstein auf Reiseportalen“, Seite 39) waren noch folgende Blogger:innen in unserem Auftrag unterwegs:



Im Frühjahr war Familie Wunderlich zu Besuch in Siegen-Wittgenstein und dem Sauerland. Diese Reise wurde von Tourismus NRW finanziert und veröffentlicht. Die Organisation fand gemeinsam mit dem Sauerland Tourismus statt.



weiterlesen



Im August waren Alisa und Marina von „bevan-dert“ fünf Tage in der Region zu Gast. Sie waren auf vier Wanderwegen unterwegs und haben in ihrem Van auf zwei Stellplätzen übernachtet.



weiterlesen



Der Rothaarsteigverein hat Sabrina von „Couchflucht“ gemeinsam mit den Top-Trails für einen Trip auf den Rothaarsteig eingeladen. Die Reise fand ausschließlich in Siegen-Wittgenstein statt. Daher wurde sich im Vorfeld über die Strecke und die Unterkunft ausgetauscht und am Ende umfassend auf Instagram begleitet.



weiterlesen



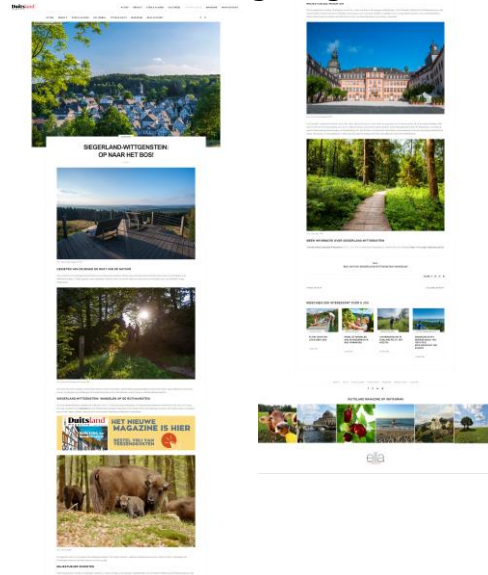
Weitere Online-Marketingmaßnahmen

Einige der Online-Marketingmaßnahmen sind an eine Printanzeige oder ein Advertorial geknüpft (siehe Kapitel Anzeigen und Advertorials, Seite 15). Dabei wurde darauf geachtet, die Werbeträger so auszuwählen, dass das Milieu der Adaptiv-Pragmatischen Mitte erreicht wird.

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

Duitsland Magazine

Marktbearbeitung Belgien/Luxemburg



Online Advertorial
11.07.2022 bis 10.01.2023

68.406 generierte Impressions

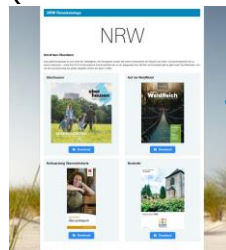
Reise-DA



Online Auftritt
3.107 Gesamtklicks

TN Deutschland

(TourismusNewsDeutschland)



Katalogpräsentation
(ein Jahr)

Outdooractive



Die Content Kampagne mit versprochenen 16.000 Klicks wurde um 2.246 Seitenaufrufe übertroffen und liegt bei 18.246 Klicks auf alle beworbenen Inhalten.

Google Adwords Marketing



mit einem Keyword
(ein Jahr)

Ergebnis:
7.527 Einblendungen
auf der 1. Seite
1.204 Klicks

DZT (Deutsche Zentrale für Tourismus)

Marktbearbeitung Belgien/Luxemburg

Bezahlte Facebook Werbung



Beitrag 1:
131.315 Impressionen
85.589 Reichweite
86 Reaktionen



Beitrag 2:
73.421 Impressionen
51.975 Reichweite
35 Reaktionen



Beitrag 3:
138.509 Impressionen
90.343 Reichweite
50 Reaktionen

Wandermagazin



Rotierende Content-Box auf Startseite
(01.07.- 31.08.2022)

318 Seitenaufrufe
02:02 Min. Besuchszeit



Facebook Beitrag
Veröffentlicht:
17.07.2022
925 Reichweite
7 Interaktionen



Newsletter Beitrag mit
Verlinkung auf Content Box
Versanddatum:
08.07.2022
32.762 Empfänger
26,7 % Öffnungsrate
282 Klicks

Fotoshooting

Sachstand 2022

Es haben fünf Fotoshootings stattgefunden. Da in 2022 allein durch die Bereisung der Meurers (siehe Projekt „Digitalscouting – 10.000 Bilder für Südwestfalen“, S. 37) viele Fotos entstanden sind, wurden weniger eigene Fotoshootings durchgeführt.

1. Fotoshooting

Fotos: Klaus-Peter Kappest

Bad Berleburg: Via Celtica

Für den Premiumwanderweg Via Celtica haben aussagekräftige Fotos gefehlt. Leider war das Wetter nicht so stabil, weshalb die meisten Bilder ohne Himmel und vorrangig Orte im Wald oder unter Bäumen aufgenommen wurden.



2. Fotoshooting

Fotos: Klaus-Peter Kappest

Bad Berleburg: Via Adrina

Auch für diesen Premiumweg fehlte bisher professionelles Bildmaterial, weshalb nun einige Motive an den Highlights des Wanderweges entstanden sind.



3. Fotoshooting

Fotos: Klaus-Peter Kappest

Bad Laasphe: Rothaarsteig-Spur Ilsetalpfad

Die bis dato vorliegenden Bilder dieses zertifizierten Wanderwegs sind sehr alt und nicht mehr nutzbar, da die Landschaft und der Kleidungsstil sich seitdem stark verändert haben. Bei diesem Shooting wurde die Zeit der Fingerhutblüte genutzt, die aufgrund der großen Rodungsflächen das Landschaftsbild im Frühjahr in den nächsten Jahren prägen wird. Ein paar der Bilder können ebenfalls für die Bewerbung des Lahnwanderweges genutzt werden.



4. Fotoshooting

Fotos: Klaus-Peter Kappest

Bad Laasphe: Wandern in Puderbach

In Puderbach gab es dieses Jahr ebenfalls die Möglichkeit die Landschaft mit violetten Blütenmeer festzuhalten. Zudem gibt es auf mehreren Anhöhen einen fantastischen Ausblick auf die Region.

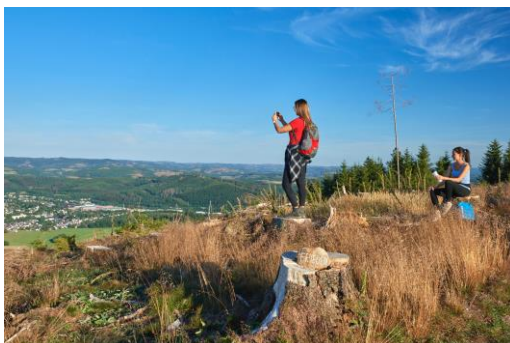


5. Fotoshooting

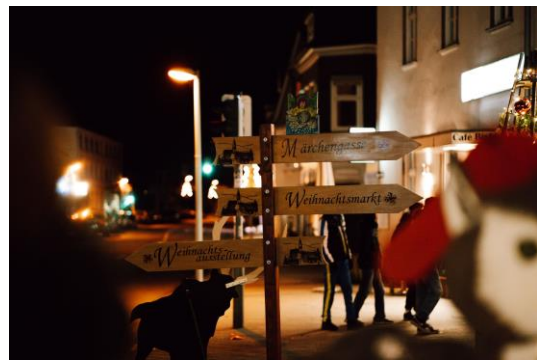
Fotos: Klaus-Peter Kappest

Kreuztal: Kindelsbergpfad

Der Kindelsbergpfad stand schon lange auf der To-Do-Liste. Der Termin wurde allerdings aufgrund von Rodungsarbeiten und Neuverlegung der Route immer wieder verschoben. Da auch am Kindelsbergturm, dem Wahrzeichen der Tour, Umbaumaßnahmen stattfinden, haben wir das Highlights an diesem Tag außen vor gelassen. Allerdings ist der Turm auf einigen Bildern im Hintergrund sichtbar.



Zum Ende des Jahres wurde ein Instagrammer und Fotograf beauftragt, auf einigen Weihnachtsmärkten in Siegen-Wittgenstein Bildmaterial mit entsprechend nutzbaren Lizenzen zu generieren. Tourismus NRW stellt in jedem Jahr die Highlight-Weihnachtsmärkte auf der www.dein-nrw.de zu Verfügung und ist immer auf der Suche nach entsprechenden Bildern. Für diese Anfrage ist Siegen-Wittgenstein im nächsten Jahr nun gut gewappnet.



Ausblick 2023

Im Bereich Content-Erstellung werden weiterhin Fotos von neuen Produkten und Angeboten produziert. Darüber hinaus soll auch neues Videomaterial angefertigt werden.

Das ausstehende Social-Media-Konzept (siehe Projekt „Social-Media-Konzept“, S. 43) und eine daraus folgende Strategie werden die Maßnahmen schärfen.

Darüber hinaus wird der bevorstehende Usability Check (siehe Projekt „Usability Check“, S. 43) genauere Ergebnisse über den Bedarf der Zielgruppe bzw. der User:innen geben. Dieses Resultat wird ebenfalls eine Anwendung in der Content-Erstellung finden.

Angebotsplatzierung im Rahmen der Landesmarketingangebote von Tourismus NRW e. V.

Sachstand 2022

Im Rahmen der Angebotsplatzierung der Landesmarketingangebote auf der Website von Tourismus NRW e. V. stehen dem TVSW insgesamt elf Plätze für die Platzierung von Angeboten zur Verfügung. Es können dabei Angebote zu den Themen *Aktiv & Natur*, *Genuss*, *Gesund*, *Kultur* und *Business* eingestellt werden.

