

REISEVERKEHR IM SAUERLAND

Die Lage im Sektor der Geschäftsreisen bleibt angespannt

Die Corona-Krise und der Shutdown haben den Geschäftsreiseverkehr fast zum Erliegen gebracht. Dies hat das Gastgewerbe im Sauerland und in Siegen-Wittgenstein hart getroffen, denn die Geschäftsreisenden sind eine sehr wichtige Kundengruppe. Gleichzeitig ist die südwestfälische Wirtschaft auf standortnahe Hotel- und Gastronomieangebote angewiesen. Um die weitere Entwicklung im Geschäftsreiseverkehr besser einschätzen zu können, haben die drei südwestfälischen IHK Arnsberg, Hagen und Siegen Ende Juli eine Blitzumfrage durchgeführt. Fast 350 Unternehmen aus allen relevanten Branchen wie der Industrie, dem Dienstleistungssektor, Bau, Handel und Verkehr haben teilgenommen.

Anlässe für Geschäftsreisen gibt es für die Unternehmen viele: Besuch von Messen und Kongressen, Seminaren und Workshops, Dienstleistungen vor Ort, Handelsreisen und Montagereisen. Gerade für Messen, Kongresse, Seminare und ähnliche

Veranstaltungen besteht jedoch in diesem Jahr wenig Hoffnung auf eine Rückkehr zur Normalität. Bei einem Großteil der Betriebe wird die Reisetätigkeit im Vergleich zur Vor-Corona-Zeit bei unter 50 Prozent liegen. Auch für 2021 ist das Gros der Unternehmen für diesen Geschäftsreisebereich pessimistisch. Allerdings prägen große Unsicherheiten über das weitere Pandemiegeschehen die Einschätzungen.

Gefragt nach der Bedeutung digitaler Formate als dauerhaftem Ersatz für Geschäftsreisen zeigt sich kein klares Bild: Jedes fünfte Unternehmen erwartet, dass sich dadurch das Geschäftsvolumen mindestens halbiert. Ein weiteres Fünftel prognostiziert nur einen geringen Ersatz durch Videokonferenzen und weitere digitale Formate. Thomas Frye, Geschäftsereichsleiter der IHK Arnsberg, schlussfolgert: „Der Kuchen der Präsenz-Termine wird kleiner, in welchem Umfang, ist allerdings schwer vorherzusagen.“

Die Unternehmen der Region schicken ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht nur auf Geschäftsreise. Sie schaffen auch Anlässe für Reisen in die Region. Von den befragten Unternehmen bieten mehr als 100 an ihrem Standort Veranstaltungen für Mitarbeiter oder Beschäftigte von außerhalb an. Über die Hälfte dieser Unternehmen gibt an, dabei auch auf externe Angebote wie Catering oder Tagungsräume im Umfeld zurückzugreifen. Ein Drittel benötigt



Für die Zeit nach der Pandemie geben die Unternehmen an, zu ihren Veranstaltungen auch wieder ein Rahmenprogramm anzubieten. Der Umfang dürfte durchaus das Niveau von 2019 erreichen. Stephan Britten, Tourismusreferent bei der IHK Arnsberg: „Den Unternehmen ist es wichtig, nicht einfach nur eine Tagung oder ähnliches durchzuführen, sondern diese auch mit einem Event zu verbinden. Dies ist gerade im Sauerland eine Chance für die Freizeit- und Eventbranche, insbesondere natürlich für die Outdoor-Angebote.“

Aber auch hier sorgt Corona für einen deutlichen Einbruch. Mehr als 80 Prozent der Betriebe planen dieses Jahr, wenn überhaupt, dann nur noch stark reduziert Veranstaltungen. Für 2021 wird die Lage etwas positiver bewertet. Sowohl im Vergleich zu 2020 als auch im Vergleich zum allgemeinen Geschäftsreise-Verhalten.

Marketing und Öffentlichkeitsarbeit für das Sauerland, Ausbau und Aufwertung der Freizeitinfrastruktur, Fortbildungen für Touristiker und Gastgeber – der Sauerland-Tourismus beschäftigt sich mit diesen und vielen weiteren Aufgaben, die das Sauerland als inspirierende Outdoorregion Deutschlands positionieren und voranbringen. Mit dem abrufbaren Fachwissen stehen wir unseren Partnern zur Seite. Wer in unserem Team der oder die für Sie relevante Ansprechpartner/in ist, zeigt Ihnen dieses Organigramm.

