



IMPRESSUM

Herausgeber:

Touristikverband Siegen-Wittgenstein e. V., Koblenzer Str. 73, 57072 Siegen
tvsw@siegen-wittgenstein.de, www.siegen-wittgenstein.info, www.siwi-b2b.info

Gestaltung: Touristikverband Siegen-Wittgenstein e. V.

Coverfoto: Klaus-Peter Kappest / Touristikverband Siegen-Wittgenstein e. V.

INHALT

VORWORT	1
ZAHLEN UND STATISTIKEN	2
MARKETING	5
EIGENE MAßNAHMEN UND PROJEKTE.....	19
FÖRDERPROJEKTE	32
INTERNE GREMIENARBEIT	35
EXTERNE GREMIENARBEIT	37
PERSONAL.....	39

VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,

das Jahr 2023 war erneut ein Jahr voller Herausforderungen und Veränderungen. Während die COVID-19-Pandemie abflaute und zur Normalität wurde, bleibt der Krieg in der Ukraine weiterhin eine ernste globale Angelegenheit. Leider kam es auch im Gazastreifen zu neuen Konflikten. Trotz dieser schwierigen Rahmenbedingungen haben wir viel erreicht und gelernt.



1)

Ende Oktober traf ein massiver Cyberangriff die Kreisverwaltung Siegen-Wittgenstein und unseren Touristikverband Siegen-Wittgenstein e. V. (TVSW), der organisatorisch dem Kreis angegliedert ist. Plötzlich hatten wir keinen Zugriff mehr auf unsere Daten, Telefon- und Mailverbindungen waren unterbrochen. Doch unser Team zeigte beeindruckende Resilienz und Kreativität: Innerhalb von zwei Wochen hatten wir dank privater Geräte und improvisierter Systeme die Hauptaufgaben wieder im Griff.

Trotz der weltweiten Krisen zeigt sich in unseren Zahlen eine erfreuliche Entwicklung. Zwar ist die Zahl der Hotellerie-Betriebe im Vergleich zu 2019 um 8,9 % gesunken, jedoch ist die Anzahl der angebotenen Betten im gleichen Zeitraum um 6,4 % gestiegen. Die Gäste- und Übernachtungszahlen liegen weiterhin unter dem Niveau des Vor-Pandemie-Jahres 2019, aber die steigende Tendenz setzt sich fort (+13,6 % bei den Ankünften, +10,6 % bei den Übernachtungen).

Diese positiven Entwicklungen sind ein Zeichen unserer Anstrengungen. Der TVSW hat 2023 intensiv genutzt, um in den Bereichen Nachhaltigkeit und Qualität voranzukommen. Der Förderzeitraum für REACT-EU-Projekte wurde verlängert, sodass wir viele Maßnahmen erfolgreich weiterführen und abschließen konnten. Gemeinsam mit unseren Partnern, wie den Städten und Gemeinden im Kreisgebiet und Tourismus NRW e. V., haben wir zahlreiche Projekte und Kampagnen umgesetzt.

Die Tourismusbranche steht weiterhin vor vielen Herausforderungen und Chancen. Besonders die Digitalisierung spielt eine zentrale Rolle für die Zukunft. Wir sind entschlossen, die digitale und qualitativ hochwertige Weiterentwicklung der Tourismusregion Siegen-Wittgenstein voranzutreiben und unsere Region als attraktives Reiseziel weiter zu stärken.

Mit diesen positiven Aussichten blicken wir zuversichtlich in die Zukunft und freuen uns auf ein weiteres erfolgreiches Jahr.

Herzlichst



Landrat Andreas Müller

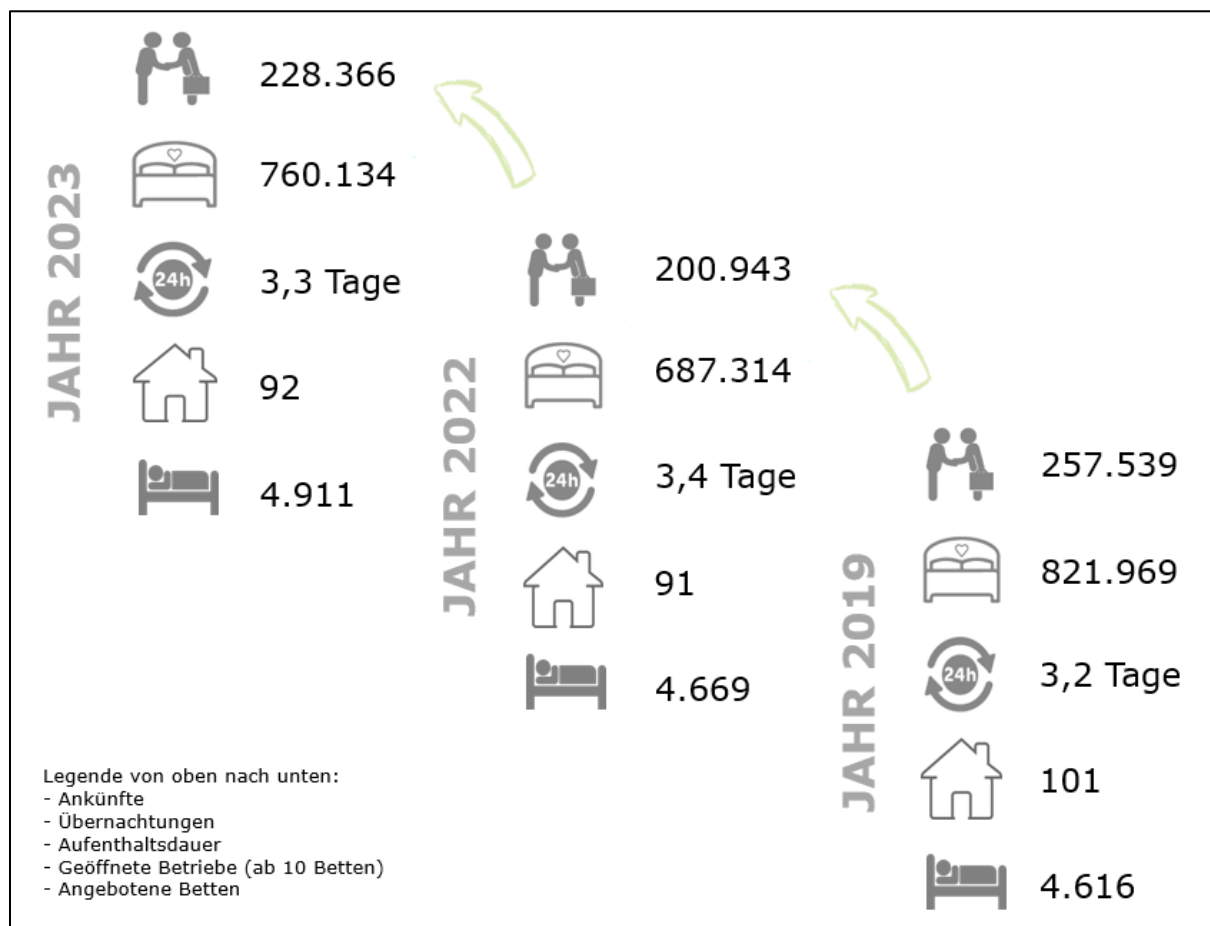
Vorsitzender des Touristikverbandes Siegen-Wittgenstein e. V

1) Bildquelle: Kreis Siegen-Wittgenstein

ZAHLEN UND STATISTIKEN

Die amtliche Statistik 2023 im Vergleich zu den Jahren 2022 und 2019

Bereits ohne eine detaillierte Betrachtung der Jahreszahlen der amtlichen Beherbergungsstatistik für das Jahr 2023 lässt sich eine Erholung von den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf den Reiseverkehr und die damit in Mitleidenenschaft gezogenen Betriebe in der Region erkennen.



Die Ankunfts- und Übernachtungszahlen 2019, 2022 und 2023 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 –11,3 % bei den Ankünften und –7,5 % bei den Übernachtungen.

Die Jahre 2023 und 2022 sind allerdings nur bedingt miteinander vergleichbar, da touristische Übernachtungen im Jahr 2022 noch bis Anfang April landesweiten Beschränkungen unterlagen.

	2023 absolut	Vergleich zu 2022 in %	2022 absolut	Vergleich 2023 zu 2019 in %	2019 absolut
Gemeldete Betriebe insgesamt (ab 10 Betten)	96	+2,1	94	-10,3	107
davon geöffnet	92	+1,1	91	-8,9	101
Betten insgesamt	5.047	+4,4	4.833	+5,0	4.808
davon angeboten	4.911	+5,2	4.669	+6,4	4.616
mittlere Auslastung	43,3	---	40,1	---	46,1 %
Ankünfte	228.366	+13,6	200.943	-11,3	257.539
durch Inländer:innen	190.684	+14,8	166.036	-6,9	204.879
durch Ausländer:innen	37.682	+7,9	34.907	-28,4	52.660
davon NL	14.692	-2,0	14.993	-23,3	19.164
in Hotels	158.649	+5,8	136.958	-10,4	177.135
in Vorsorge- & Rehakliniken	8.634	+8,1	7.969	-4,7	9.055
Übernachtungen	760.134	+10,6	687.314	-7,5	821.969
durch Inländer:innen	666.636	+11,3	599.020	-5,4	704.785
durch Ausländer:innen	93.498	+5,9	88.294	-20,2	117.184
davon NL	42.697	-3,2	44.115	-18,2	52.211
in Hotels	297.140	+14,9	258.695	-6,9	319.008
Gesamtanteil Hotels in %	39,1	---	37,6	---	38,8
in Vorsorge- & Rehakliniken	287.427	+6,4	270.068	-2,5	294.651
Gesamtanteil Vorsorge- & Rehakliniken in %	37,8	---	39,3	---	35,8

Quelle: IT.NRW, eigene Berechnungen, 2024

Siegen-Wittgenstein schneidet im Vergleich zu den anderen nordrhein-westfälischen Tourismusregionen trotz der deutlich positiven Tendenzen im Vergleich zum Jahr 2022 sowohl in Bezug auf die Entwicklung der Ankunfts-, als auch der Übernachtungszahlen im Vergleich zum Jahr 2019 unterdurchschnittlich ab.

			
ANKÜNFTE	+3,8 % Münsterland		Münsterland +17,5 %
	+1,2 % Ruhrgebiet	Düsseldorf und Kreis Mettmann	+4,1 %
	+0,5 % Köln und Rhein-Erft-Kreis	Ruhrgebiet	+2,2 %
	-1,6 % Düsseldorf und Kreis Mettmann	Köln und Rhein-Erft-Kreis	+0,8 %
	-3,2 % Eifel und Region Aachen	Niederrhein	+0,7 %
	-4,7 % Sauerland	Eifel und Region Aachen	-0,3 %
	-5,8 % Teutoburger Wald	Sauerland	-2,4 %
	-6,7 % Bergisches Städtedreieck	Bergisches Städtedreieck	-2,7 %
	-9,0 % Niederrhein	Teutoburger Wald	-3,4 %
	-10,7 % Bonn und Rhein-Sieg-Kreis	Bonn und Rhein-Sieg-Kreis	-6,2 %
	-11,3 % Siegerland-Wittgenstein	Siegerland-Wittgenstein	-7,5 %
	-16,4 % Bergisches Land	Bergisches Land	-10,9 %
		ÜBERNACHTUNGEN	

Veränderungsrate der Ankünfte und Übernachtungen im Vergleich der Jahre 2022 und 2023 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 Corona-Jahren zurückzuführen.