Die Kosten für die Platzierung trägt der TVSW. Damit möchte der TVSW den Betrieben einen Mehrwert bieten, die sich aktiv an der Weiterentwicklung der Region beteiligen und ein Interesse daran haben, den Tourismus in der Region sichtbarer zu machen.

Voraussetzungen für die Platzierung eines Betriebs waren:

- Zusammenarbeit mit der örtlichen Tourismusstelle
- eigener Webauftritt
- eine Buchungsmöglichkeit über den eigenen Webauftritt (ein Kontaktformular reicht nicht aus)
- und natürlich das Angebot von Arrangements

Zwischen Juli und Dezember wurden sieben Pauschalangebote im Rahmen der Angebotsplatzierung auf der Website von Tourismus NRW präsentiert. Insgesamt wurden die Angebote aus Siegen-Wittgenstein in diesem Zeitraum 347-mal aufgerufen und verzeichnen eine Verweildauer von 15:43 Minuten. Bedeutet, jedes Angebot wurde im Durchschnitt 50-mal aufgerufen und durchschnittlich 2:14 Minuten betrachtet. Insgesamt haben alle eingestellten Reiseangebote von NRW bis Oktoberüber 48.000 Seitenaufrufe erhalten. Damit fallen nur 0,72 % der aufgerufenen Angebote auf Siegen-Wittgenstein zurück.

Ausblick 2023

Im kommenden Jahr werden erneut für jeweils ein halbes Jahr Angebote eingestellt, die den festgelegten Voraussetzungen entsprechen. Das Angebot für die Betriebe bleibt weiterhin kostenfrei, da die Reichweite über die Homepage von Tourismus NRW e.V. als nicht sehr groß einzustufen ist.

Print

Sachstand 2022

Rund 18.000 Exemplare der deutschsprachigen Variante des Outdoor-Magazins „Auf ins WaldReich“ wurden verteilt oder auf Anfrage 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, das im April 2022 erschienen ist, 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 Deutsche Ausgabe Auflage: 15.000 Niederländische und Englische Ausgabe Auflage: je 3.000	15 Top-Touren in Siegen-Wittgenstein Nachdruck Deutsche Ausgabe Auflage: 10.000 Niederländische und Englische Ausgabe Auflage: je 2.000	Tipps für Tagesausflüge Deutsche Ausgabe Auflage: 20.000 Niederländische und Englische Ausgabe werden in 2023 übersetzt, gelayoutet und gedruckt

Printprodukte des TVSW

Magazin „Auf ins WaldReich“

Das Magazin „Auf ins WaldReich“ ist weiterhin 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. Für 2022 wurde das Magazin erneut überarbeitet und noch weiter an den Maßgaben der Adaptiv-Pragmatischen Mitte als führende Zielgruppe ausgerichtet. Wieder wurde das Heft 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. Da sich die Kurzlinks aus den früheren Ausgaben nicht bewährt haben, wurde nun mit QR Codes gearbeitet. Durch einfaches Scannen des Codes über die Foto-App auf modernen Smart-

phones ist ein direkter Zugang auf den jeweils weiterführenden Link auf der Homepage möglich. Darüber hinaus wurde das Magazin auf 40 Seiten erweitert, um noch mehr Inhalte präsentieren zu können. So konnten auch noch die am meisten geklickten Inhalte der Homepage und die beliebtesten Highlights der Besucher:innen dargestellt werden.

Die deutsche Version des Magazins wurde im April 2022 fertiggestellt. Die bisherige Auflage von 10.000 Stück wurde auf 15.000 Exemplare erhöht, um nicht im Laufe des Jahres nachdrucken zu müssen, was teurer wäre.

Anschließend wurden die Texte wie gewohnt 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.

Anfang 2023 werden die Arbeiten für eine überarbeitete Auflage von „Auf ins WaldReich“ starten. Ziel ist es, in dieser aktualisierten dritten Version des Magazins die Ansprache vom „Sie“ auf das „Du“ abzuändern und zu gendern.

Der Druck findet im Frühjahr 2023 statt.

Pocketguide Wandern

Da in diesem Bereich keine großen Änderungen gab, wurde die bisherige Ausgabe von 2021 aktualisiert und erneut gedruckt. Die Druckauflage lag bei 10.000 Exemplaren in der deutschen Version und jeweils 2.000 in der niederländischen und englischen Version.

Broschüre FreiZeit

Die Broschüre Freie Zeit war seit Herbst 2021 vergriffen, bedurfte aber einer inhaltlichen Neukonzeption. Analog zu „WaldReich“ wurde der Titel in „FreiZeit“ abgeändert.

Für die neuen Inhalte wurde das bisherige Heft analysiert. Alle gelisteten POI wurden geprüft. Auch die elf Städte und Gemeinden wurden befragt, welche Punkte sie im neuen Heft haben möchten, was neu dazukommen oder gestrichen werden soll. Diese Vorschläge wurden integriert, genauso wie die 20 POI, die auf der Homepage im ersten Halbjahr 2022 am öftesten geklickt wurden. Darüber hinaus wurden auch die Internetinhalte 2021 durchgesehen und die am häufigsten geklickten Punkte zusätzlich ergänzt.

Neu sind die beiden Infozentren des Naturparks in Bad Berleburg und Burbach, die ebenfalls aufgenommen wurden. Zudem gibt es neu eine Doppelseite mit einem Verweis auf eine Liste aller Spielplätze und aller Freibäder auf der Homepage. QR Codes verstärken die Verbindung zwischen Print und Homepage und führen direkt zu den Listen oder ergänzenden Inhalten auf der Webseite. Der Umfang des A5-Heftes blieb mit 44 Seiten gleich, genau wie die Grundidee und der Aufbau mit Bild und kurzem Text bzw. Infos. Das Layout wurde weiter dem Magazin „Auf ins WaldReich“ angeglichen und strukturierter, sodass die Seiten einheitlicher aussehen. Die Kategorien wurden auf vier gekürzt und für die Zielgruppe attraktiv benannt. Unter „Ab ins Grüne“, „Auf ins Abenteuer“, „Vorhang auf!“

und „Auf Zeitreise“ finden sich 52 POI für Tagesausflüge. Das Produkt soll auch wieder in Hotels ausgelegt werden und natürlich auch in den Direktvertrieb über Anfragen oder bei Messen und anderen Auslagen.

Auch das verwendete Papier ist nun das gleiche wie beim „WaldReich“ und mit dem „Blauen Engel“ zertifiziert.

Bei der Wahl der Auflagenstärke wurden die Orte befragt, wie viele Exemplare sie pro Jahr etwa brauchen. Dazu wurde der Verbrauch des TVSW für Messen und Anfragen gerechnet. Die Broschüre wurden Ende 2022 in einer Auflage von 20.000 Stück gedruckt.

Anfang 2023 werden Übersetzungen in die niederländische und englische Sprache erfolgen. Beide Varianten werden in einer Auflage von je 7.500 Stück gedruckt werden.

Anzeigen und Advertorials

Sachstand 2022

Auch der Bereich der Print-Werbung wurde immer weiter auf das Milieu der Adaptiv-Pragmatischen Mitte ausgerichtet. Wichtig war es, Anzeigen und Advertorials noch mehr auf die Wünsche, Bedarfe und Vorstellungen dieser Zielgruppe auszurichten. Der Auswahl der Magazine und Medien, in denen Werbung geschaltet wurde, ging eine sorgfältige Prüfung auf diese Kriterien voraus.

Ein Mastertext, der in unterschiedlicher Länge verwendet werden kann, wurde erstellt. Dabei wurden die Auswahl der Informationen aus der Region, die Texte und Bilder für die Anzeigen und Advertorials an den Vorgaben des Milieus ausgerichtet. Das soll auch künftig beibehalten werden bzw. immer wieder überprüft und aktualisiert werden und bei Bedarf an den sich vielleicht verändernden Wünschen der Zielgruppe Adaptiv-Pragmatische Mitte ausgerichtet werden.



Magazin:
trekking-Magazin
2/2022

Beispiele von Advertorials



Magazin:
Das Erbe unserer Welt /
National Geographic



Magazin:
Kreuz und Quer
02/2022

Ausblick 2023

Für 2023 wurde der Budgetansatz für den Bereich Print-Marketing leicht erhöht, weil deutlich wurde, dass in diesem Bereich noch viele Menschen nach Inspiration für ihren Urlaub suchen. Trotzdem wird auch künftig der Fokus weiter vom Off-line- hin zum Online-Marketing verschoben werden. Auch im Hinblick auf eine zunehmende Digitalisierung und das abnehmende Interesse an Messen.

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

Messen und Veranstaltungen

Sachstand 2022

Erneut stand das Messejahr im Zeichen der COVID-19-Pandemie, auch wenn die Einschränkungen im Vergleich zu 2021 deutlich abgenommen haben. Aufgrund enorm gestiegener Kosten und zugleich weniger Nutzen und geringeren Besucherzahlen wurde die ITB 2022 nicht mehr vom TVSW besucht. Diese Entscheidung erfolgte in Abstimmung mit dem Partner Sauerland-Tourismus e.V.

Nachdem Anfang des Jahres noch mehrere Messen abgesagt wurden, konnten die folgenden Messeauslagen ab Frühling wie geplant erfolgen.

Die Messe TourNatur in Düsseldorf 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 des Landes NRW und in Kooperation mit Tourismus NRW. Je fünf Tage waren Kollegen vom TVSW bzw. dem Sauerland Tourismus vor Ort am Stand von NRW. An allen zehn Tagen wurden die Printprodukte des TVSW, auch in den Übersetzungen, angeboten. Auch hier hat sich das abnehmende Interesse an Messen gezeigt. Im Vergleich zum Vorjahr wurden mit rund 135 Exemplaren des Magazins „Auf ins WaldReich“ in deutscher Sprache und einzelnen in Englisch und Niederländisch und rund 200 Stück des Pocketguides Wandern fast nur noch die Hälfte an Printerzeugnissen an die Besucher:innen verteilt.