SERVICE UND ANSPRECHPARTNER

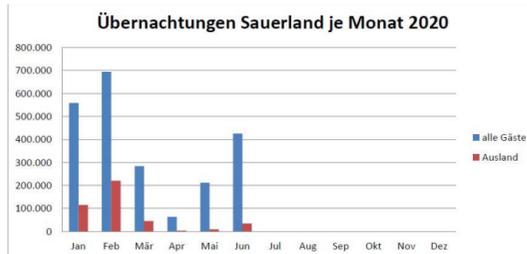
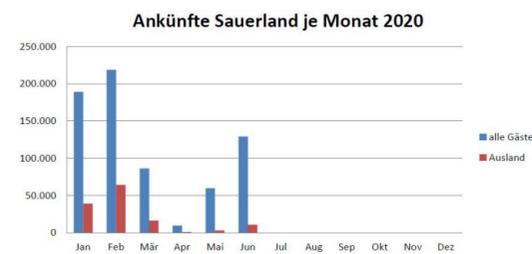
Als Team für Deutschlands inspirierende Outdoorregion

Marketing und Öffentlichkeitsarbeit für das Sauerland, Ausbau und Aufwertung der Freizeitinfrastruktur, Fortbildungen für Touristiker und Gastgeber – der Sauerland-Tourismus beschäftigt sich mit diesen und vielen weiteren Aufgaben, die das Sauerland als inspirierende Outdoorregion Deutschlands positionieren und voranbringen. Mit dem abrufbaren Fachwissen stehen wir unseren Partnern zur Seite. Wer in unserem Team der oder die für Sie relevante Ansprechpartner/in ist, zeigt Ihnen dieses Organigramm.

Die entsprechenden Kontaktdaten der Ansprechpartner finden Sie im Internet unter: www.sauerland.com/team



Statistik: Enorme Verluste im ersten Halbjahr 2020



Bewegte Monate liegen hinter dem Tourismus im Sauerland. Nachdem die Gästeankünfte und -übernachtungen in den Monaten Januar und Februar 2020 noch auf dem hohen Niveau der Vorjahre lagen, brach der touristische Reiseverkehr durch den Corona-Lockdown in den Monaten März und April na-

hezu vollkommen ein. Erst Mitte Mai waren touristische Reisen unter starken Einschränkungen wieder möglich und die Betriebe konnten für potenzielle Gäste öffnen.

Seitdem normalisiert sich die Situation zwar stetig, dennoch bleibt beim Blick auf die Halbjah-

resstatistik für die ersten sechs Monate 2020 ein Minus von 47,1 Prozent bei den Gästeankünften und 41,8 Prozent bei den Gästeübernachtungen. Verluste, die auch mit einer guten Buchungslage in den Sommerferien sowie den anstehenden Herbstmonaten nur schwer auszugleichen sind und die Branche stark in

Mitleidenschaft gezogen haben. Zumal die zukünftigen Entwicklungen noch nicht abgeschätzt werden können.

Die Gesamtstatistik ist im Internet zu finden unter: <https://www.sauerland-partner.info/de/Service/Zahlen-Daten-Fakten/Statistik>

Online-Selbstcheck für Gastgeber: Anonyme und schnelle Selbstanalyse

In welchem Bereich meines Betriebes läuft derzeit nicht alles reibungslos? Ändern sich gerade wichtige Rahmenbedingungen und müssen wir kurzfristig gegensteuern? Diese Fragen stellen sich Gastgeber immer wieder. Mit dem Online-Selbstcheck der Sauerland-GastgeberWerk-

statt steht ihnen ein leicht zugängliches Instrument zur Verfügung, um ersten aktuellen Handlungsbedarf auszuloten. Dieses ist zwar kein Ersatz für eigene Analysen oder das Gespräch mit erfahrenen Experten. Aber es kann Gastgebern erste Signale geben, woran sie jetzt arbeiten sollten.