Zwar verzeichnen auch die Vorsorge- und Rehakliniken im Vergleich der Jahre 2023 und 2019 noch einen Rückgang, gleichwohl hatte sich das Volumen der Übernachtungen in Bezug auf die Gesamtentwicklung bereits in den Jahren 2020 bis 2022 dämpfend ausgewirkt.

Im Jahr 2023 konnte in diesem Segment ein Anstieg der Übernachtungszahlen von 6,4 % erreicht werden, die Hotels in der Region haben zumindest im internen (Segment)Vergleich noch besser abgeschnitten und einen deutlicheren Anstieg von 14,9 % im Vergleich zum Jahr 2022 erzielen können.

MARKETING

Sachstand 2023

Im Jahr 2023 hat sich die TVSW-Marketingabteilung aufgrund personeller Veränderungen neu zusammengesetzt. Der Arbeitsfokus lag insbesondere darauf, die beiden Bereiche On- und Offline-Marketing stärker miteinander zu verknüpfen und die Marketingmaßnahmen entsprechend anzupassen. Des Weiteren wurde das über die REACT-EU-Förderung erstellte Social-Media-Konzept (siehe dazu Kapitel „Social Media“, S. 8) in die tägliche Arbeit des TVSW eingebunden und entsprechend in Umsetzung gebracht.

Auch das REACT-EU-Projekt „Website Usability-Check“ wurde 2023 umgesetzt und fertiggestellt. In diesem Zuge wurde auch die Broschüren-Bestellseite angepasst und der Fokus auf den nachhaltigen Download der Broschüren gelegt (siehe dazu Kapitel „REACT-EU“, S. 32).

Außerdem wurde eine Neuauflage des PocketGuides in drei Sprachen (DE, NL, GB) gedruckt und entsprechend verteilt (siehe dazu Kapitel „Print“, S. 14).

Ausblick 2024

Seit 2022 wurde die Arbeit mit dem Sinus-Milieu der Adaptiv-Pragmatischen Mitte (ADA) immer weiter verstetigt. 2024 soll geprüft werden, ob die Adaptiv-Pragmatische Mitte weiterhin das alleinige Leitmilieu des TVSW bleiben oder ob ein weiteres Milieu mit in die Marketingstrategie aufgenommen werden soll.

Die Printprodukte WaldReich und Freizeit werden voraussichtlich neu aufgelegt und gedruckt.

Im Online-Bereich soll die Zusammenarbeit mit Blogger:innen und Influencer:innen wieder verstetigt werden. Derzeit sind im Frühjahr in Kooperation mit dem Rothaarsteig ein Insta Walk sowie im dritten Quartal eine Bloggerreise geplant. Der erarbeitete Blogger- und Influencerleitfaden findet hier auch wieder Anwendung.

Die Erarbeitung eines ganzheitlichen Marketingkonzeptes für den TVSW steht ebenfalls auf der Agenda für das Jahr 2024.

Datenbanken und Onlinemarketing

Der Bereich Onlinemarketing umfasst diverse Aufgaben, die sowohl laufende Tätigkeiten beinhalten, als auch aufgrund von Neustrukturierungen initiiert werden. Dabei liegt der Fokus im Erhalt und Ausbau der regionalen Datenqualität sowie des Netzwerkes und der Social-Media-Struktur.

Auch das kontinuierliche Monitoring der Inhalte sowie der Community trägt einen großen Teil zur Planung und Gestaltung des Onlinemarketings bei.

Neben den oben genannten Themenschwerpunkten und laufender Arbeit waren weitere Maßnahmen nötig, die im Zusammenhang mit der Auswertung von relevanten Daten das Onlinemarketing abbilden.

 CONTENT-PFLEGE 3.621 GESAMTE INHALTE davon 1.420 POI`s 263 Touren 303 Events 32 Angebote	 FAKTEN 739.525 Seitenaufrufe auf www.siegen-wittgenstein.info 605.109 UNIQUE USER davon 92,80 % Smartphone-Nutzer 4,37 % Tablet-Nutzer 3,55 % Desktop-Nutzer	 SIEGEN-WITTGENSTEIN & SAUERLAND-APP 26.659 Downloads neu 109.704 Insgesamt (seit Sept. 2020)
CONTENT-REICHWEITE 16.709.346 Einblendungen 681.905 Seitenaufrufe 186.804 Aktionen 16.338 Downloads 	AM HÄUFIGSTEN AUFGERUFENER CONTENT 17.238 Rothaarsteig-Spur Wisent-Pfad 14.969 Wittgensteiner Schieferpfad 10.161 Rothaarsteig-Spur Trödelsteinpfad 8.591 Rothaarsteig-Spur Isetalpfad 7.674 Alter Flecken Freudenberg 7.623 Rothaarsteig-Spur Zinser Grenzpfad 7.075 N-FLOW Freizeitbad 6.649 Via Adrina - Wundervolle Aussichten 6.640 WaldSkulpturenWeg 6.602 Märchenspur	FACEBOOK-WERBEANZEIGEN 100,00€ Ausgaben 25.898 Reichweite 406 Impressionen 

Wissenspost

Sachstand 2023

Die „Wissenspost“ ist der interne B2B-Newsletter, der bereits seit 2021 jeden zweiten Donnerstag an alle Tourist-Informationen bzw. touristischen Mitarbeiter:innen in den Kommunen und weitere Interessierte, wie z. B. aus Verwaltung und Politik, versendet wird.

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 zu Informationen für Pressemitteilungen oder Beteiligungsmöglichkeiten, 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. Auch neue Inhalte für die Printprodukte des TVSW oder Aktualisierungen werden so bei den Kolleg:innen in den Orten abgefragt.

2023 wurde die Kategorie „Nachhaltigkeit“ ergänzt, die einmal monatlich Tipps für die Umsetzung nachhaltiger Aspekte im (Büro)Alltag gibt.

Insgesamt wurde der Newsletter „Wissenspost“ im Jahr 2023 22-mal versendet – am 2. November konnte aufgrund des Cyberangriffs keine Ausgabe verschickt werden. Die Anzahl der Empfänger:innen variierte im Laufe des Jahres zwischen 49 und 66 (2022: 42 bis 53 Personen). Von den Empfänger:innen haben im Durchschnitt 52,6 % die „Wissenspost“ geöffnet. Würde man allerdings die drei Ausgaben nach dem Cyberangriff, der ja zum Teil auch die Kommunen betroffen hat, herausnehmen aus der Rechnung, käme man auf 56,5 % – im Vergleich zu 50,4 % im Vorjahr.

Ausblick 2024

Ziel ist es auch weiterhin, dass noch mehr der Empfänger:innen die „Wissenspost“ öffnen und den Mehrwert dieser 14-tägigen Zusammenstellung erkennen. Die gesamte Abwicklung aller Anfragen und Projekte soll gebündelt über diesen Kanal erfolgen.

Blogger:innen- und Influencer:innen-Marketing

Sachstand 2023

Aufgrund der Neustrukturierung innerhalb der Abteilung und der Fertigstellung des Social-Media-Konzeptes, welches sukzessive strategisch und operativ umgesetzt werden musste, fiel eine Entscheidung gegen eine Zusammenarbeit mit Blogger:innen- und Influencer:innen in diesem Jahr. 2023 wurden allerdings schon erste Gespräche mit potenziellen Blogger:innen und Influencer:innen für das Jahr 2024 durchgeführt.

Ausblick 2024

Im Jahr 2024 ist geplant, den Fokus wieder verstärkt auf die Zusammenarbeit mit Blogger:innen und Influencer:innen zu legen. Es sind unter anderem ein Insta Walk in Kooperation mit dem Rothaarsteigverein e. V. sowie einzelne Zusammenarbeiten mit Influencer:innen geplant. Es ist außerdem vorgesehen, die Zielgruppe der Adaptiv-Pragmatischen Mitte durch eine weitere Zielgruppe zu ergänzen, welche einen stärkeren Fokus auf nachhaltige Themenbereiche wirft. So könnten kurzfristig auch noch Bloggerreisen geplant werden, welche die neue Zielgruppe abbilden.

Social Media

Sachstand 2023

Mit Fertigstellung des Social-Media-Konzeptes wurde dieses zeitnah in die Umsetzung gebracht. Der erste Schritt war die Erstellung eines Redaktionsplanes für die einzelnen Kanäle. Der Redaktionsplan soll der Optimierung der Erstellung und Veröffentlichung von Inhalten dienen. Er soll dabei helfen, Aufgaben, Ziele und Deadlines zu formulieren. Dadurch gewinnt die disziplinierte Erstellung von Content auch innerhalb des TVSW an Stellenwert.

Des Weiteren wurde ein regelmäßiges Monitoring eingeführt, welches vorab definierte KPI (Kennzahlen) abbildet. Die Zahlen sollen dabei helfen, den Content zu analysieren, um künftig noch zielgerichteter Inhalte ausspielen zu können.

Regelmäßige Redaktionsmeetings, tägliches Interagieren auf den Kanälen und enge Absprachen innerhalb des Teams unterstützen die Umsetzung des Konzeptes.

Basierend auf dem Social-Media-Konzept und der generellen Neustrukturierung des Bereichs wurden 2023 auf Facebook und Instagram diverse Aktionen durchgeführt.

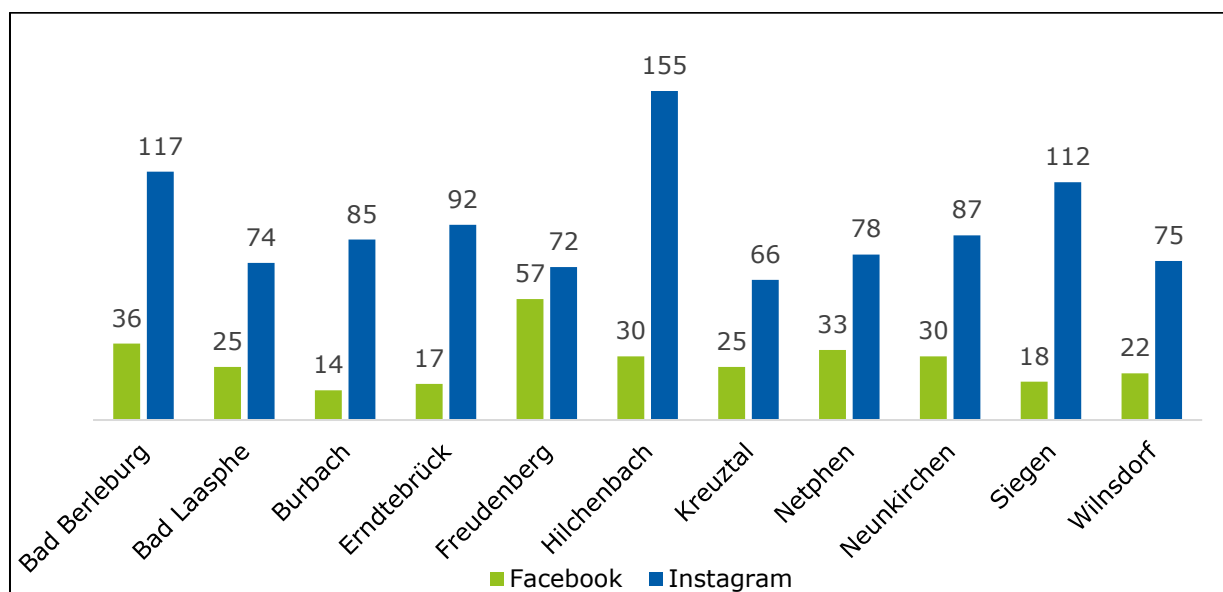
Im Zeitraum vom 24. August bis 22. September startete unser erstes Themenspecial mit der Vorstellung unserer Orte im Kreisgebiet, wobei wöchentlich jeweils drei Kommunen mit ihren Besonderheiten vorgestellt wurden. Die Inhalte wurden vorab bei mit unseren Ortstouristiker:innen abgestimmt.