Ausblick 2023

2023 sollte die ITB im Rahmen einer Beteiligung besucht werden, aber schon sehr früh kam der Hinweis, dass die Messe künftig nur noch eine B2B-Messe sein wird. Dies war für den TVSW nicht mehr interessant. In Abstimmung dem Sauerland Tourismus wurde eine Beteiligung an der Messe ausgeschlossen.

Eventuell soll als Alternative eine direkte Verteilung des Magazins „Auf ins WaldReich“ an Haushalte gemäß den Sinus-Milieus erfolgen. Der langjährige TVSW-Partner Tambiente (unter anderem Anbieter mehrere Urlaubsmagazine und einer Urlaubswebsite, aber auch Messevertretung) z. B. hat solche Angebote. Zielgebiete wären dann das Ruhrgebiet, Köln, Düsseldorf und Frankfurt.

Die Planungen für die TourNatur laufen Anfang des Jahres wieder an. 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.

EIGENE MAßNAHMEN UND PROJEKTE

Qualitätsentwicklung

Die Querschnittsaufgabe Qualitätsentwicklung wurde im Jahr 2022 beim Touristikverband Siegerland-Wittgenstein e. V. weiterhin in den Fokus gerückt. 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.

Dabei lag das Augenmerk nicht nur auf den klassischen Qualitätsstandards im Bereich der Zertifizierung und Klassifizierung der Unterkünfte von Gastgeber:innen, sondern auch auf der qualitativen Weiterentwicklung des TVSW im Rahmen von ServiceQualität Deutschland.

ServiceQualität Deutschland

Sachstand 2022

ServiceQualität Deutschland (SQD) gibt es seit dem Jahr 2001 und dient der Unterstützung bei der Verbesserung der Servicequalität. Mithilfe von drei Qualitätstechniken (Stärken-Schwächen-Analyse, Kundenkommunikation und Servicekette) soll zwischen 2021 und 2024 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 Zufriedenheit der Mitarbeiter:innen zu steigern.

Ausgehend von dieser Analyse des TVSW mittels der Qualitätstechniken hat das Team im Oktober 2021 drei Maßnahmen definiert, die bis Oktober 2022 umgesetzt wurden. Im Oktober 2022 wurden dann zwei neue Maßnahmen für das kommende Jahr definiert.

Maßnahmen Okt. 2021-2022

- Corporate Design
- Corporate Wording
- Leitbild

Maßnahmen Okt. 2022-2023

- Social-Media-Konzept
- B2B-Website

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Maßnahmen Okt. 2021-2022 aufgeführt.

Corporate Design

Damit der TVSW einen einheitlichen, fest definierten Auftritt nach außen aufweisen kann, wurde ein Corporate Design Manual (CD-Manual) erstellt. Das Corporate Design Manual gilt als Vorgabe und Handlungsanleitung für die Verwendung der Gestaltungselemente der Marke „Deutschlands inspirierende Outdoorregion“ und legt die Nutzung des Logos, der Schriftfarbe und -art, von Bildern und legt die Nutzung von Gestaltungselementen wie Illustrationen und Icons fest. Darüber hinaus wurden eine Powerpoint-Vorlage und ein Briefbogen auf Basis des neuen CD-Manuals erstellt. Ebenfalls wurden im Rahmen des Prozesses die Visitenkarten und die jeweiligen Signatur aller Mitarbeiter:innen überarbeitet.



Corporate Wording

Im Rahmen der Qualitätsentwicklung von ServiceQualität Deutschland hat sich der TVSW unter anderem auch dem Thema Corporate Wording gewidmet. Bei dieser Maßnahme wurde der Fokus auf die Themenfelder geschlechtergerechte Sprache und die Ansprache „Du“ und „Sie“ gelegt.



Der TVSW möchte künftig auf eine gerechte und faire Sprachen achten.

Aus diesem Grund wird der TVSW den Gender-Doppelpunkt verwenden, wenn keine neutralen Begriffe oder Umschreibungen möglich sind. Der Doppelpunkt hat den Vorteil, dass er alle Menschen einschließt und niemanden ausnimmt. Gleichzeitig ist er auch im Bereich der Barrierefreiheit von Vorteil, da alle gängigen Screenreader den Doppelpunkt ignorieren. Wichtig ist, trotzdem immer auch die grammatikalische Richtigkeit der Sprache zu achten.

Ein weiteres Themenfeld ist die Ansprache mit „Du“ oder „Sie“. Der TVSW hat erkannt, dass eine klare Richtlinie erforderlich ist, um mit der Ansprache „Du“ und „Sie“ verantwortungsbewusst umzugehen. Es wurde folgendes entschieden:

Ansprache mit „Du“:

- Social Media
- Website
- Anfragen (Verzicht auf persönliche Anrede, stattdessen allgemein gültige Anrede wie „Willkommen im WaldReich“ oder „Gemorje! Schur! Gon Dach“)
- Touristische Ortsstellen
- Tourismus NRW e. V

Ansprache mit „Sie“:

- Externe Partner:innen (z. B. Gastgeber:innen, Leistungsträger:innen, Kooperationspartner:innen)
- Presse und Medien
- Personen aus der Politik (sollten uns diese über Social Media kontaktieren, wird die direkte Ansprache vermieden)

Leitbild

Immer dort, wo unterschiedliche Menschen in einer Organisation zusammenarbeiten, ist es hilfreich, Grundsätze für die Zusammenarbeit zu definieren und für alle schriftlich festzuhalten, um sie im Gedächtnis behalten zu können. Diese Grundsätze sollen von den Leitungspersonen aktiv vorgelebt und von den Mitarbeiter:innen übernommen werden.



Mit einem Leitbild lassen sich Missverständnisse vermeiden, die sich negativ auf das Arbeitsklima und damit auf den Erfolg des TVSW auswirken können. Außerdem dient es neuen Mitarbeiter:innen dazu, sich schnell in das Team einfinden zu können.

Nach Umsetzung der beschriebenen drei Maßnahmen im Herbst 2022 wurden im Oktober zwei neue Maßnahmen ausgewählt, deren Umsetzung zwischen Oktober 2022 und Oktober 2023 stattfinden wird. Folgende zwei Maßnahmen wurden definiert:

Social Media Konzept

Die digitale Präsenz des TVSW soll auf Social Media professionalisiert werden. Dazu wird die REACT-EU-Förderung genutzt, um ein Social-Media-Konzept erstellen zu lassen. (Siehe dazu Projekt „Social-Media-Konzept“, S. 43.)

B2B-Website

Zurzeit ist der B2B-Bereich auf der Endkund:innen-Website www.siegen-wittgenstein.info integriert. Da die Projekte und Maßnahmen des B2B-Bereichs ständig wachsen, sollen die Inhalte auf eine separate B2B-Website ausgelagert werden.

Die Website soll später übersichtlich und modern im Corporate Design des TVSW gestaltet sein und über eine gute Suchfunktion verfügen. Es soll zwischen einem öffentlich-informativen Imageteil und einem passwortgeschützten Arbeitsbereich unterschieden werden. Mit Hilfe dieser Maßnahme möchte sich der TVSW als starker, verlässlicher und professioneller Partner der Tourismus- und Freizeitwirtschaft darstellen und transparent über seine vielfältigen Angebote informieren.

In 2023 wird es eine Ausschreibung für das Konzept und die Umsetzung geben.

Ausblick 2023

Im Jahr 2023 werden die zwei neuen Maßnahmen bis Oktober umgesetzt und dann wird es in die dritte Stufe von SQD gehen. Es werden erneut Maßnahmen definiert, die zwischen Oktober 2023 und Oktober 2024 umgesetzt werden

Quality wins – Der Qualitätsbericht für Siegen-Wittgenstein

Sachstand 2022

Seit Juli 2022 gibt es einen Qualitätsbericht für die Tourismusregion Siegen-Wittgenstein. Der Qualitätsbericht erscheint Quartalsweise und informiert über das Meinungsbild der Outdooractive-Community zu den Produkten sowie der Google-Community zu den Tourist-Informationen und dem TVSW. Außerdem beinhaltet der Bericht die aktuellen Zahlen und Entwicklungen zu Onlinebuchbarkeit. Jeder Qualitätsbericht informiert zudem über aktuelle Projekte oder Qualitätsinitiativen wie beispielsweise das Projekt „Gastgeber im Rampenlicht – neue Bilderwelten“ (siehe S. 37), den aktuellen Stand bei Klassifizierungen und Zertifizierungen (siehe S. 23) oder den Status Quo bei der Datenqualität im TOMAS Plus.

Ausblick 2023

Im Jahr 2023 wird der Qualitätsbericht fortgeführt.

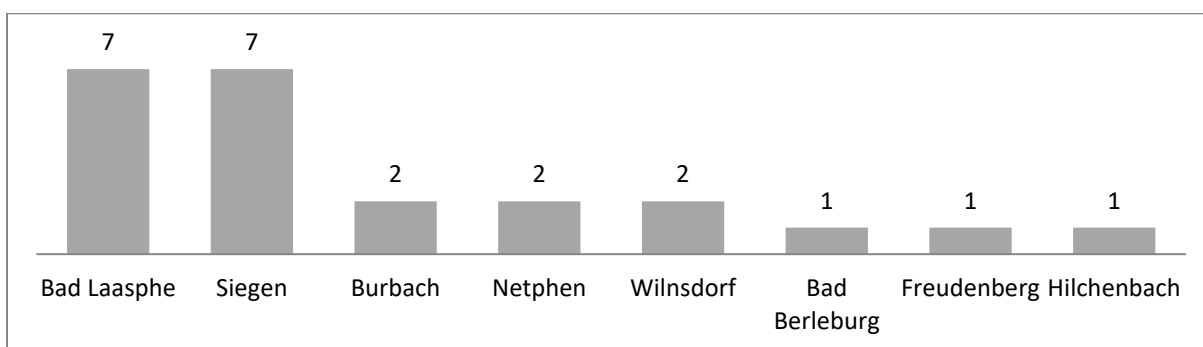
Klassifizierungen und Zertifizierungen von Beherbergungsbetrieben

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. Im Laufe des Jahres 2022 hat die Region Siegen-Wittgenstein drei Gastgeber:innen verzeichnen können, die sich neu zertifizieren oder klassifizieren haben lassen.