Der Online-Selbstcheck erfolgt anonym und ist angepasst an Hotels, Gasthöfe, Pensionen oder an Ferienwohnungen und Ferienhäuser. Er besteht aus 48 bzw. 37 Fragen, die erfahrungsgemäß in 20 bis 30 Minuten beantwortet werden können. Die Nutzer erhalten am Ende sofort die automa-

tisch generierte Auswertung und auch Informationen zu den Beratungsleistungen der verschiedenen Institutionen auf der Seite „GastgeberWerkstatt - Beratung & Förderung“. Den Online-Selbstcheck finden Gastgeber hier: selbstcheck.sauerland-partner.info

IMPRESSUM

Sauerland-Tourismus e. V.,
Bad Fredeburg,
Johannes-Hummel-Weg 1,
57392 Schmallenberg
Tel.: 02974-9698-0
Fax: 02974-9698-33

E-Mail: info@sauerland.com
www.sauerland.com

Titelbild: Sauerland-Tourismus e.V./
Klaus Peter Kappest

Redaktion, Layout+Satz:
Anna Galon, Nadja Reh
presse@sauerland.com

V. i. S. d. P.: Thomas Weber

Tourismus-Info SAUERLAND

Herbst 2020



KAMPAGNEN IM SAUERLAND

#Sauerlandcalling: Sehnsucht nach kleinen Abenteuern vor der Haustür

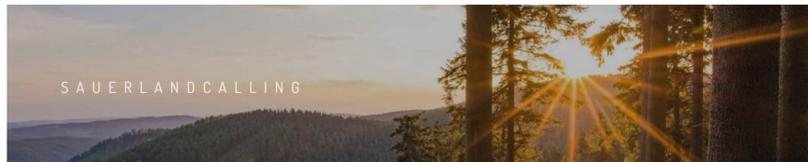
Wochenlang in den eigenen vier Wänden abwarten, bestenfalls auf dem Balkon oder im eigenen Garten etwas durchatmen. Die Tage der Kontakteinschränkungen zu Beginn der Corona-Pandemie waren eine Herausforderung für die Bevölkerung in NRW und Deutschland. Erst nach vielen Wochen der (Selbst-) Isolation folgten schrittweise die Lockerungen. Wonach aber sehnten sich die Menschen, als sie endlich wieder Ausflüge unternehmen, bald danach auch Ausfahrten machen konnten? Nach frischer Luft, nach belebendem Wasser, nach Höhe und Weite, nach Waldaroma und grüner Landschaft und auch nach neuen Erlebnissen an Orten, wo sich nicht unbedingt viele Besucher auf die Füße treten.

Diese Sehnsuchts Themen hatte der Sauerland-Tourismus in den Mittelpunkt seiner Kampagne „#sauerlandcalling“ gestellt, die von Mitte Mai bis Ende August lief. Damit hat der Tourismusverband den Restart des heimischen Tourismus begleitet und bestärkt. Gezielte Tipps und Tourenvorschläge aus allen Teilen der Region und besondere Geheimtipps trugen dazu bei,

Artenreich und attraktiv: Die Zukunft des Waldes mitgestalten

Sturm, Hitze, Trockenheit und Schädlinge haben unseren Wald geschwächt. Das verändert das Gesicht der Landschaft – durchaus aber auch positiv. Naturexperten, Forstfachleute, Waldbesitzer tüfteln an Strategien, wie sie unsere Wälder retten können. Bislang waren die Wälder hierzulande stark durch Fichtenkulturen geprägt, zukünftig werden sie deutlich vielfältiger neu aufgeforstet. Der Wald wird artenreicher und attraktiver werden.

Der Weg dahin wird sich aber holprig gestalten, denn dazu sind über Jahre umfangreiche Wald-



Impressionen der Kampagne #sauerlandcalling aus dem Internet und auf dem Instagram-Kanal @deinsauerland.

die Gäste in der gesamten Fläche des Sauerlandes zu verteilen und die Konzentration zu vieler Besucher an bekannten Hotspots zu vermeiden.

Der Fokus lag dabei auf den Social-Media-Kanälen und einer eigens aufgebauten Kampagnen-Website. Die Themenexperten des Sauerland-Tourismus hatten Tipps für Wanderungen, Radtouren und Ausflugsziele zusammengetragen, bei und an denen die genannten Sehnsuchts Themen wunderbar erlebt werden konnten. Dieser Ansatz kam auf allen

Kanälen gut an. Rouven Soyka aus dem Kommunikationsteam des Sauerland-Tourismus: „Wir sind mit dem Verlauf unserer Restart-Kampagne mehr als zufrieden. Das Feedback war rundum positiv und wir konnten viele Follower von den kleinen Highlights der Region überzeugen.“

Kleine Highlights ist das entscheidende Stichwort. „Wir möchten die Menschen - über die Kampagne hinaus - zu Abenteuern in der Landschaft animieren, dabei geht es um das intensive Erleben besonderer Orte, nicht

um das schnelle und massige Sammeln von Reisespots“, erläutert Anna Galon aus dem Kommunikationsteam.