Die Zusammenarbeit des TVSW und der Orte wurde durch dieses Special gestärkt. Besonders hervorzuheben ist, dass die wöchentliche durchschnittliche In-

teraktionsrate (122) während der Kampagne auf mehr als das Doppelte (248) gestiegen ist. Auch die Reichweite, die im Juli und Anfang August bei durchschnittlich 1.148 Instagram-Nutzer:innen lag, ist angestiegen, sodass die Vorstellung unserer Orte im Durchschnitt 1.226 Instagram-Nutzer:innen erreichte. Außerdem sind die Storys zur nachhaltigen Nutzung als „Story-Highlight“ gespeichert und können weiter angeschaut werden.

Die Top-3 Beiträge auf Instagram, gemessen an der Anzahl ihrer „Gefällt mir“-Angaben (Stand 09.10.2023), waren die Vorstellungen zu Hilchenbach (155 „Gefällt mir“-Angaben), Bad Berleburg (117 „Gefällt mir“-Angaben) und Siegen (112 „Gefällt mir“-Angaben).

Die Top-3 Beiträge auf Facebook, gemessen an der Anzahl ihrer „Gefällt mir“-Angaben (Stand 09.10.2023), waren die Vorstellungen zu Freudenberg (57 „Gefällt mir“-Angaben), Bad Berleburg (36 „Gefällt mir“-Angaben) und Netphen (33 „Gefällt mir“-Angaben).



Anzahl der „Gefällt mir“-Angaben auf den Social-Media-Plattformen Facebook und Instagram.
Stichtag 09.10.2023

Ein weiteres Themenspecial startete Ende des Jahres am 1. Dezember und lief bis 2. Januar 2024. Es wurden Adventsgewinnspiele auf Facebook und Instagram für die Community an allen vier Adventswochenenden veranstaltet. Zu gewinnen gab es:

1. Wochenende: Zwei signierte Regionalkrimis aus Bad Laasphe von Sandra Halbe
2. Wochenende: Zweimal einen Gutschein für eine Wanderung mit den Hickenziegen in Burbach
3. Wochenende: Einen Gutschein für die „Neue Erlebniswelt“ der Krombacher Brauerei für insgesamt fünf Personen
4. Wochenende: Einen 150€-Gutschein für ein Abendessen im Restaurant Pfeffermühle



Dabei lag der Fokus darauf, vor allem regionale Produkte, Aktivitäten und Angebote sichtbarer zu machen und Anreize für einen Besuch in unserer Region zu schaffen. Außerdem sollten unsere Beitragsinteraktionen und Reichweite gesteigert werden. Tatsächlich konnte unter den Postings eine Vielzahl von Kommentaren generiert werden. Auch unsere ergänzenden interaktiven Stories im Dezember (Quiz und This or That?) haben viele Nutzer:innen zum Mitmachen animiert. Das vierte Adventsgewinnspiel hat mit 54 Kommentaren (Instagram) und 47 Kommentaren (Facebook) die meisten Interaktionen generiert.

Ausblick 2024

Im Jahr 2024 soll die Arbeit auf den Kanälen weiter ausgebaut, Cross-Posting minimiert und die Ansprache noch zielgruppengenaue ausgerichtet werden. Des Weiteren soll die Arbeit mit Blogger:innen und Influencer:innen wieder fester Bestandteil im Social-Media-Bereich werden.

Die Interaktionsstrategie auf den Kanälen soll weiter fokussiert und ausgebaut werden. Außerdem soll die Communitybindung durch verschiedene Aktionen wie Gewinnspiele, Fotowettbewerbe oder interaktive Stories, teilweise auch in Zusammenarbeit mit den Städten und Gemeinden, gestärkt werden.

Auch der 2023 eingeführte Redaktionsplan soll fortgeführt werden. Der Content soll saisonale Themen und Angebote beinhalten und mit der Darstellung der Inhalte auf unserer Homepage übereinstimmen. Vor allem, wenn es um bestimmte Themenspecials geht.

Auch das im 2023 eingeführte Monitoring für Facebook und Instagram soll weiter fortgesetzt werden und Hinweise auf unseren künftigen Content geben.

Fotoshooting

Sachstand 2023

Aufgrund der Umsetzung des REACT Projekts „1b.1 Digitalscouting – 1000 Bilder für Südwestfalen“ in 2022 wurde beschlossen, dass im Jahr 2023 keine zusätzlichen Fotoshootings benötigt werden, da die Pixelboxx, unser Bilderpool, mit neuem Material gut gefüllt war.

Ausblick 2024

Im Jahr 2024 sollen wieder vereinzelt Fotoshootings mit Fokus auf fehlendem Bildmaterial für einzelne Jahreszeiten stattfinden, wie z. B. Winter-/Schneefotos. Aufgrund der personellen Wechsel ist ebenfalls ein Teamshooting in Planung, welches hauptsächlich unsere Team-Seite auf der Webseite vereinheitlichen soll.

Auch soll zukünftig ein neues Konzept für Fotoshootings erstellt werden, um die Planung, Durchführung und Nachbereitung zu strukturieren und Arbeitsabläufe zu erleichtern. Die Möglichkeit, schon bestehendes Bildmaterial bei Fotografen einzukaufen, soll auch beachtet werden.

Weitere Online-Marketingmaßnahmen

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

urlaubs-tips.reise

Native-travel-Ads (Entdecken, Wandern, Aktivurlaub)

Laufzeit: 25.08. - 24.09.2023

Ad-Impressions: 2.788.903

Link-Klicks: 1.779

Teaser im Axel Springer Reise Portfolio:



Teaser auf der Startseite von urlaubs-tips.reise:

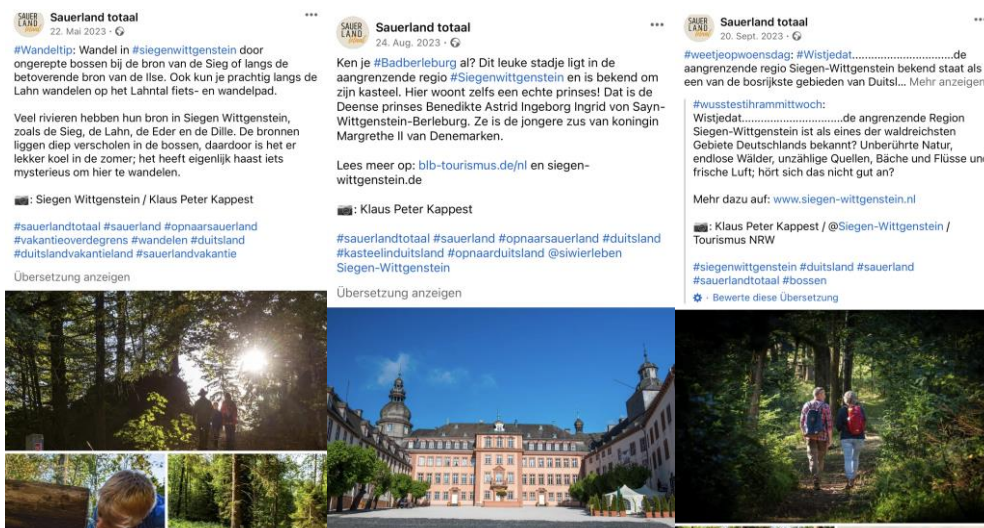


Sauerland Totaal

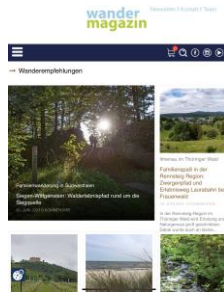
SocialMedia-Postings Silber-Paket

Laufzeit: 21.02. bis 30.11.2023

12 Postings auf Facebook & Instagram



Wandermagazin



Rotierende Content-Box auf Startseite: (30.06.- 31.08.2023)

431 Seitenaufrufe
0,26 Sek. In-
teraktionsdauer



Newsletter-Beitrag
mit Verlinkung auf
Content Box
Versanddatum:
30.06.2023
38.752 Empfänger
26,73 % Öffnungsrate
314 Klicks



Facebook-Beitrag Veröffentlicht: 15.07.2023

738 Reichweite
21 Interaktionen

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

Sachstand 2023

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

Die Kosten (i. H. v. 2.000 Euro) 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 Januar und Dezember wurden drei Pauschalangebote im Rahmen der Angebotsplatzierung auf der Website von Tourismus NRW e. V. präsentiert.

Insgesamt wurden die Angebote aus Siegen-Wittgenstein im Zeitraum März bis Dezember 505-mal aufgerufen und verzeichnen eine Verweildauer von 06:48 Minuten. Das bedeutet, jedes Angebot wurde im Durchschnitt 168-mal aufgerufen und durchschnittlich 2:16 Minuten betrachtet. Insgesamt haben alle eingestellten Reiseangebote von NRW zwischen März und Dezember über 74.000 Seitenaufrufe erhalten. Damit entfallen nur 0,68 % der aufgerufenen Angebote auf Siegen-Wittgenstein.

Ausblick 2024

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

Print

Sachstand 2023

Rund 15.000 Exemplare der deutschsprachigen Variante des Outdoor-Magazins „Auf ins WaldReich“ wurden verteilt oder auf Anfrage verschickt. Dazu wurden weitere rund insgesamt 6.000 Exemplare der englischen und niederländischen Versionen des Magazins ebenfalls ausgegeben.

Für die vierte Auflage des Magazins, die im April 2023 erschienen ist, wurden die Inhalte noch weiter an den Interessen, Vorgaben und Vorlieben der Zielgruppe, dem Sinus-Milieu der Adaptiv-Pragmatischen Mitte, ausgerichtet. Dabei wurden in der Überarbeitung alle Texte und Bilder entsprechend geprüft, erstellt, bearbeitet oder aktualisiert.

Alle Printprodukte werden auch zum Download oder zur Bestellung per Post auf der Homepage des TVSW angeboten. Durch eine Umstellung auf der Bestellseite sollen Interessierte bevorzugt zum Download animiert werden, um den Themen Nachhaltigkeit und Einsparung von Ressourcen Rechnung zu tragen.

Selbstverständlich werden die Printprodukte auf nachhaltigem Papier mit der Zertifizierung „Blauer Engel“ gedruckt und die verwendeten Farben sind ebenfalls ökologisch unbedenklich. Darüber hinaus werden die Magazine und Broschüren weitgehend CO2-neutral produziert. Die Gesamtemissionen, die entlang der Produktionskette in den Bereichen Druck und Papier entstehen, werden grundsätzlich kompensiert. Zudem wird die jährliche Druckauflage aller Printprodukte immer wieder – auch in Absprache mit den Ortstouristiker:innen – abgeglichen und auf den jeweiligen Bedarf angepasst.