Sachstand 2022

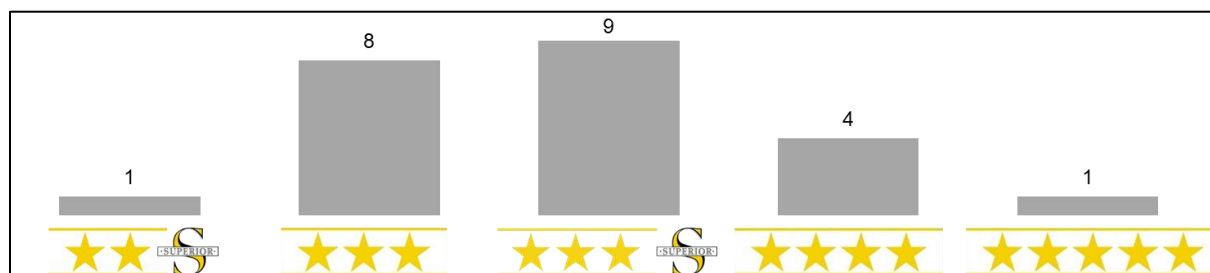
DeHoGa-Hotel-Klassifizierung

Im Laufe des Jahres 2022 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 mit fünf Sternen.



Sterne-Verteilung bei DeHoGa-klassifizierten Hotels

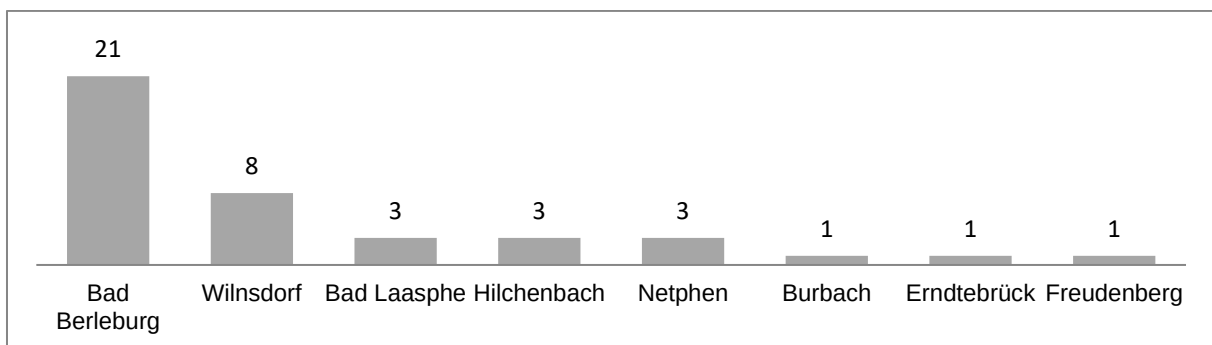
DeHoGa-G-Klassifizierung

Dies ist die Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe & Pensionen, die mehr als neun Gästebetten und nicht mehr als 20 Gästezimmer haben. Es gibt in Siegen-Wittgenstein drei Betriebe in Netphen, die mit 3 Sternen der G-Klassifizierung ausgezeichnet sind.

DTV-Klassifizierung

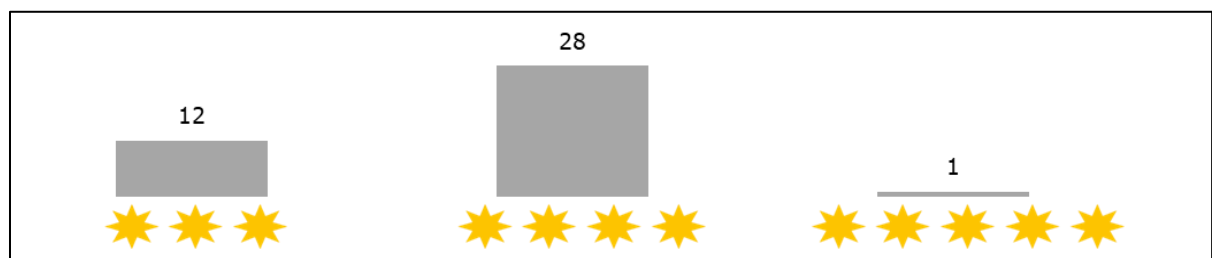
Für Ferienwohnungen, -häuser und -zimmer besteht die Möglichkeit, sich nach den Richtlinien des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) klassifizieren zu lassen.

Im Laufe des Jahres 2022 waren in Siegen-Wittgenstein 31 Gastgeber:innen mit 41 Objekten klassifiziert. Eine Gastgeberin davon ist ganz neu im Jahr 2022 hinzugekommen. 2021 waren noch 34 Gastgeber mit 45 Objekten klassifiziert. Neben der Aufgabe des Unterkunftsbetriebes aus Altersgründen, haben sich einige Gastgeber:innen in diesem Jahr gegen eine erneute Klassifizierung entschieden, da sie entweder während der vergangenen zwei Jahre auf Langzeitvermietung umgestellt haben oder der Mehrwert der Klassifizierung aktuell nicht gesehen wird. Viele Gastgeber:innen haben den Mehrwert und die hohe Bedeutung von Bewertungen auf Buchungsportalen erkannt und konzentrieren sich nun eher darauf, dort positive Bewertungen zu erhalten, um dadurch mehr Buchungen zu generieren.



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 21 DTV-klassifizierten Objekten liegt Bad Berleburg an der Spitze, gefolgt von Wilnsdorf mit acht Objekten. Bad Laasphe, Hilchenbach und Netphen verzeichnen jeweils drei Objekte und Burbach, Erndtebrück und Freudenberg jeweils ein Objekt. In Kreuztal, Neunkirchen und Siegen sind keine Unterkünfte klassifiziert.

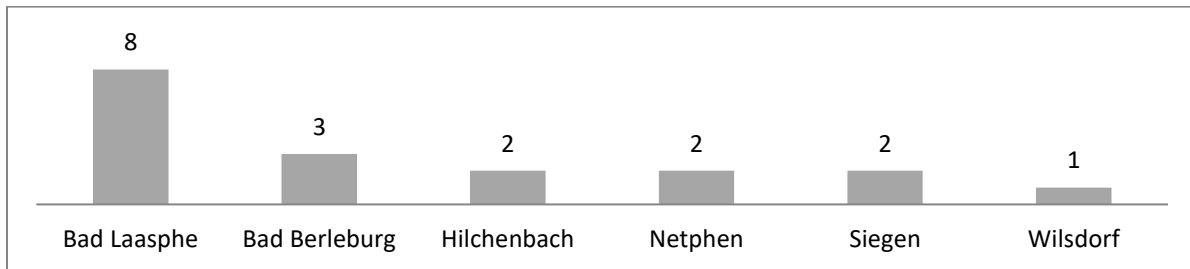


Sterne-Verteilung bei DTV-klassifizierten Unterkünften

Der überwiegende Anteil an DTV-klassifizierten Objekten ist mit vier Sternen klassifiziert. Insgesamt fielen 2022 28 Unterkünfte in die Kategorie vier Sterne, 12 Unterkünfte waren mit drei Sternen und eine mit fünf Sternen klassifiziert.

„Bett+Bike“

Im Laufe des Jahres 2022 waren 18 Unterkunftsbetriebe mit dem Qualitätssiegel „Bett+Bike“ und ein Betrieb zusätzlich auch mit dem Qualitätssiegel „Bett+Bike Sport“ zertifiziert.

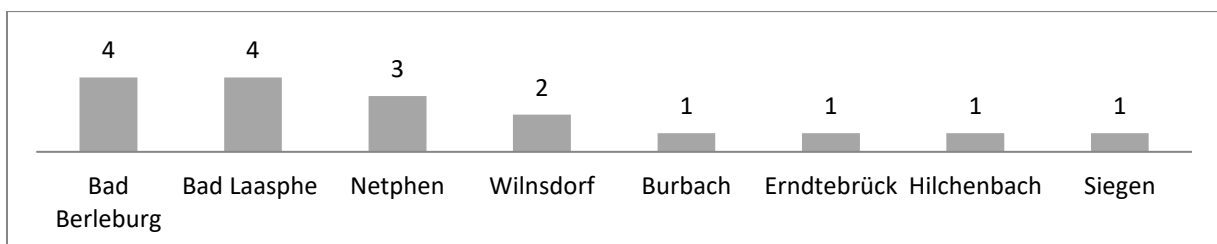


Anzahl zertifizierter Objekte „Bett+Bike“ je Kommune

„Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“

Im Laufe des Jahres 2022 waren 17 Betriebe mit dem Qualitätssiegel „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ zertifiziert. Einer der Betriebe ist ganz neu im Jahr 2022 hinzugekommen.

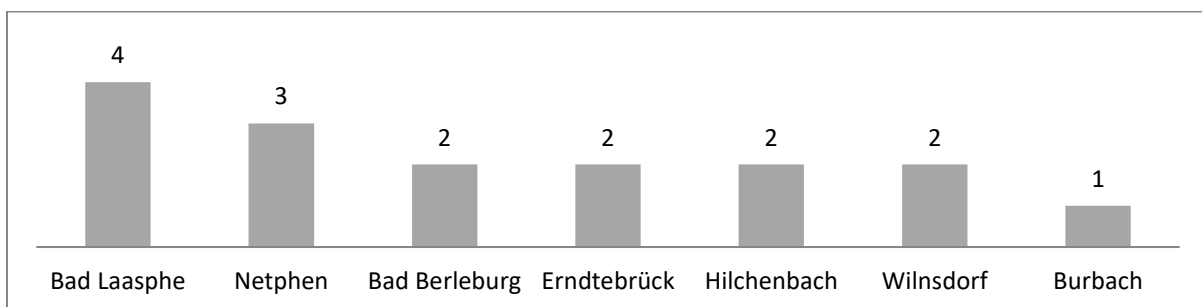
Die meisten zertifizierten Betriebe weisen Bad Berleburg und Bad Laasphe mit jeweils vier Betrieben auf. In Netphen gibt drei Betriebe, die das Qualitätssiegel „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ tragen, in Wilsdorf zwei und in Burbach, Erndtebrück, Hilchenbach, und Siegen liegt jeweils nur ein zertifizierter Unterkunftsbetrieb.



Anzahl zertifizierter Objekte „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ je Kommune

„Qualitätsgastgeber Rothaarsteig“

Im Laufe des Jahres 2022 waren 16 Betriebe mit dem Qualitätssiegel „Qualitätsgastgeber Rothaarsteig“ zertifiziert. Einer der Betriebe ist ganz neu im Jahr 2022 hinzugekommen. Somit lässt sich hier ein geringes Wachstum feststellen.



Anzahl zertifizierter Objekte „Qualitätsgastgeber Rothaarsteig“ je Kommune

Ausblick 2023

Qualitätssiegel sind ein objektives Siegel für geprüfte Qualität. Es zeichnet sich jedoch gerade im Bereich der Ferienwohnungen, -häuser und -zimmer ein Rückgang der Klassifizierungen ab, da der Fokus auf Onlinebewertungsportale gelegt wird. Qualitätssiegel wie „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“, „Qualitätsgastgeber Rothaarsteig“ und „Bett+Bike“ hingegen helfen Unterkünften dabei, eine Zielgruppe gezielter anzusprechen. Als Outdoorregion mit einem umfangreichen und qualitativ hochwertigen Wanderangebot sowie einem „Premi-umwanderort“ ist uns daran gelegen, der Region zu einer größeren Sichtbarkeit im Deutschlandtourismus zu verhelfen, was durch Betriebe mit wanderbezogenen Qualitätssiegeln unterstützt werden kann.

Folglich wird im Rahmen der Qualitätsentwicklung des TVSW der Fokus auch im Jahr 2023 auf den Ausbau qualitätsgeprüfter Unterkunftsbetriebe gelegt.

Onlinebuchbarkeit der Gastgeber:innen in Siegen-Wittgenstein

Sachstand 2022

Der TVSW bietet Gastgeber:innen 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 TOMAS-System erhalten die Gastgeber:innen die bestmögliche Präsentation ihrer Unterkunft auf dem Online-Reisemarkt. Neben der Darstellung auf der örtlichen Homepage und der des TVSW werden die Gastgeber:innen auch an das angebundene Vertriebsnetzwerk übermittelt, das aus den wichtigsten Online-Buchungsportalen besteht. Als Servicepartner steht dem TVSW die Onlinebuchung Service GmbH (OBS) zur Verfügung.

Zu Beginn des Jahres 2022 bestand zwischen der OBS und 13 Gastgeber:innen ein Vertrag, um über das TOMAS-System buchbar zu werden. Weitere 19 Gastgeber:innen unterzeichneten den Vertrag zur Onlinebuchbarkeit im Verlauf des Jahres, sodass bis Ende 2022 insgesamt 32 Gastgeber:innen online buchbar sind. Diese 32 Gastgeber:innen erhielten im Jahr 2022 insgesamt 817 Buchungen über das TOMAS-System, verzeichneten 4.511 Personennächte¹ und generierten einen Umsatz von ca. 152.000 Euro.

Im Jahr 2022 hat der TVSW eine Informationsveranstaltung zum Thema Onlinebuchbarkeit angeboten. Die Veranstaltung fand am 8. September im Kreishaus in Siegen statt und verbuchte fünf Teilnehmer:innen.

Ausblick 2023

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

¹ Personennächte = vermittelte Übernachtungen (Personen*Nächte)

Nachhaltigkeit in Siegen-Wittgenstein

Nachhaltigkeitsbewertung der Tourismusregion Siegen-Wittgenstein

Sachstand 2022

Gemeinsam mit Lea Matern von der Hochschule Rhein-Waal wurde der Status Quo der Nachhaltigkeit in Siegen-Wittgenstein untersucht. Lea Matern verfasste dazu ihre Bachelorarbeit zu folgendem Thema: *„Nachhaltigkeitsbewertung der Tourismusregion Siegen-Wittgenstein. Ist-Analyse und Handlungsbedarf auf dem Weg zu einem „Nachhaltigen Reiseziel““*.

Die Ergebnisse der Bachelorarbeit gliedern sich in die Anfangsphase der Implementierung von Nachhaltigkeit hin zur Nachhaltigkeitszertifizierung. Die Arbeit gibt einen allgemeinen Überblick zur aktuellen Lage und darauf basierend werden Handlungsempfehlungen dargelegt, die für den weiteren Prozess von Relevanz sein werden.

Ziel ist es, wichtige theoretische Grundlagen zur Umsetzung, Messung und Kontrolle von Nachhaltigkeit in Destinationen zu vermitteln, um Siegen-Wittgenstein auf dem Weg zur TourCert-Zertifizierung „Nachhaltiges Reiseziel“ zu unterstützen. Siegen-Wittgenstein ist geprägt durch komplexe Strukturen, die die Entwicklung beeinflussen können. Im Rahmen der Bachelorarbeit wurde festgestellt, inwiefern bereits nachhaltige Praktiken umgesetzt werden. Daraus wurde abgeleitet, in welchen Bereichen Handlungsbedarf besteht, in welchem Umfang dieser notwendig ist und welche Empfehlungen letztendlich relevant sind.

Die Befragung lief vom 2.-31. Mai 2022. Trotz umfangreicher Bemühungen konnte im Rahmen der empirischen Untersuchung nicht ansatzweise die erhoffte Beteiligung erreicht werden. Es nahmen lediglich 48 der 580 kontaktierten wirtschaftlich agierenden Unternehmen teil. Daher musste festgestellt werden, dass die Ergebnisse nicht repräsentativ sind und keine konkreten Rückschlüsse auf die Nachhaltigkeitsperformance der Destination gezogen werden können.

Grundsätzlich ergab die Auswertung, dass zwar einige Unternehmen schon nachhaltige Maßnahmen anwenden, aber dennoch ein großes Verbesserungspotential erkennbar ist. Die Tourismusregion Siegen-Wittgenstein wurde im Rahmen der verfügbaren Daten als „wenig nachhaltig“ eingestuft. Es kann festgestellt werden, dass die Performance in der ökonomischen Dimension am besten abgeschnitten hat und die beiden anderen Dimensionen (Ökologie und Soziales) deutliches Verbesserungspotential aufweisen. Hier konnten die bestimmten Zielsetzungen nicht erreicht werden. Daher wurde im Rahmen der Handlungsempfehlungen auf diese spezifisch geachtet.

An dieser Stelle sollte allerdings hervorgehoben werden, dass das Ergebnis der Empirie ein erstes Stimmungsbild der tourismusbezogenen Unternehmen aufzeigt. Des Weiteren wurden Kontakte für mögliche Partnerschaften für den weiteren Zertifizierungsprozess mit TourCert akquiriert. Durch die zahlreichen Bemühungen auf die Umfrage aufmerksam zu machen, wurde zudem das Thema in der Region gestreut und der TVSW erhofft sich, dass sich mehrere Betriebe mit Nachhaltigkeit auseinandersetzen.

Die Handlungsempfehlungen ergaben, dass der TVSW vor allem eine Informations- und Vermittlungsfunktion übernehmen muss, damit weitere Fortschritte möglich sind. Dazu gehört das Organisieren von Schulungen der Betriebe und der eigenen Mitarbeiter:innen bis hin zur Kommunikation von konkreten Maßnahmen zur Ressourceneinsparung.



Bachelorarbeit
lesen



Ausblick 2023

Die Erkenntnisse der Bachelorarbeit sowie die abgeleiteten Handlungsempfehlungen fließen in den Prozess der Nachhaltigkeitszertifizierung ein.

TourCert-Zertifizierung als „Nachhaltiges Reiseziel“

Sachstand 2022

Die Besucher:innen, die zu uns kommen, sollen die Natur und unsere Kultur mit allen Sinnen erleben und nach ihrem Urlaub die Region Siegen-Wittgenstein „mit nach Hause nehmen“, auch unter Berücksichtigung eines nachhaltigen Lernens. Um dies zu ermöglichen, ist eine hohe Qualität unserer Unterkünfte und Dienstleistungen wie auch von Natur und Landschaft für uns von zentraler Bedeutung. Um dem Thema Nachhaltigkeit und dem damit verbundenen Prozess die nötige Wichtigkeit zu geben, wurde im Dezember 2022 die Zertifizierung „Nachhaltiges Reiseziel“ mit TourCert angestoßen.