Inspirierende Storys und Fotos

Deutsche Ausgabe
Auflage: 15.000

Niederländische und
englische Ausgabe
Auflage: je 3.000



15 Top-Touren in Siegen-Wittgenstein

Deutsche Ausgabe
Auflage: 15.000

Niederländische und
englische Ausgabe
Auflage: je 3.000



Tipps für Tagesausflüge

Deutsche Ausgabe
Auflage: 20.000 (2022)

Niederländische und
englische Ausgabe
Auflage: je 7.500

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. Es soll vor allem inspirieren und Lust auf einen Besuch in Siegen-Wittgenstein machen.

Das Magazin ist 2020 erstmals erschienen und wurde 2021 neu aufgelegt. 2022 wurde das Magazin erneut überarbeitet und noch weiter an den Maßgaben der Adaptiv-Pragmatischen Mitte als führende Zielgruppe ausgerichtet. Wieder wurde das Heft auf den neusten Stand gebracht und um neue Geschichten erweitert. Auch 2023 wurde das Magazin aktualisiert, alle Texte wurden ins „Du“ übertragen, um mehr Nähe zu den Leser:innen zu schaffen. Diese Form der Ansprache wird vom Adaptiv-Pragmatischen Milieu bevorzugt.

Zudem wurde auch erstmals darauf geachtet, in allen Texten eine gendergerechte Sprache zu verwenden.

Weiterhin hat das Magazin 40 Seiten, um alle wichtigen Inhalte und Highlights aus der Region präsentieren zu können. Auch die bevorzugt geklickten Inhalte der Homepage und die beliebtesten Highlights der Besucher:innen werden natürlich weiter dargestellt.

Der Bezug zwischen Print und Online über Verweise auf die Homepage und deren vielfältige und immer aktuell gehaltene Angebote wurde weiter vertieft. Da sich die QR-Codes bewährt haben, wurden diese erneut verwendet. Durch einfaches Scannen des Codes über die Foto-App auf modernen Smartphones ist ein direkter Zugang auf den jeweils weiterführenden Link auf der Homepage möglich.

Um Kosten im Druckverfahren sparen zu können, wurden erstmalig alle drei Sprachvarianten (Deutsch, Niederländisch und Englisch) gleichzeitig fertiggestellt und im April 2023 gedruckt. Erneut wurden 15.000 Stück der deutschen Ausgabe und je 3.000 Exemplare der beiden fremdsprachigen Versionen produziert.

Die zusätzlichen Drucke in Niederländisch und Englisch sind wichtig, um die ausländischen Quellmärkte ebenfalls anzusprechen. Gerade in den Niederlanden und Belgien (Flandern) – auf denen ein besonderer Fokus liegt, da von dort der überwiegende Teil unserer ausländischen Gäste kommt – legen Interessierte Wert darauf, in ihrer eigenen Sprache angesprochen und mit Material bedient zu werden.

Pocketguide Wandern

Da es im Wandersegment viele Änderungen und Weiterentwicklungen des Angebotes gab, wurde die bisherige Ausgabe von 2021, die zwischendrin nur wenig aktualisiert worden war, komplett überarbeitet. Die Darstellung aller vorgestellten Wege wurden in Zusammenarbeit mit den betreffenden Kommunen aktualisiert und zum Teil auch neu bebildert, mit neuen Wege-Highlights bzw. POI und vor allem auch mit neuen Texten versehen. Dabei wurden auch diese Texte auf das Milieu und alle anderen Vorgaben angepasst.

Gedruckt wurden im November 15.000 Exemplare in der deutschen Version und jeweils 3.000 in der niederländischen und englischen Version.

Broschüre FreiZeit

Da die deutsche Broschüre FreiZeit erst Ende 2022 in einer Auflage von 20.000 Stück gedruckt wurde, erfolgten hier Anfang 2023 die Übersetzungen in die niederländische und englische Sprache. Beide Varianten wurden im ersten Quartal in einer Auflage von je 7.500 Stück gedruckt.

Ausblick 2024

Anfang 2024 wird die Broschüre FreiZeit ebenfalls erneut aktualisiert und gedruckt. Voraussichtlich in den bisherigen Auflagenstärken in den drei Sprachvarianten.

Darüber hinaus soll auch ein bedarfsgerechter Nachdruck des Pocketguides Wandern in den drei Sprachvarianten erfolgen.

Im zweiten Halbjahr 2024 werden die Arbeiten für eine überarbeitete Auflage von „Auf ins WaldReich“ starten – dieser spätere Start der Arbeiten liegt darin begründet, dass sich noch relativ viele Druckexemplare im Keller befinden. Auch aufgrund der Umstellung auf den bevorzugten Download wurde weniger Printmaterial verteilt. Es ist beabsichtigt, im Erstellungsprozess dieser Ausgabe erneut zu prüfen, ob das Sinus-Milieu tatsächlich gezielt angesprochen wird. Gleichzeitig soll überlegt werden, ein weiteres Milieu mitanzusprechen, um noch mehr potenzielle Besucher:innen von Siegen-Wittgenstein zu begeistern. Der Druck soll im Herbst/Winter 2024 stattfinden.

Anzeigen und Advertorials

Sachstand 2023

Für 2023 wurde der Budgetansatz für den Bereich Print-Marketing leicht erhöht, weil deutlich wurde, dass auf diesem Wege weiterhin viele Menschen nach Inspiration für ihren Urlaub suchen. Trotzdem wird auch künftig der Fokus weiter vom Offline- hin zum Online-Marketing verschoben werden. Schon in 2023 wurde vor allem über Social Media viel mehr geworben und gepostet als bisher. Dies auch im Hinblick auf eine stetig zunehmende Digitalisierung und veränderte Rahmenbedingungen im Messesegment.

Anzeigen und Advertorials, also der gesamte Bereich der Print-Werbung, wurden weiterhin nach den Vorgaben und Richtlinien in Bezug auf das Milieu der Adaptiv-Pragmatischen Mitte ausgerichtet.

Vor diesem Hintergrund wurden schwerpunktmäßig Advertorials geschaltet, da diese in ihrer Gestaltung redaktionellen Beiträgen sehr ähnlich sind und daher nachweislich besser und positiver wahrgenommen werden. Sie wurden im „Du“ geschrieben, um unsere Zielgruppe anzusprechen. Aussagekräftige Fotos unterstreichen die Texte und werden großformatig als Eyecatcher eingesetzt.

Auch die Auswahl der Magazine und Medien, in denen Werbung geschaltet wurde, erfolgte nach sorgfältiger Prüfung auf die Wünsche, Bedarfe und Vorstellungen der Zielgruppe. Ein Mastertext für Advertorials wurde in verschiedenen Längen mit verschiedenen Zeichenzahlen 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 beibehalten bzw. immer wieder überprüft und aktualisiert und bei Bedarf an den sich vielleicht verändernden Wünschen der Zielgruppe Adaptiv-Pragmatische Mitte ausgerichtet werden.

Ausblick 2024

Für 2024 wurde der Budgetansatz für den Bereich Print-Marketing beibehalten, da dieser Bereich immer noch für viele der Urlaubsinspiration dient. Trotzdem wird auch künftig der Fokus weiter vom Offline- hin zum Online-Marketing verschoben und gleichzeitig soll die Verzahnung zwischen beiden Bereichen immer enger werden.

Advertorials sollen auch weiterhin nach den Vorgaben und Richtlinien in Bezug auf die Adaptiv-Pragmatische Mitte geschaltet werden. Gegebenenfalls soll eine weitere Zielgruppe mit angesprochen werden, um die Gesamtmenge möglicher Besucher:innen auszuweiten und weitere Quellmärkte zu erschließen.

Messen und Veranstaltungen

Sachstand 2023

Nach den Pandemie Jahren schien das Messejahr 2023 fast normal zu laufen. Aufgrund von Veränderungen hinsichtlich der Ausrichtung von Messen in Quellmärkten der Region, beispielsweise wurde die TourNatur in den Caravan Salon (Düsseldorf, s.u.) integriert, ist aber ein abnehmendes Interesse zu spüren, die Besucherzahlen erreichten längst nicht mehr die Zahlen der Vor-COVID-19-Jahre. Enorm gestiegene Kosten und zugleich geringere Besucherzahlen und dadurch weniger Nutzen prägten das Messejahr 2023.

Aufgrund der Umwandlung der ITB als reine B2B-Messe wurde eine Beteiligung an der Messe durch die Partner TVSW und Sauerland-Tourismus e.V. ausgeschlossen. Beide Partner waren aber vor Ort, um Termine wahrzunehmen und das Messegesehen zu verfolgen.

Wie schon in den vergangenen Jahren wurden wieder Messeauslagen über Tourismus NRW e. V., Tambiente und Via gebucht. Dies ist eine kosten- und personalsparende Möglichkeit, auf einer Messe präsent zu sein und das eigene Printmaterial für die Besucher:innen zugänglich zu machen.

Die Messe Caravan Salon in Düsseldorf fand wieder Ende August / Anfang September statt. Gemeinsam mit einigen Partnerinnen aus den Kommunen war der TVSW fünf Tage in Düsseldorf präsent – im Rahmen einer Beteiligung am Stand des Landes NRW und in Kooperation mit Tourismus NRW e. V.. An allen zehn Messtagen wurden die Printprodukte des TVSW, auch in den Übersetzungen, zur Mitnahme angeboten. Auch hier hat sich das abnehmende Interesse an Messen gezeigt, es wurden nur noch knapp 100 Exemplare des Magazins „Auf ins Wald-Reich“ in deutscher Sprache und rund 200 Stück von FreiZeit an die Besucher:innen verteilt.

Ausblick 2024

Anfang März 2024 besucht der TVSW – in Absprache mit dem neuen Geschäftsführer – die ITB Berlin im Rahmen eines Beteiligungsmodells über Tourismus NRW e. V.. Die ITB soll genutzt werden, um Gespräche mit Partner:innen aus der Branche zu führen sowie Impulse und Trends, besonders was die Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit angeht, aufzugreifen. Außerdem bietet die ITB 2024 eine gute Möglichkeit, den neuen Geschäftsführer des TVSW vorzustellen.

Des Weiteren plant der TVSW die Teilnahme an der ADFC Rad+Freizeit Messe in Siegburg und der Aktiv-Messe ERLEBNIS NATUR in Wissen.

Für die Caravan Salon in Düsseldorf war erneut eine Beteiligung über das Land NRW und in Kooperation mit Tourismus NRW e. V. vorgesehen. Allerdings teilte Tourismus NRW e. V. mit, dass es ihrerseits keinen Stand geben wird. Daher wird der TVSW ebenfalls nicht an der Messe teilnehmen.

Darüber hinaus sind auch wieder einige Messeauslagen geplant, sowohl über Tourismus NRW e. V., als auch über die Anbieter Tambiente und Via. Auch der Auftritt auf kleineren regionalen Veranstaltungen sowie der Besuch von Fachtagungen und branchenspezifischen Events soll künftig stärker fokussiert werden.

EIGENE MAßNAHMEN UND PROJEKTE

Qualitätsentwicklung

Die Querschnittsaufgabe „Qualitätsentwicklung“ wurde im Jahr 2023 weiterhin im den Fokus behalten. Die Kernaufgabe des TVSW besteht darin, den Qualitätsprozess zu steuern. Das Ziel ist es, ein Bewusstsein für das Thema Qualität zu schaffen, Qualitätsstandards für die Region zu entwickeln und diese zu verankern.