Das Programm basiert auch auf den GSTC-D und umfasst acht Abschnitte. Die Zertifizierung basiert auf einer guten Zusammenarbeit zwischen den teilnehmenden lokalen Tourismusbetrieben und dem TVSW. Grundsätzlich führt der TVSW selbst einen Nachhaltigkeitsprozess durch und fungiert damit als Vorbild. Weiterführend leitet er die Implementierung von Nachhaltigkeit innerhalb von Siegen-Wittgenstein und unterstützt die touristischen Leistungsträger:innen bei der Umsetzung. Das Herzstück der Zertifizierung bildet der Nachhaltigkeitsrat, welcher die Maßnahmen und Ziele des Nachhaltigkeitsprozesses überprüft und beratend unterstützt. Er wird gebildet aus Vertreter:innen des TVSW und der Partnerbetriebe. Dadurch wird bereits der partizipative Ansatz deutlich, der zu einem gemeinsamen Erfolg führen soll.

Ausblick 2023

Im kommenden Jahr wird der Zertifizierungsprozess weitergeführt.

Touristische Infrastrukturvorhaben

Die Bearbeitung der Qualitätssicherung und -entwicklung der touristischen Infrastrukturprodukte auf Ebene des Kreises obliegt ausschließlich dem stellvertretenden Geschäftsführer des TVSW.

Die Bearbeitung der o.g. Themenbereiche sowie der im Folgenden aufgeführten Projekte/Maßnahmen erfolgt unter dem Dach des Referats des Landrates für den Kreis Siegen-Wittgenstein.

Siegen-Wittgenstein: Profilierung als Wanderregion

Sachstand 2022

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 dreizehn 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:



Foto: Sophie Manche

Qualitätswanderweg „Zinser Grenzpfad“
(Erndtebrück)

Neuzertifizierungen in Vorbereitung:



Foto: Klaus-Peter Kappest

Kindelsbergpfad
(Kreuztal)



Foto: Achim Meurer

Trupbacher Heide
(Siegen)

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: in Bearbeitung

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

Sachstand 2022

Die Arbeiten ruhten im Jahr 2022 aufgrund der Auswirkungen der Borkenkäferkalamität auf die Routenführung sowie eingeschränkter Zeitkapazitäten.

Ausblick 2023

Auf Basis der Ergebnisse der zweiten Vorabzertifizierung aus dem Sommer 2021 wird nun die Benehmensherstellung mit den von der Routenführung betroffenen Eigentümer:innen angestrebt. Zunächst soll dieses in persönlichen Gesprächen, dann über das offizielle Verfahren des SGV erfolgen. Das Benehmensverfahren gliedert sich somit in zwei aufeinander aufbauende Phasen:

- 1) Vorab-Ansprache von besonders betroffenen Eigentümer:innen, 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:innen die Möglichkeit, flurgenau Einblick 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 2022

Die Arbeiten ruhten im Jahr 2022 aufgrund der Auswirkungen der Borkenkäferkalamität auf die Standortsuche sowie eingeschränkter Zeitkapazitäten.

Im Dezember des Jahres 2022 wurden die Touristiker:innen der Kommunen erneut kontaktiert und um Überprüfung der im Frühjahr 2021 gemeldeten sowie ggf. um die Benennung von weiteren potenziell geeigneten Standorten zur Einrichtung von Trekkingplätzen gebeten.

Ausblick 2023:

Überprüfung der gemeldeten Standorte, was u. a. Begehungen vor Ort und den Einbezug der zuständigen Fachbehörden notwendig macht. Benehmensherstellung mit den Flächeneigentümer:innen.

In der Mittelanmeldung für das Jahr 2023 wurde die Einrichtung von sechs Standorten in Höhe der kalkulierten Gesamtkosten berücksichtigt.

Rad-Aktionstag „Siegtal pur – Autofreies Siegtal“

Sachstand 2022

Der Rad-Aktionstag hat am Sonntag, 03.07.2023, stattgefunden.

Ausblick 2023:

Die Planungen für das Jahr 2023 sind angelaufen. Nach der verkürzten Strecke im Jahr 2022 wird die Veranstaltung im Jahr 2023 im Kreisgebiet wieder in Netphen enden. Aufgrund von Straßenbauarbeiten erscheint eine Anbindung der Siegquelle in diesem sowie auch den Folgejahren als unwahrscheinlich.

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:innen zu leisten und bei anderen zukunftsfähigen Leistungen mitzuwirken.
2. Gastgeber:innen 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:innen und weitere involvierte Partner:innen sichergestellt werden.

Die Unterstützung der Gastgeber:innen 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:innen 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 2022

Im September 2022 wurde das Projekt erfolgreich abgeschlossen.

Einrichtung der Gastgeberdatenbanken

Die Städte Bad Berleburg, Bad Laasphe, Netphen und Siegen sowie die Gemeinden Burbach, Erndtebrück und Wilnsdorf haben bereits 2021 ihre Gastgeberdatenbanken in Betrieb genommen. Die Städte Freudenberg, Hilchenbach und Kreuztal sowie die Gemeinde Neunkirchen haben im ersten Halbjahr 2022 sukzessive die Gastgeberdatenbank auf den jeweiligen Homepages in Betrieb genommen.

Seit Abschluss des Projektes im September 2022 kann der Kreis Siegen-Wittgenstein eine einheitliche Online-Darstellung aller Gastgeber:innen vorweisen.

Webinare

Zwischen dem 20. Januar und dem 3. Februar 2022 wurden weitere drei Webinare für die Gastgeber:innen in Siegen-Wittgenstein angeboten.

Die Webinare haben zu den folgenden Themen stattgefunden:

- 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 Sommer 2022 wurde 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:innen. Der Leitfaden soll als Hilfestellung für andere Destinationen gelten, die den Prozess der Digitalisierung ihrer Gastgeber:innen noch vor sich haben.



Leitfaden lesen



REACT-EU

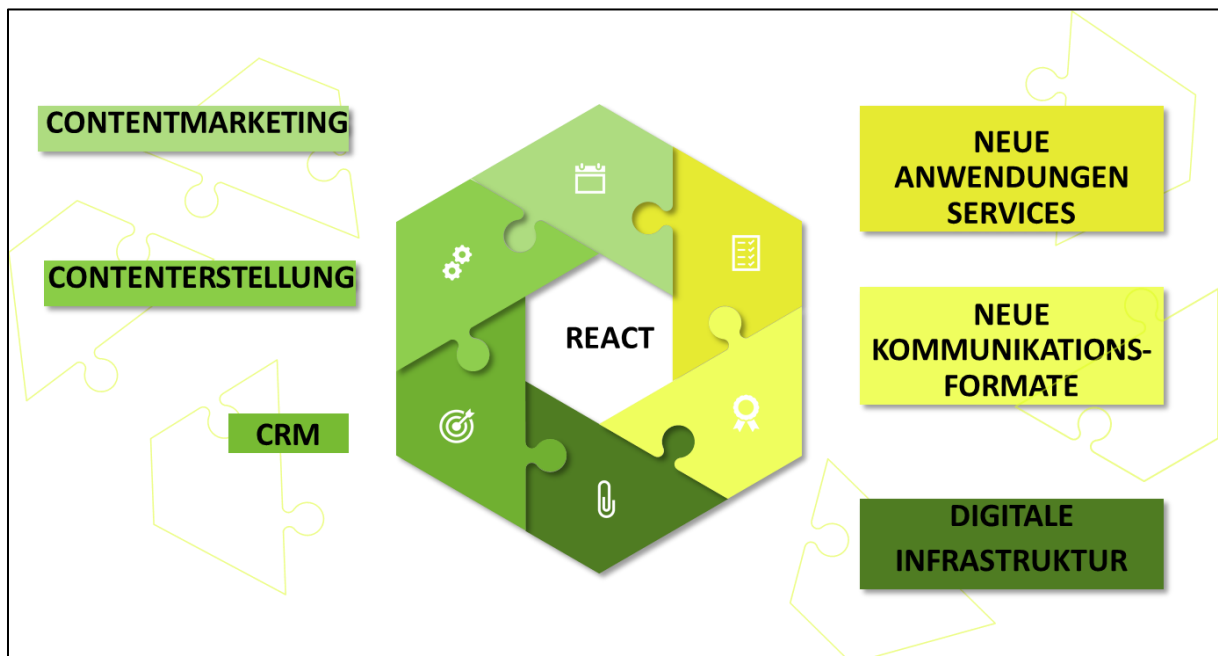
Sachstand 2022

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

Projekt „Digitalscouting – 10.000 Bilder für Südwestfalen“

Im Rahmen des Projektes REACT-EU 1b.1 „10.000 Bilder für Südwestfalen“ wurde für Deutschlands inspirierende Outdoorregion in allen elf Städten und Gemeinden des Kreises Siegen-Wittgenstein Bildmaterial und weiterer digitaler Content erstellt.

Abgelichtet wurden: Sehenswürdigkeiten, Themen und Angebote mit touristischer Relevanz unter Berücksichtigung der SINUS-Milieus durch Digitalscouts. Achim und Monika Meurer bereisten 18 Wochen lang die Region, auf der Suche nach vorgegebenen Content-Arten (Inhalten) und touristisch relevanten Content. Dieser wurde in Wort und Bild erfasst, so dass er im bestehenden ContentManagementsystem (CMS) für die regionalen Akteur:innen zur weiteren Bearbeitung und Nutzung zur Verfügung steht.



Ausblick 2023

Das Projekt hat erwartungsgemäß umfassende Daten und Erkenntnisse geliefert. Diese wurden in einem regionalen Abschlussbericht und zur Dokumentation des Projektes zusammengefasst.

2023 sollen den Städten und Gemeinden individuelle Feedbacks ausgestellt und übermittelt werden. Diese sind bereits in Bearbeitung.

Jeder Ort erhält auf Wunsch ein individuelles Abschlussgespräch, in dem die örtlichen Potentiale erläutert und die Projektergebnisse besprochen werden. Ergänzt wird das Feedback durch die Übergabe des offen lizenzierten Bildbestandes, eine Flyerbibliothek, ein Ideenspeicher, einen Mängelmelder und Vorschläge für ein weiteres Vorgehen.