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 2023

Die Initiative 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 und eine Basis für Handlungsmaßnahmen geschaffen werden.

Ziel ist es, die Servicequalität beim TVSW zu fördern, durch ein leicht verständliches Qualitätsmanagementsystem die Betriebsabläufe zu optimieren und die Zufriedenheit der Mitarbeiter:innen zu steigern.

Ausgehend von einer Analyse des TVSW mittels der o. g. Qualitätstechniken hat das Team im Oktober 2021 drei Maßnahmen definiert, die bis Oktober 2022 umgesetzt wurden. Im Oktober 2022 wurden dann zwei neue Maßnahmen identifiziert, die in den folgenden zwölf Monaten realisiert wurden. Im Oktober 2023 wurden dann erneut zwei Maßnahmen für das kommende Jahr definiert.

Maßnahmen Oktober 2021-2022:

- Corporate Design
- Corporate Wording
- Leitbild

Maßnahmen Oktober 2022-2023:

- Social-Media-Konzept
- B2B-Website

Maßnahmen Oktober 2023-2024:

- Verbesserung der Außendarstellung
- Verbesserung der Services im Gästekontakt

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Maßnahmen von Oktober 2022 bis 2023 aufgeführt.

Social-Media-Konzept

Die digitale Präsenz des TVSW soll auf Social Media professionalisiert werden. Dazu wurde die REACT-EU-Förderung genutzt, um ein Social-Media-Konzept erstellen zu lassen. (Siehe dazu Kapitel „REACT-EU“, S. 32.)

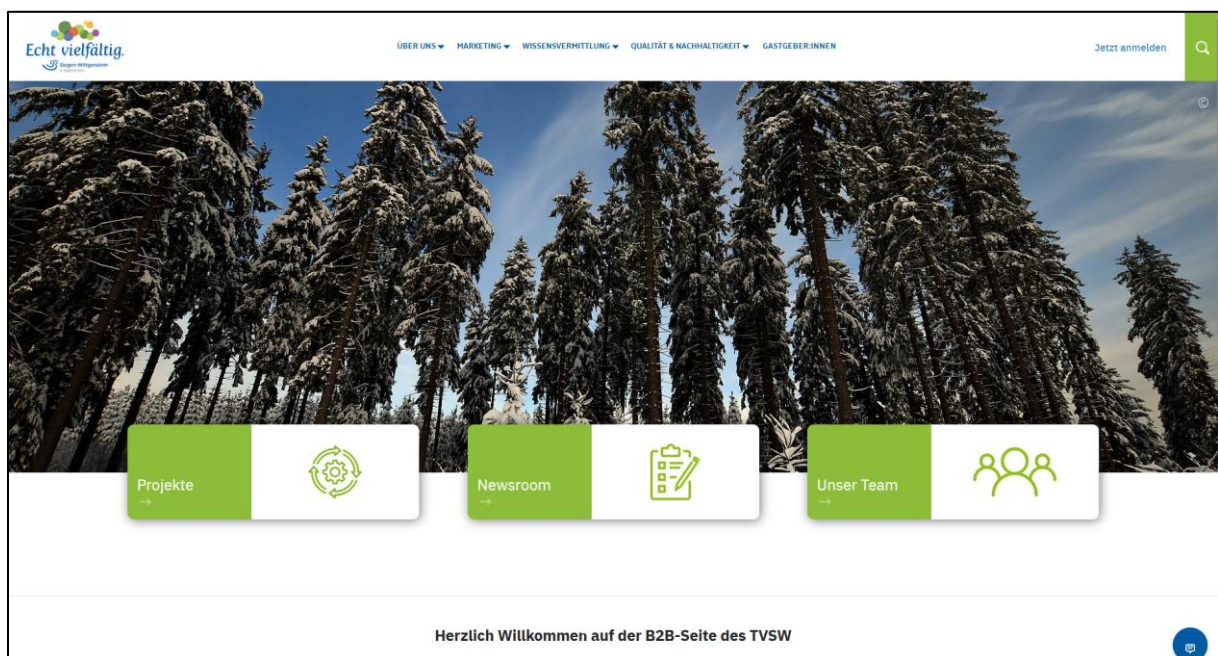
B2B-Website

Der auf der Endkund:innen-Website (www.siegen-wittgenstein.info) integrierte Partner-Bereich sollte separiert werden, da die Projekte und Maßnahmen des Partner-Bereichs ständig wachsen. Die Inhalte wurden daher auf eine separate B2B-Website ausgelagert.

Die neue B2B-Website (www.siwi-b2b.info) wurde analog zur Endkund:innen-Website aufgebaut und im Corporate Design des TVSW gestaltet. Mit Hilfe dieser neu erstellten Website möchte sich der TVSW als starker, verlässlicher und professioneller Partner der hiesigen Tourismus- und Freizeitwirtschaft darstellen und transparent über seine vielfältigen Leistungen informieren.

Neben einer Wissensdatenbank aus den Bereichen Marketing, Qualität und Nachhaltigkeit sowie Informationen für Gastgeber:innen, werden auch Pressemitteilungen und die Inhalte des Newsletters „Wissenspost“ zur Verfügung gestellt.

Anfang Oktober 2023 wurde die B2B-Website an die Städte und Gemeinden kommuniziert, auf LinkedIn bekannt gegeben sowie auf unsere Endkund:innen-Website verlinkt. In den Monaten Oktober bis Dezember wurde die Website insgesamt rund 1.550mal aufgerufen.



Die B2B-Website soll perspektivisch neben dem öffentlich-informativen Imageteil um einen passwortgeschützten Arbeitsbereich ergänzt werden.

Nach Umsetzung der beschriebenen Maßnahmen im Herbst 2023 wurden im Oktober zwei neue Maßnahmen definiert, deren Umsetzung zwischen Oktober 2023 und Oktober 2024 stattfinden wird:

Verbesserung der Außendarstellung des TVSW:

- Für die Verbesserung der Außenwirkung und zur Identifikation mit dem Unternehmen werden Jacken und Poloshirts im Corporate Design des TVSW angeschafft. Diese werden auf Messen und Veranstaltungen sowie zu Außenterminen getragen.

Verbesserung der Services im Gästekontakt:

- Für die Online-Kommunikation auf Outdooractive, Google und Social Media soll eine standardisierte Vorgehensweise entwickelt werden, die folgendes umfasst:
 - Wer reagiert? (inkl. Vertretungsregelung)
 - Wann wird reagiert? (inkl. Wochenendregelung)
 - Wie wird reagiert? (inkl. einheitlichem Wording)
- Überarbeitung des Anschreibens beim Prospektversand
 - nur noch ein Anschreiben für regionale und überregionale Empfänger
 - Hinweis auf Google-Bewertung und Spende für den Prospektservice
 - Aufzählung der bestellten Prospekte (max. fünf Prospekte)
- Positionspapier „Auslagerung Prospektversand“
 - unter Berücksichtigung von Ressourcen wie Zeit, Geld, Entfernung etc. wird geprüft, in wieweit eine Auslagerung des Prospektversandes sinnvoll ist
- Servicetelefon 1020
 - Monitoring, wie viele Anrufe über die 0271 – 333-1020 eingehen
 - Test-Phase von drei Monaten einläuten, sodass die 0271 – 333-1020 immer besetzt ist (Umleitung bei Terminen)

Ausblick 2023

Bis Oktober 2024 werden die oben dargestellten Maßnahmen umgesetzt, womit schließlich die Stufe II der ServiceQualität Deutschland erreicht werden könnte. Dazu müssen neue Werkzeuge erworben und bearbeitet sowie ein neuer Maßnahmenpool erstellt werden.

Quality wins – Der Qualitätsbericht für Siegen-Wittgenstein

Sachstand 2023

Der seit Juli 2022 existierende Qualitätsbericht für die Tourismusregion Siegen-Wittgenstein wurde im Jahr 2023 fortgeführt. Er erscheint quartalsweise und informiert über das Meinungsbild der Outdooractive-Community zu den Produkten sowie der Google-Community zu den Tourist-Informationen und zum TVSW.

Außerdem beinhaltet der Bericht die aktuellen Zahlen und Entwicklungen zur Onlinebuchbarkeit.

Der Qualitätsbericht informiert zudem über aktuelle Projekte oder Qualitätsinitiativen wie beispielsweise den aktuellen Stand bei Klassifizierungen und Zertifizierungen (siehe S. 23), die Content-Reichweite der Outdooractive-Inhalte sowie den Status Quo bei der Datenqualität im TOMAS Plus.

Ausblick 2024

Im Jahr 2024 wird der Qualitätsbericht fortgeführt.

Datenqualitätskriterien

Sachstand 2023

In den letzten Jahren hat das Thema Open Data und damit verbunden die Wichtigkeit von möglichst offenen Bildlizenzen zugenommen. Zur Unterstützung der Arbeit in Outdooractive wurde von Seiten des TVSW eine Handreichung erstellt. Diese Handreichung soll den Kommunen und dem TVSW dabei helfen, die Datenqualität in der Datenbank Outdooractive zu verbessern. Orientierung bot dabei der Leitfaden von Tourismus NRW e. V. zum Data Hub NRW.

Der TVSW erhofft sich durch die Hilfestellung eine Steigerung der Datenqualität und eine Zunahme der offen lizenzierten Datensätze, die an den Data Hub NRW und damit an den Knowledge Graph der Deutschen Zentrale für Tourismus übermittelt werden.



Ausblick 2024

Ab 2024 wird der TVSW die Datenqualitätskriterien nutzen, um die Region noch zielgerichteter zu bewerben:

- Bei der Bewerbung von Ausflugstipps oder Wander- bzw. Radrouten auf den Social-Media-Kanälen wird der TVSW ausschließlich Datensätze berücksichtigen, die den Qualitätskriterien entsprechen.
- Für die Bewerbung der Angebote sind auf der Endkund:innen-Homepage diverse Sammlungen und Highlights angelegt,. Auch hier wird darauf geachtet, dass die Qualitätskriterien eingehalten wurden.

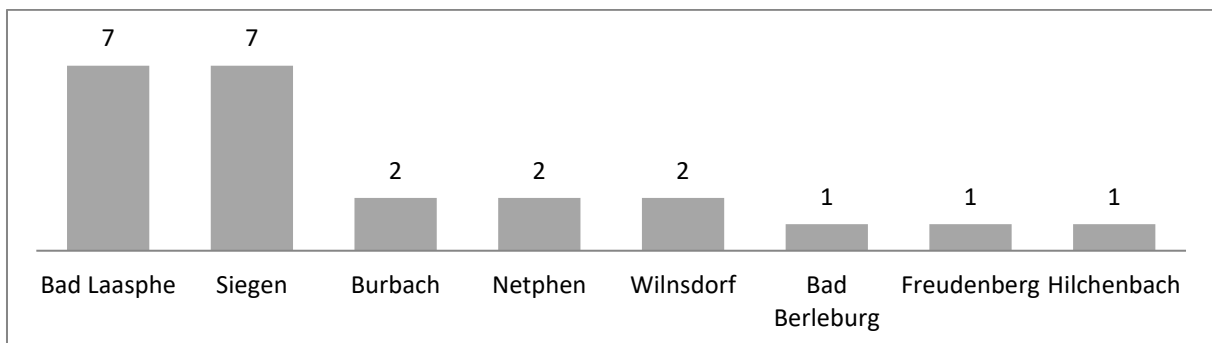
Klassifizierungen und Zertifizierungen von Beherbergungsbetrieben

Klassifizierungen und Zertifizierungen von Unterkunftsbetrieben sind wichtige Instrumente, die dazu beitragen, Qualitätsstandards umzusetzen und in unserer Region zu etablieren.

Sachstand 2023

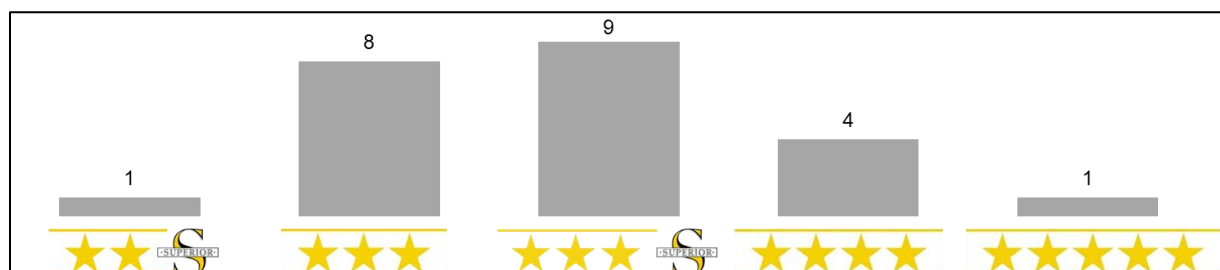
DeHoGa-Hotel-Klassifizierung

Im Laufe des Jahres 2023 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 (2023)

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, vier Hotels, die mit vier Sternen bewertet sind sowie ein Hotel, das mit fünf Sternen ausgezeichnet wurde.



Sterne-Verteilung bei DeHoGa-klassifizierten Hotels (2023)

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 jeweils mit 3 Sternen der G-Klassifizierung ausgezeichnet sind.

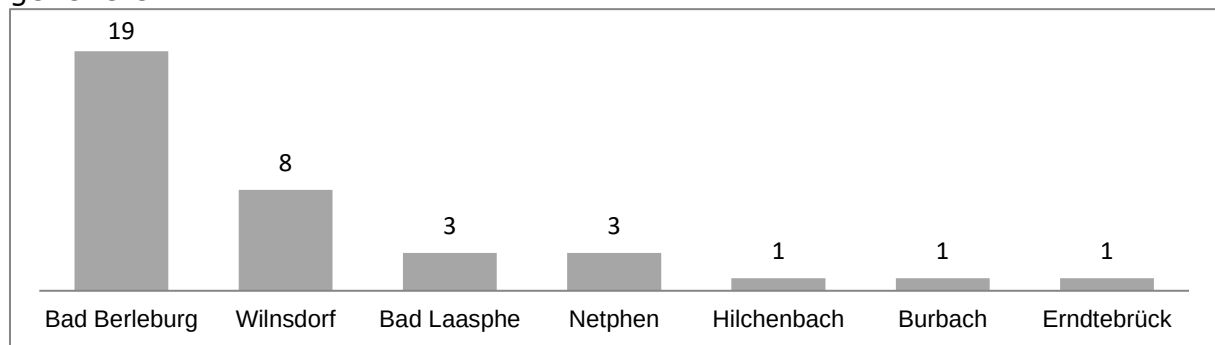
DTV-Klassifizierung

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

Im Laufe des Jahres 2023 waren in Siegen-Wittgenstein 24 Gastgeber:innen mit 34 Objekten klassifiziert, wobei im Vorjahresvergleich drei Gastgeber:innen neu hinzugekommen sind.

2022 waren allerdings noch 31 Gastgeber:innen mit 41 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.

Stattdessen konzentrieren sich viele Gastgeber:innen nun darauf, positive Bewertungen auf Buchungsportalen zu erhalten, um auf diese Weise Buchungen zu generieren.

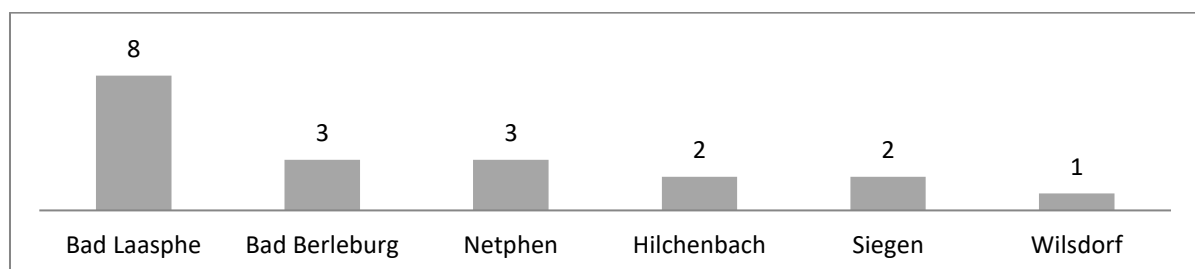


Anzahl DTV-klassifizierter Objekte je Kommune (2023)

Auffällig bei der Verteilung der DTV-klassifizierten Objekte im Kreisgebiet ist die hohe Anzahl an Objekten in Bad Berleburg. Mit 19 DTV-klassifizierten Objekten liegt Bad Berleburg an der Spitze, gefolgt von Wilnsdorf mit acht Objekten. Bad Laasphe und Netphen verzeichnen jeweils drei Objekte, Burbach, Erndtebrück und Hilchenbach jeweils ein Objekt. In Freudenberg, Kreuztal, Neunkirchen und Siegen sind keine Unterkünfte klassifiziert.

„Bett+Bike“

Im Laufe des Jahres 2023 waren insgesamt 19 Unterkunftsbetriebe mit dem Qualitätssiegel „Bett+Bike“ und ein Betrieb zusätzlich auch mit dem Qualitätssiegel „Bett+Bike Sport“ zertifiziert.

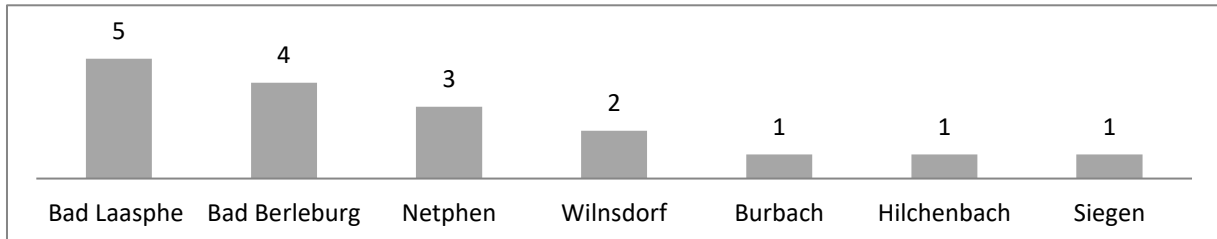


Anzahl zertifizierter Objekte „Bett+Bike“ je Kommune (2023)

„Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“

Im Laufe des Jahres 2023 waren 17 Betriebe mit dem Qualitätssiegel „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ zertifiziert.

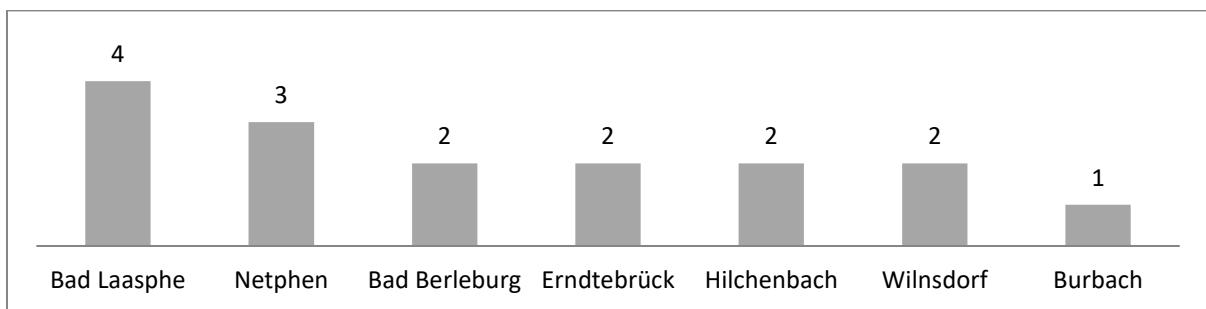
Die meisten zertifizierten Betriebe weisen Bad Berleburg und Bad Laasphe mit jeweils vier Betrieben auf. In Netphen gibt drei Betriebe, die das Qualitätssiegel „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ tragen, in Wilnsdorf zwei und in Burbach, Erndtebrück, Hilchenbach und Siegen liegt jeweils nur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



Anzahl zertifizierter Objekte „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ je Kommune (2023)

„Qualitätsgastgeber Rothaarsteig“

Im Laufe des Jahres 2023 waren 16 Betriebe mit dem Qualitätssiegel „Qualitätsgastgeber Rothaarsteig“ zertifiziert.



Anzahl zertifizierter Objekte „Qualitätsgastgeber Rothaarsteig“ je Kommune (2023)

Ausblick 2023

Qualitätssiegel dienen dazu, potenziellen Gäst:innen (möglichst positive) Hinweise zur Qualität des Angebotes zu geben.

Es zeichnet sich jedoch gerade im Bereich der Ferienwohnungen, -häuser und -zimmer ein Rückgang der Klassifizierungen ab, da der Fokus verstärkt 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 „Premiumwanderort“ 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 2024 auf den Ausbau qualitätsgeprüfter Unterkunftsbetriebe gelegt.

Teejit – Wissen neu gedacht!

Sachstand 2023

Im Dezember 2023 wurde die Zusammenarbeit mit der Teejit GmbH gestartet. Teejit bietet als Dienstleister für E-Learning ein Rund-um-Sorglos-Paket: Von der Bedarfserhebung bis zum Feedback, von On-Demand-Inhalten über digitale Echtzeit-Formate bis zu Seminaren direkt vor Ort, ganzheitlich gedacht, strategisch orientiert und datenbasiert.

Ausblick 2024

Ab Frühjahr 2024 wird die siwi-Lernplattform in Betrieb genommen. Diese beinhaltet Erklärvideos, Anleitungen, Infografiken, Checklisten, Testfragen und vieles mehr, welche auf unserer Website allen touristischen Betrieben zur Verfügung gestellt werden. Die Themen sind vielfältig: Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Servicequalität, Beschwerdemanagement, Zielgruppen, Quellmärkte usw.

Darüber hinaus wird die Zusammenarbeit mit Teejit einen Newsletter umfassen, den sogenannten „Lernletter“. Dieser versorgt die Abonnenten im 14-tägigem Rhythmus mit kleinen Lerneinheiten. Die Betriebe erhalten den Lernletter im Corporate Design ihres Ortes, um so die Verbindung zwischen Ort und Leistungspartner:innen weiter zu stärken.