Projekt „Gastgeber im Rampenlicht neue Bilderwelten“

Gastgeber:innen sind das essentielle Herzstück einer Destination. Bereits in der gemeinsamen Strategie 2019+ von Sauerland-Tourismus e. V. und dem Touristikverband Siegerland-Wittgenstein e. V. wurden die vor allem familiengeführten Betriebe und die Vielzahl an Ferienwohnungen als wichtiger Markenwert beschrieben.

2021 wurden alle Gastgeber:innen in einer gemeinsamen Datenbank zusammengeführt, um sie in einheitlicher Qualität den Besucher:innen zu präsentieren und auch, um den Gastgeber:innen die Möglichkeit zu geben, an die großen Buchungsportale angebunden zu werden.

Bislang erreichten wir die gewünschte einheitlich gute Qualität bei den Bildern der Gastgeber:innen, die diese zur Vermarktung einsetzen, leider noch nicht durchgehend.

Ziel dieser Förderung war es daher, vermarktungsfähigen, das heißt offen lizenzierten Content in sehr guter Qualität aus dem Bereich Gastgeber:innen zu erstellen. Hierzu erhielten allen Gastgeber:innen der Region, die im Gastgeberportal der Region angeschlossen sind, ein Angebot für ein Fotoshooting.

Insgesamt standen 140 Fotoshootings zu Verfügung, von denen 50 Shootings in Wittgenstein, 70 im Nördlichen Siegerland und 20 im Südlichen Siegerland angeboten wurden. Gut 80 Prozent der verfügbaren Shootings wurde umgesetzt. In Wittgenstein wurden beinahe alle möglichen Shootings durchgeführt, im nördlichen Siegerland knapp drei Viertel und im südlichen Siegerland 65 Prozent.

Knapp 800 neue Fotos sind im Rahmen des Projektes entstanden und fast 100 Gastgeber:innen in Siegen-Wittgenstein haben das kostenlose Angebot genutzt und ihre Ferienunterkunft professionell ablichten lassen. Damit ist ein Drittel aller Gastgeber:innen nun mit neuem und eindeutig lizenziertem Fotomaterial ausgestattet, mit dem es werben kann.



© Tobias Vollmer

Ausblick 2023

Zwar konnte durch das Förderprojekt eine große Anzahl an Gastgeber:innen erreicht werden, dennoch wird der Bedarf auch 2023 weiterhin bestehen.

Hier sollten vor allen Dingen die zuständigen Ortsstellen für den Wert offen lizenzierter und hochwertiger Bilder weiter sensibilisiert werden, um im Idealfall ein dauerhaftes Angebot für neue Beherbergungsbetriebe aufrechterhalten zu können.

Projekt „Imagevideos Sauerland und Siegen-Wittgenstein“

Im Rahmen einer gemeinsamen Ausschreibung mit dem Sauerland Tourismus konnte Marco Polo als Partner für die Umsetzung eines kurzen Imagefilms für Siegen-Wittgenstein gewonnen werden.

Ausgehend von den wissenschaftlich fundierten Glücksmotiven für die Zielgruppe Adaptiv-Pragmatische Mitte wurde ein Filmkonzept erstellt, dass die Glücksmomente im regionalen Kontext visualisiert.

Hierbei standen weniger die örtlichen Gegebenheiten, als vielmehr die gemeinsam verbrachte Zeit und die gemeinsam erlebten kleinen Glücksmomente der Zielgruppe im Vordergrund.



Ausblick 2023

Das Video kann sowohl im Kontext von Messen eingesetzt werden, als auch im Rahmen eines neukonzeptionierten YouTube-Auftrittes (Projekt „Social-Media-Konzept“, S. 43) als Startervideo fungieren. Folgevideos können thematisch spezifischer darauf aufbauen. Zudem werden einzelne Snippets (Einzelszenen) zugeiefert, so dass auch diese für den Einsatz in sozialen Medien dienen können.

Projekt „Erklärvideo Radeln nach Zahlen“

Gemeinsam mit dem Sauerland Tourismus wurde ein Erklärvideo für die Nutzung des „Radeln nach Zahlen“-Systems erstellt. Dieses wurde veröffentlicht und kann in lokalen und regionalen Websites eingebunden werden.



Projekt „Bewerbung der Region Siegen-Wittgenstein auf Reiseportalen“

Die Tourismusregion Siegen-Wittgenstein hat das REACT-EU Programm genutzt, um neuen regionalen Content inklusive zweier Schwerpunktthemen, „Burgen und Schlösser“ und „Wandern & Rothaarsteig“, erstellen zu lassen. Ziel der gemeinsamen Maßnahme war es, potenzielle Urlauber:innen und Tagesausflügler:innen zu inspirieren und neuen Besucher:innen die attraktiven Ausflugsziele in Siegen-Wittgenstein vorzustellen. Sie sollten so zu einem Kurztrip, im Idealfall mit Übernachtung, animiert werden.

Die Zielgruppe des Sinus-Milieus der Adaptiv-Pragmatischen Mitte wurde zusätzlich über Instagram mit den Inhalten erreicht. Das Projekt wurde gemeinsam mit den Urlaubspiraten umgesetzt. Die regionale Bereisung (Piraten on Tour) konnte bei Instagram mitverfolgt werden. Über ein Gewinnspiel wurde zusätzliche Auf-

merksamkeit über Instagram generiert. Der Instagram-Beitrag von den Urlaubspiraten brachte folgendes Ergebnis:

- Reichweite: 35.374
- Impressionen: 52.002
- Interaktionen: 286

Hier kann der Beitrag „Siegen-Wittgenstein – Natur & historische Schlösser“ auf www.urlaubspiraten.de angeschaut werden:



Ausblick 2023

Zu Beginn des kommenden Jahres wird im Rahmen des Abschlussgespräches evaluiert, ob die Aktion erfolgreich war.

Projekt „Outdoorpauschale 4.0“

Im Rahmen einer Neuausrichtung im Marketing als Teil der touristischen Strategie 2019+ von Sauerland-Tourismus e. V. und dem Touristikverband Siegerland-Wittgenstein e. V. hat sich der TVSW gemeinsam mit seinen Partnern und mit Unterstützung durch das SINUS-Institut einer besseren Zielgruppenansprache anhand des Modells der SINUS-Milieus gewidmet.

Ein wesentlicher Bestandteil des zukünftigen Marketings ist die zielgruppengerechte Ansprache der einzelnen Milieus durch passende Angebote und Produkte. Dazu soll mit Hilfe von milieuspezifischer Marktforschung das Reisegebiet der Pauschalreisen genauer betrachtet werden.

Im Rahmen des Förderprogramms REACT-EU wurde gemeinsam mit dem Sauerland-Tourismus e. V. ein Projekt initiiert, dass entsprechend der Milieus einen Leitfaden zur zukünftigen Entwicklung von Pauschalen zum Ziel hat.

Dazu wurden vier Bausteine definiert, um ein Grundwissen über Angebot und Nachfrage zu erhalten.

- Baustein 1: qualitative Befragung von Pauschalreiseveranstaltern
- Baustein 2: quantitative Erhebung von Besucher:innen in Unternehmungen in Sauerland und in Siegerland-Wittgenstein
- Baustein 3: quantitative Erhebung von outdooraffinen Personen über Onlineplattformen
- Baustein 4: Entwicklung von Handlungs- und Umsetzungsempfehlungen

Die beiden quantitativen Erhebungen fanden im August und September 2022 statt. Befragt wurden im Rahmen von Baustein 2 in Betrieben entlang des Ruhrtal-Radwegs und in Rothaarsteig Qualitätsbetrieben. Es nahmen insgesamt 34 Besucher:innen an der Umfrage teil. Die Erhebung im Rahmen von Baustein 3 wurde unter anderem über den Deutschen Wanderverband, Top Trails Germany, fahrradreisen.de und den ADFC gestreut. Hier gab es 479 Rückläufer.

Ausblick 2023

Die Ergebnisse der Umfrage sowie die Leitfäden mit den Handlungs- und Umsetzungsempfehlungen werden bis März 2023 fertiggestellt.

Projekt „Homestaging für Gastgeber“

Der erste Eindruck zählt. Umso mehr, da durch vereinheitlichte Datensätze in Datenbanken eine verbesserte Vergleichbarkeit der Unterkünfte erreicht wird. Selbst kleinste Qualitätsmängel in der Außenpräsentation fallen nun noch schneller unangenehm auf.

Die Ansprüche von Urlauber:innen sind im digitalen Zeitalter höher geworden, das trifft auch auf die Zielgruppe der Adaptiv-Pragmatischen Mitte zu, die gerne in Siegen-Wittgenstein verweilen. Kann die Unterkunft optisch bei der digitalen Recherche der Besucher:innen nicht punkten, wird die Reiseentscheidung gegen sie ausfallen.

Eine Analyse der bestehenden Unterkünfte in Siegen-Wittgenstein hat gezeigt, dass sowohl bei der Einrichtung, als auch bei der Dekoration noch Potential besteht, um Besucher:innen nachhaltig zu überzeugen.

Vor dem Hintergrund, dass in einem weiteren Projekt Gastgeber:innen mit hochwertigem Fotomaterial ausgestattet werden sollen, ist es notwendig, sie im Vorfeld mit Know-how auszustatten, damit sie wissen, wie sie ihre Unterkunft bestmöglich gestalten, damit auch die Fotos ansprechend auf die potenziellen Besucher:innen wirken und die Gastgeber:innen sich vor allem im digitalen Wettbewerb optimal präsentieren können.