Onlinebuchbarkeit der Gastgeber:innen in Siegen-Wittgenstein

Sachstand 2023

Als Servicepartner steht dem TVSW die Onlinebuchung Service GmbH (OBS) zur Verfügung. Der TVSW bietet Gastgeber:innen mit dem Buchungssystem TOMAS einen leistungsstarken und marktgerechten Vertriebsweg. Dabei wird bewusst keine Eigenentwicklung oder lokale Lösung genutzt, sondern 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 den örtlichen Homepages und der des TVSW werden die Gastgeber:innen auch an das angebundene TOMAS-Vertriebsnetzwerk übermittelt, das aus den wichtigsten Online-Buchungsportalen besteht.

Zu Beginn des Jahres 2023 bestand zwischen der OBS und 32 Gastgeber:innen ein Vertrag, um über das TOMAS-System buchbar zu werden. Weitere 15 Gastgeber:innen unterzeichneten den Vertrag zur Onlinebuchbarkeit im Verlauf des Jahres, sodass bis Ende 2023 insgesamt 47 Gastgeber:innen online buchbar waren. Diese 47 Gastgeber:innen erhielten im Jahr 2023 knapp 1.300 Buchungen über das TOMAS-System, verzeichneten über 7.800 Personennächte und generierten einen Umsatz von über 280.000 Euro.

Im Jahr 2023 hat der TVSW gemeinsam mit der OBS eine Bereisung der Region organisiert. Ziel der Bereisung war es, Gastgeber:innen unkompliziert und im persönlichen Gespräch zum Thema Onlinebuchbarkeit zu beraten. Zwischen dem 9. und 11. August wurden insgesamt 14 Termine angeboten. Es hat sich gezeigt: Die persönlichen Gespräche sind der Schlüssel zum Erfolg. Von den insgesamt 14 Gastgeber:innen, die eine persönliche Beratung in Anspruch genommen haben, haben sich zehn im Anschluss an das Gespräch für die Onlinebuchbarkeit mit der OBS entschieden.

Ausblick 2024

Eine Onlinepräsenz am Reisemarkt ist mittlerweile unumgänglich. Über 300 Gastgeber:innen in Siegen-Wittgenstein haben die Notwendigkeit erkannt und sind im sogenannten TPortal, dem digitalen Gastgeberverzeichnis der Region, gelistet. Im kommenden Jahr wird es weiterhin wichtig sein, die Onlinebuchbarkeit voran zu bringen. Mithilfe von Vor-Ort-Gesprächen wird angestrebt, weitere Gastgeber:innen von der Onlinebuchbarkeit zu überzeugen, damit sie im Wettbewerb standhalten können. Für Ende Februar 2024 ist bereits eine erneute Bereisung der Region durch die OBS geplant.

Nachhaltigkeit in Siegen-Wittgenstein

TourCert-Zertifizierung als „Nachhaltiges Reiseziel“

Sachstand 2023

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.

Der Zertifizierungsprozess wird partnerschaftlich mit dem Sauerland-Tourismus e. V. durchgeführt, um als starke DMO-Gemeinschaft wahrgenommen zu werden, Synergien zu bündeln und um voneinander zu profitieren. In Siegen-Wittgenstein und im Sauerland passiert bereits sehr viel, was nachhaltige Wirkung hinterlässt und ökonomische, ökologische und soziale Aspekte vereint. Im Rahmen des Zertifizierungsprozesses gilt es, dies sichtbar zu machen und kontinuierlich weiter auszubauen.

Am 30. März 2023 fand eine Kick-off Veranstaltung statt, die auf den ambitionierten Zertifizierungsprozess eingestimmt hat. Darüber hinaus haben die beiden Verbände ihre touristischen Ortsstellen und weitere Partner:innen aus Wirtschaft, Gesellschaft und Naturschutz über das Ziel und Unterstützungsmöglichkeiten informiert.

Das Programm gründet auch auf den Destinationskriterien des „Global Sustainable Tourism Council“ (GSTC-D) und umfasst acht Abschnitte. Die Zertifizierung basiert auf einer engen 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. Der Touristikverband nimmt darin die Rolle als Wissensvermittler, Ideengeber und Impulsgeber ein. Er baut ein Netzwerk aus touristischen Betrieben auf, die mit ihren Angeboten Nachhaltigkeit für Gäste erlebbar machen.

Am 12. September 2023 fand eine Informationsveranstaltung für alle interessierten Betriebe in Siegen-Wittgenstein und dem Sauerland statt, bei der über die Partizipationsmöglichkeiten informiert wurde. Insgesamt nahmen über 40 interessierte Personen teil.

Das Herzstück der Zertifizierung bildet der Nachhaltigkeitsbeirat, welcher die Maßnahmen und Ziele des Nachhaltigkeitsprozesses überprüft und beratend unterstützt. Der Nachhaltigkeitsbeirat trägt das Nachhaltigkeitsverständnis in die Fläche und in verschiedene Aktionsräume – den Lebensraum, Wirtschaftsraum und Naturraum – und unterstützt die Vernetzung und Koordinierung der nachhaltigen Bestrebung in den touristischen Regionen. Er ist daher vielfältig besetzt und wird künftig zweimal im Jahr tagen

Für die weitere Arbeit im „Projekt Nachhaltigkeit“ wurde eine Definition von Nachhaltigkeit im Allgemeinen und die Umsetzung eines gemeinsamen Nachhaltigkeitsverständnisses in Siegen-Wittgenstein und im Sauerland verschriftlicht. Diese transportieren die Botschaft zum Thema Nachhaltigkeit verständlich und helfen dabei, das komplexe Thema „Nachhaltigkeit“ an Leistungspartner:innen kommunizieren und darlegen zu können, was es für die Region bedeutet.

Ausblick 2024

Anfang 2024 werden der Nachhaltigkeitsbericht sowie das Verbesserungsprogramm fertiggestellt werden. Im Frühjahr ist eine größere Veranstaltung mit den „Partnerbetrieben Nachhaltiges Reiseziel“ geplant, um die Zertifizierung zum „Nachhaltigen Reiseziel“ entgegen zu nehmen und zu feiern.

Die Gewinnung der Partnerbetriebe und die Umsetzung des Verbesserungsprogramms wird den TVSW 2024 begleiten.

Touristische Infrastrukturvorhaben

Die Bearbeitung der Qualitätssicherung und -entwicklung der touristischen Infrastrukturprodukte auf Ebene des Kreises oblag im Jahr 2023 ausschließlich dem stellvertretenden Geschäftsführer des TVSW, Thorsten Engels.

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.

Natursteig Sieg:

Fortführung von Mudersbach bis zur Siequelle (drei Etappen)

Sachstand 2023

Die Arbeiten ruhten im Jahr 2023 weiterhin größtenteils aufgrund der Auswirkungen der Borkenkäferkalamität auf die Routenführung sowie eingeschränkter Zeitkapazitäten. Erschwerend kam hinzu, dass mit dem Cyberangriff auf den IT-Dienstleister des Kreises die zur Bearbeitung des Projektes notwendigen Daten ab Ende Oktober nicht mehr verfügbar waren.

Ausblick 2024

Auf Basis der Ergebnisse der zweiten Vorabzertifizierung aus dem Sommer 2022 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 2023

Die Arbeiten wurden im Jahr 2023 wiederaufgenommen.

Nachdem die Touristiker:innen der Kommunen erneut kontaktiert, um Überprüfung der im Frühjahr 2021 gemeldeten sowie um die Benennung von ggf. weiteren zur Einrichtung von Trekkingplätzen potenziell geeigneten Standorten gegeben worden waren, fanden im Frühjahr und Sommer 2023 etwa 30 Ortbegehungen im gesamten Kreisgebiet statt.

Diese brachten eine Auswahl von einem Dutzend Standorten hervor, für die über die Wintermonate 2023/2024 die Machbarkeitsüberprüfung durchgeführt werden sollte. Leider mussten nach dem Cyberangriff auf den IT-Dienstleister des Kreises die zur Bearbeitung des Projektes notwendigen Daten neu erstellt werden, so dass sich die Bearbeitung weiter verzögerte.

Ausblick 2024:

Zu Beginn des Jahres erfolgt die finale Auswahl der realisierbaren Standorte sowie die Benennungsherstellung mit den Flächeneigentümer:innen. Im Anschluss werden durch den Einbezug der zuständigen Fachbehörden die erforderlichen Genehmigungen eingeholt, um die Grundlage für die notwendigen Ausschreibungen sowie die Produktion und Installation der Trekkingplattformen zu schaffen.

In der Mittelanmeldung für den Kreishaushalt für das Jahr 2024 wurde die Einrichtung von sechs Standorten in Höhe der kalkulierten Gesamtkosten berücksichtigt, deren Eröffnung im ersten Halbjahr 2024 erfolgen soll.

Rad-Aktionstag „Siegtal pur – Autofreies Siegtal“

Sachstand 2023

Der Rad-Aktionstag hat am Sonntag, 2. Juli 2023, stattgefunden. Auf der Strecke im Siegerland zwischen Netphen und Niederschelden waren rund 20.000 Teilnehmende unterwegs.

Ausblick 2024

Aufgrund der im Kreistag der Kreises Siegen-Wittgenstein Anfang Februar 2024 gefassten Haushaltsbeschlüsse wurde die Veranstaltung im Siegerland für dieses Jahr abgesagt.

FÖRDERPROJEKTE

REACT-EU

Projekt „Social-Media-Konzept“

Sachstand 2023

Zu Beginn des Jahres wurde noch 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 erfahren zu wollen.

Die Agentur justZARGEScommunicate! aus München hatte sich im Auswahlverfahren durchgesetzt und gemeinsam mit dem TVSW das Projekt umgesetzt. Dabei war es wichtig, bis Ende März alles komplett abzuwickeln, um im Rahmen der Förderrichtlinien zu bleiben. Das Projekt konnte fristgerecht und mit einem Arbeitspapier als Ergebnis erfolgreich abgeschlossen werden.



Mit der Neubesetzung der vakanten Stelle nach dem Weggang von Verena Meinhardt durch Sarah-Kristin Löser erfolgte die Umsetzung des Konzeptes Schritt für Schritt.

Projekt „Usability Check“

Sachstand 2023

Im Rahmen des Projekts REACT-EU 18b.1 „Optimieren der digitalen Performance - Website Usability-Check“ wurde ein Usability Check der Website des TVSW (www.siegen-wittgenstein.info) durchgeführt. Ziel des Projektes war die Identifikation und Behebung technischer Störer oder Mängel in der Struktur und dem Aufbau der Website.

Unterteilt wurde der Usability Check in einen ExpertTech-Check der Website sowie anschließende Interviews mit Nutzer:innen. Der ExpertTech-Check erfolgte durch zwei Expertinnen zur Identifikation erster Optimierungspotentiale und

Handlungsempfehlungen. Anschließend wurden bei Interviews mit Nutzer:innen Anwendungsbeispiele getestet.

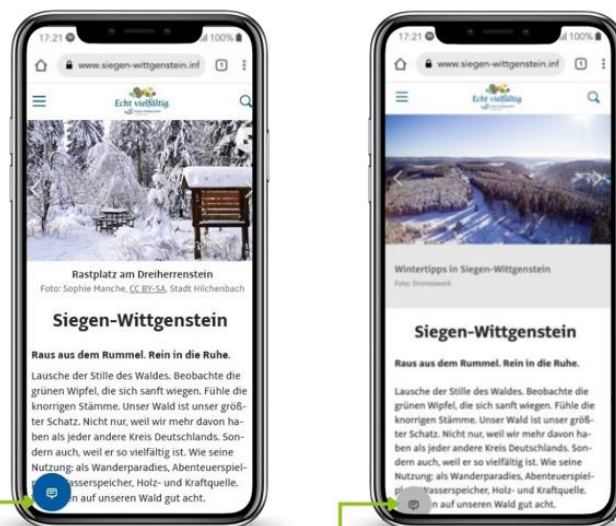
Die Interviews haben Bedienungsprobleme, aber auch Bedürfnisse und Erwartungen aufgezeigt. Dadurch wurde ein Verständnis für bestimmte Nutzer:innen-Verhalten erlangt, mit welchem die Ausarbeitung und Umsetzung der notwendigen Änderungen erfolgen konnte. Die Umsetzung der ausgearbeiteten Änderungen wurde zum Jahresende 2023 abgeschlossen.

Umsetzungsbeispiele

Anpassung der Seite „Touristinformationen in Siegen-Wittgenstein“:

Zur besseren Übersicht und Kürzung der Seite wurden wischbare Übergruppen erstellt.

Zuvor wurden alle elf Kommunen untereinander angezeigt.



Klickbare Elemente, wie der FAB (Floating Action Button) wirkten durch die Farbgebung inaktiv. Die Farbe wurde bei allen Elementen von grau auf blau geändert, entsprechend unseres Corporate Designs.

Damit auch die Touristiker:innen der Kommunen einen Nutzen aus den Ergebnissen ziehen können, wurde auf Basis der Ergebnisse und Erkenntnisse ein Leitfaden entwickelt. Der Leitfaden soll dabei helfen, zu überprüfen, ob die Präsentation des eigenen touristischen Angebotes ein positives Nutzer:innen-Erlebnis hervorruft und zielführend ist.



Dabei ist unerheblich, ob das touristische Angebot über eine eigene touristische Homepage oder eine Unterseite der Homepage der Kommune präsentiert wird.

Smartes Tourismuslabor – Deutschlands inspirierende Outdoorregion wird nachhaltig und klimaresilient

Sachstand 2023

Im Jahr 2023 wurde die Projektskizze für ein neues Förderprojekt eingereicht.

Mit dem EFRE-Projekt „Smartes Tourismuslabor – Deutschlands inspirierende Outdoorregion wird nachhaltig und klimaresilient“ wollen der Sauerland-Tourismus e. V. und der Kreis Siegen-Wittgenstein in Form konkreter Anwendungsfälle (Use Cases) erarbeiten, wie theoretische Nachhaltigkeit in erlebbare und aus Gästesicht nutzbare/unterstützbare Nachhaltigkeit überführt werden kann. Neben der Transformation der touristischen Produkte zu mehr Klimaresilienz gilt dies insbesondere auch für analoge und digitale Gästeservices. Als Use Case wird der „Rothaarsteig“ gewählt, der zum ersten nachhaltigen und klimaresilienten Qualitäts-Fernwanderweg Deutschlands weiterentwickelt werden soll.

Dieser nachhaltigen Anwendungsarbeit wird sich in dem Kooperationsprojekt der Sauerland-Tourismus e. V. widmen, während Siegen-Wittgenstein entscheidende Grundlagenarbeit zur flächendeckenden Qualitätsverbesserung – als einen wichtigen Aspekt der Nachhaltigkeit – in Angriff nimmt.

Um die digitale Informationsvermittlung entlang der gesamten Customer Journey zu optimieren, sollen daher (in Siegen-Wittgenstein modellhaft für Südwestfalen) drei neue „Digitale Gästeservices entlang der Customer Journey“ entwickelt werden: Die „Digitale Gästemappe“, die „TI für die Hosentasche“ sowie das „Update touristischer Informationstafeln“.

Ausblick 2024

Der Förderbescheid soll in der ersten Jahreshälfte 2024 eingehen.

Grenzenlos – Touristische Infrastruktur nachhaltig managen

Sachstand 2023

Im Jahr 2023 wurde die Projektskizze für ein neues Förderprojekt eingereicht.

Mit dem EFRE-Projekt „Grenzenlos – Touristische Infrastruktur nachhaltig managen“ wollen der Kreis Siegen-Wittgenstein, der Sauerland-Tourismus e. V. sowie der Naturpark Sauerland Rothaargebirge e. V. mit Partnern im Bergischen Land ein regional übergreifendes Managementsystem zur optimalen Verwaltung von touristisch relevanten Infrastrukturen implementieren. Damit soll langfristig die flächendeckende infrastrukturelle Qualität der Produkte und Angebote sicherstellt und die Basis für eine strategische Weiterentwicklung der Naturräume zu Erholungszwecken gebildet werden.

Ausblick 2024

Der Förderbescheid soll in der ersten Jahreshälfte 2024 eintreffen.

EFRE-Förderprojekte von Tourismus NRW e. V.

Sachstand 2023

Tourismus NRW e. V. hat zwei Projektskizzen eingereicht, bei denen die DMO-Gemeinschaft Sauerland-Tourismus e. V. und der Touristikverband Siegen-Wittgenstein e. V. Projektpartner sein werden.

Im Rahmen des Projektes „Tourismus Data Intelligence Initiative (TDII)“ wollen Tourismus NRW und seine Partner:innen bei der Etablierung von Künstlicher Intelligenz (KI) eine Vorreiterrolle im Deutschlandtourismus einnehmen. Mittels intelligenter Anwendungsfälle (smarte Use Cases) soll es gelingen, Gäst:innen genau die Inhalte zur Verfügung zu stellen, die diese im jeweiligen Moment benötigen.

Das Projekt „Nachhaltigkeitswerkstatt.NRW“ soll einen Beitrag leisten, das Thema Nachhaltigkeit als zentrale Zukunftsaufgabe für den NRW-Tourismus operationalisierbar zu machen und daraus die zukünftigen strategischen Leitlinien zu definieren. Das Projekt konzentriert sich dabei auf die Destinationsebene, also auf Tourismusorganisationen. Diese sollen fit gemacht werden für die Entwicklung nachhaltiger touristischer Produkte und Angebote.

Ausblick 2024

Der Förderbescheid soll im ersten Quartal 2024 eintreffen.

INTERNE GREMIENARBEIT

Tourismusnetzwerk-Sitzungen

Sachstand 2023

Die Sitzungen des Tourismusnetzwerks dienen dem regelmäßigen Austausch zwischen dem TVSW und den touristischen Ortstellen sowie dem Naturpark. 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 derzeitige oder kürzlich realisierte Projekte und Maßnahmen und haben die Möglichkeit, im Rahmen eines eigenen Tagesordnungspunktes, ein Projekt in der Tiefe vorzustellen.

Die Sitzungen im Jahr 2023 fanden am 11. Januar, 14. Juni und 27. September statt. Die erste Sitzung wurde digital via Zoom durchgeführt, die beiden im Juni und September im Lütz in Siegen sowie im Haus des Gastes in Bad Laasphe.

11. Januar 2023:

- REACT-EU: Digitalscouting – 10.000 Bilder für Südwestfalen
- Ergebnisse der Umfrage „Tourist-Information“
- Vorstellung des EFRE-Projektes „Smartes Tourismuslabor – Deutschlands inspirierende Outdoorregion wird nachhaltig und klimaresilient“

14. Juni 2023:

- Wissenswertes aus den Orten
- Sachstand Förderprojekt REACT-EU
 - Ergebnispräsentation Usability-Check
 - Social-Media-Strategie
 - Ergebnispräsentation Outdoorpauschalen 4.0
- Wissenswertes und Austausch

27. September 2023:

- Besuch des Pilzkundemuseums
- Wissenswertes aus den Orten
- TourCert-Zertifizierungsprozess
- Social Media & Redaktionsplan Q4
- Ausblick Marketing 2024
- Verschiedenes
- Wissenswertes und Austausch

Ausblick 2024

Mit der Genehmigung und Eintragung der neuen Satzung des TVSW wird ein Umbau der Gremienstruktur einhergehen. Das Tourismusnetzwerk wird im neuen TVSW-Arbeitsausschuss aufgehen und mit neuen Kompetenzen ausgestattet. Bisher hatte es ausschließlich beratenden Charakter.

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
- AG Marktforschung
- AG Datenmanager
- AG Pressereferenten/PR- und Social Media-Treffen
- RoundTable „Natur, Outdoorsport, Wellbeing“



Naturpark Sauerland Rothaargebirge e. V.

- Vorstandschaft
- Naturpark-Ausschuss
- AK Naturerholung



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
- Runder Tisch „Willkommen in Südwestfalen“



REGIONALE 2025 Südwestfalen

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



LAG Region Wittgenstein e. V.

- Vorstandschaft (bis Mitte 2023)



Wisent-Welt-Wittgenstein e. V.

- Vorstandschaft (bis Ende 2023)



BLB Tourismus GmbH

- Beirat



TKS Bad Laasphe GmbH

- Beirat
-

PERSONAL



2)

Monika Dombrowsky (bis 31.12.2023)

Geschäftsführerin



2)

Thorsten Engels

Stellv. Geschäftsführer
Touristische Infrastrukturvorhaben



2)

Stefanie Stoltenberg

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Print-Marketing



2)

Jule Kampen

Strategisches Datenmanagement
Qualitätsentwicklung
Nachhaltigkeit



3)

Tatjana Mauelshagen

Partnernetzwerk
Finanzen
Büromanagement



2)

Sarah-Kristin Löser (ab 01.06.2023)

Online-Marketing
DMS
Social Media



4)

Theresa Neuser (ab 01.07.2023)

Leitung Online-Marketing
Content-Management



Julia Hilpisch (bis 31.01.2023)

Content-Management/digitale Strategie
Online-Marketing



Verena Meinhardt (bis 31.03.2023)

Online-Marketing
DMS
Social Media



Sarah-Kristin Löser (bis 31.05.2023)

Auszubildende zur Kauffrau für Tourismus und Freizeit

Sachstand 2023

- Theresa Neuser hat die Leitung des Team Marketing übernommen und verstärkt das Team seit dem 1. Juni 2023.
- Sarah-Kristin Löser hat ihre Ausbildung erfolgreich abgeschlossen und hat in Festanstellung das Online- und Social-Media-Marketing übernommen.
- Julia Hilpisch hat das Team zum 31. Januar verlassen und eine neue Stelle bei der Outdooractive GmbH angetreten.
- Verena Meinhardt hat das Team zum 31. März verlassen und eine neue Stelle bei der Stadt Lennestadt / Gemeinde Kirchhundem angetreten.
- Monika Dombrowsky hat das Team zum 31. Dezember 2023 verlassen und eine neue Stelle bei der Zeche Zollverein in Essen angetreten.

Aushilfen:

Lothar Burk – Aushilfe ca. 30 Stunden/Monat (Prospektservice, Shuttleservice Siegtal Pur)

Ausblick 2024

Zum 1. Februar 2024 wird Daniel Letocha die Geschäftsführung übernehmen.

2) Bildquelle: Tanja Evers / Touristikverband Siegen-Wittgenstein

3) Bildquelle: Theresa Neuser / Touristikverband Siegen-Wittgenstein

4) Bildquelle: Tatjana Mauelshagen / Touristikverband Siegen-Wittgenstein



Touristikverband Siegen-Wittgenstein e. V.
Koblenzer Str. 73, 57072 Siegen

tvsw@siegen-wittgenstein.de
www.siegen-wittgenstein.info
www.siw-b2b.info