Der TVSW hat daher im Rahmen der REACT-EU-Förderung zwei Homestaging-Workshops für interessierte Gastgeber:innen angeboten. Es fand ein 90-minütiger Workshop in Siegen statt, an dem sechs Gastgeber:innen und zwei Touristiker:innen teilgenommen haben. Darüber hinaus wurde auch ein Online-Workshop angeboten, der von acht Gastgeber:innen und drei Touristiker:innen besucht wurde. Das Feedback der Teilnehmer:innen war ausschließlich positiv. Im Anschluss haben alle Teilnehmer:innen eine Checkliste erhalten, um die eigene Unterkunft zu überprüfen. Außerdem wurde der Online-Workshop aufgezeichnet, sodass dieser jederzeit durch interessierte Gastgeber:innen nachträglich angeschaut werden kann.

Zur Checkliste



Zur Aufzeichnung



Damit das Wissen nachhaltig für alle Gastgeber:innen in Siegen-Wittgenstein zur Verfügung steht, wurden auf Basis der Inhalte des Workshops im Anschluss an das Projekt zwei kurze Erklärvideos erstellt.

Homestaging – Einführung



Homestaging – praktische Tipps



Projekt „Anschaffung technischer Geräte“

Im Rahmen der REACT-EU-Förderung konnten die Mitarbeiter:innen der Geschäftsstelle mit neuen Noise-Canceling-Headsets ausgestattet werden. Dies erleichtert das Arbeiten vor allem in den Büroräumlichkeiten, die mit mehreren Personen besetzt sind.

Außerdem konnten einige Mitarbeiter:innen mit Tablets ausgestattet werden, um bei Außenterminen flexibler arbeiten zu können.

Projekt „Klärung interner Content-Strukturen“

Durch die REACT-EU- Förderung war es möglich, örtlichen Content in Benutzergruppen zuzuordnen.

Hilchenbach und Freudenberg entschieden sich für eine Destination Pro Lösung. Diese liefert die Grundlage für eine optimale Integration der Inhalte aus der Datenbank auf eine eigene Website. Zudem wird der eigene Content mit der richtigen Quelle dargestellt und die eigene lokale Marke erhält hierdurch zusätzliche Sichtbarkeit.

Da die BLB Tourismus GmbH diese Lösung schon länger nutzt, wurde der GmbH das Produkt Destination Pro + zur Verfügung gestellt, das sich vor allem durch erweiterte Statistiken auszeichnet und die Möglichkeiten der Anbindung eines CRM-Systems bietet. Auch Burbach, Neunkirchen und Wilnsdorf konnten sich durch ihren Zusammenschluss (Südliches Siegerland) für diese große Datenmanagementlösung entscheiden.

Ausblick 2023

Leider konnten sich auch im Rahmen der Förderung nicht alle Städte und Gemeinden dafür entscheiden, die entstehenden Folgekosten von 150 Euro im Monat für ein professionelles Datenmanagement zu übernehmen.

2023 wird zu regeln sein, welche Möglichkeiten diesen Orten künftig noch innerhalb der regionalen Datenbank zur Verfügung stehen können, und wie man dauerhaft die Aufgabe eines professionellen Datenmanagements bewältigen kann.

Ausblick 2023

Projekt „Social-Media-Konzept“

Zu Beginn des Jahres 2023 wird im Rahmen der REACT-EU-Förderung die Erstellung eines Social-Media-Konzeptes ausgeschrieben.

Mithilfe dieses Konzeptes soll der Social-Media-Auftritt des TVSW

- den digitalen Raum als Medium nutzen, um sich als Deutschlands inspirierende Outdoorregion darzustellen
- mit seiner Reichweite unter die TOP 5 der deutschen Mittelgebirge kommen
- Best-Practice Beispiele in den Bereichen Inspiration, Kundendialog und Outdoorinhalte liefern
- die Aufmerksamkeit der Kund:innen auf den TVSW lenken und damit die Neugier wecken
- für eine dauerhafte Kund:innenbeziehung sorgen, indem echte Mehrwerte geboten werden
- Begehrlichkeiten bei den Follower:innen des TVSW wecken und ihre Bedürfnisse ansprechen
- dazu animieren, das digital Erlebte selbst vor Ort zu erfahren.

Projekt „Usability Check“

Zu Beginn des Jahres 2023 wird im Rahmen der REACT-EU-Förderung ein Usability Check der Website des TVSW (www.siegen-wittgenstein.info) ausgeschrieben.

Der Usability Check soll technische Störer oder Mängel in der Struktur und dem Aufbau der Website identifizieren sowie inhaltlich Aussagen zur Funktion der Website und den hier präsentierten Angeboten liefern.

Ziel des Projektes ist die Identifikation wesentlicher Schwachstellen der Websiteperformance inhaltlich und technisch. Im Ergebnis soll demnach den Besucher:innen eine nachhaltig bessere User Experience auf www.siegen-wittgenstein.info ermöglicht werden.

INTERNE GREMIENARBEIT

Tourismusnetzwerk-Sitzungen

Sachstand 2022

Die Tourismusnetzwerk-Sitzungen dienen dem regelmäßigen Austausch zwischen dem TVSW und den touristischen Ortstellen sowie dem Naturpark. Aus jeder Ortsstelle und dem Naturpark nehmen Vertreter:innen 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 Ortsstellen 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 13. Januar, 6. April, 22. Juni und 29. September 2022 statt. Die ersten drei Sitzungen wurden aufgrund der COVID-19-Pandemie digital via Zoom durchgeführt. Die letzte Sitzung im September fand in der alten Vogtei in Burbach statt.

13. Januar:

- SGV Wabensystem, Benehmensverfahren und Pfosten
- Einführung Förderprojekt REACT-EU
- Regionale-Projekt „Grenzenlos“
- Planung eines Infotags zu Caravaning
- Sachstand bzgl. neues Magazin „WaldReich“
- Wissenswertes aus den Orten und Austausch

06. April:

- Förderprojekt REACT-EU
 - 1b.1 „10.000 Bilder für Südwestfalen“
 - 5.1 „Gastgeber im Rampenlicht – neue Bilderwelten“
- Advertorials
- Social Media
- Nachhaltige Tourismusregion
- Caravaning-Tag 2022
- Wissenswertes aus den Orten und Austausch

22. Juni:

- Wissenswertes aus den Orten
- Sachstand Förderprojekt REACT-EU
- REACT-EU 14 Benutzergruppen Outdooractive
- Vergabe Datenpflege

- Sachstand Printprodukte und Messen
- Überarbeitung Corporate Design
- Ergebnispräsentation Nachhaltigkeit
- Wissenswertes und Austausch

29. September:

- Begehung der Alten Vogtei
- Satzung TVSW
- Wissenswertes aus den Orten
- Sachstand Förderprojekt REACT-EU
- 1b.1 „10.000 Bilder für Südwestfalen“ – Digitalscouting
- 5.1 Gastgeber im Rampenlicht – neue Bilderwelten
- Rad-Knotenpunktnetz
- Ansprache und Gendern
- Verschiedenes

Ausblick 2023

Fortführung des regelmäßigen Austausches.

Marketingausschuss

Der Marketingausschuss berät den TVSW in Themen des Marketings und fungiert ergänzend zum Tourismusnetzwerk. Der Ausschuss wurde von der Vorstandschaft berufen. Die Zusammensetzung der Mitglieder:innen des Ausschusses erfolgte analog zu den in der Vorstandschaft vertretenen Organisationen und Institutionen.

Sachstand 2022

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

Eine Sitzung hat online via Zoom stattfinden können.

03. März:

- Vorstellung Marketingplan 2022
- „Gastgeber im Fokus“ – eine Projektbilanz
- Sachstand & Ausblick Förderprojekt „REACT-EU“
- Sachstand & Ausblick „Wanderprofilierung“ - Auswirkung Marketing
- Wissenswertes und Austausch
 - Caravaning-Tag
 - Magazin 2022
 - Fotoshooting Freudenberg
 - Blogger Burbach (Film)

Ausblick 2023

Aufgrund der Satzungsänderung wird es ab 2023 keinen Marketingausschuss mehr geben. Der Verein wird zukünftig einen Arbeitsausschuss haben, welcher die gemeinsame Arbeitsplattform der Orts- und Regionalebene in der Tourismusarbeit für Siegen-Wittgenstein darstellt.

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 Akteur:innen der Region Siegen-Wittgenstein vertreten.



Tourismus NRW e. V.

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



Naturpark Sauerland Rothaargebirge e. V.

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



Rothaarsteigverein e. V.

- Vorstandschaft
- AG Marketing



Lahntal Tourismus Verband e. V.

- Vorstandschaft (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 (2022)“
- Projekt „Bilderpool Südwestfalen“
- Runder Tisch „Willkommen in Südwestfalen“



REGIONALE 2025 Südwestfalen

- Beirat
- Projektpartner:innentreffen „Grenzenlos – touristische Infrastruktur nachhaltig managen“



LAG Region Wittgenstein e. V.

- Vorstandschaft



Wisent-Welt-Wittgenstein e. V.

- Vorstandschaft



Sparkassen-Tourismusbarometer Westfalen-Lippe

- Beirat
- Jury Sparkassen-Tourismuspreis



BLB Tourismus GmbH

- Beirat



TKS Bad Laasphe GmbH

- Beirat
-

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
Nachhaltigkeit
Zertifizierungen und DTV-Klassifizierung



Marietta Berg/Tatjana Mauelshagen (ab 01.07.2022)

Büroorganisation



Sarah-Kristin Löser

Auszubildende zur Kauffrau für Tourismus und Freizeit

Sachstand 2022

- Tatjana Mauelshagen hat das Büromanagement übernommen und verstärkt das Team seit dem 01.07.2022.
- Marietta Berg hat das Team verlassen und eine neue Stelle in der Kreisverwaltung angetreten.

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