Nachhaltig wirkt diese Kampagne in die zukünftige Kommunikation des Sauerland-Tourismus hinein, indem die Sehnsuchts Themen als bestimmende Größen für das Storytelling beibehalten werden können. Es sind genau die Themen, die das Sauerland als Naherholungsziel ausmachen und die die Region naturgegeben bedienen kann.



arbeiten notwendig. Das mag in Ausnahmefällen Auswirkungen auf das Wander- und Radfahrerlebnis haben, wenn zum Beispiel einzelne Wege und Waldbereiche temporär gesperrt werden müs-

sen. Bürger und Gäste können diesen Prozess mit Respekt begleiten, denn sie werden Zeugen, wie alle in gemeinsamer Anstrengung die Zukunft der heimischen Wälder nachhaltig sichern.

Wir alle können aber auch mehr tun und den Fachleuten helfen: Der Sauerland-Tourismus, die Naturparke im Sauerland und in Siegen-Wittgenstein und der Landesbetrieb Wald und Holz NRW bereiten gerade eine Waldkampagne vor, die Bürger und Gäste zum Mitmachen animieren möchte. Diese will in erster Linie anschaulich informieren, in Bil-

dern, Geschichten und Videos: Wie sieht die Arbeit der Förster und Waldbauern aus und wie legen sie die Weichen für den Wald der Zukunft? Welche Auswirkungen hat diese Umgestaltung touristisch? Sie möchte aber auch den Menschen aufzeigen, wie sie ihren Sehnsuchtsort Wald mitgestalten: Wo und wie kann ich helfen, neue Bäume anzupflanzen?

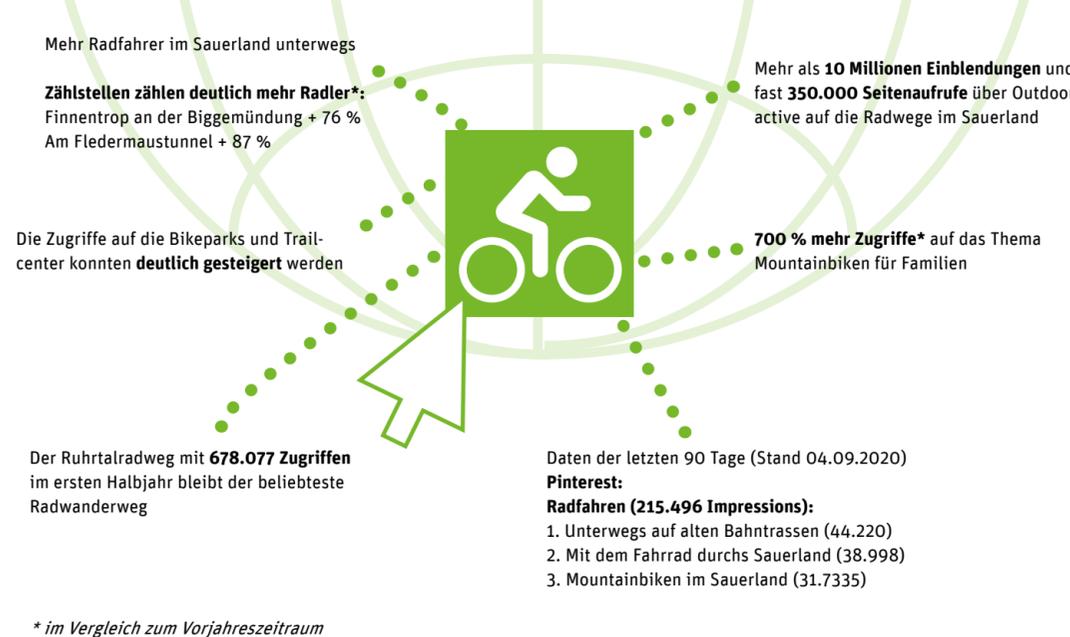
Alle Infos zur Waldkampagne und zu aktuellen und künftigen Aktionen gibt es auf: <https://www.sauerland.com/Sauerland/Unser-Wald>

DAS SAUERLAND IM INTERNET

Wandern in Corona-Zeiten - 1. Halbjahr 2020



Radfahren in Corona-Zeiten - 1. Halbjahr 2020



WO STEHEN DIE STRATEGIEPROJEKTE?

„Digitaler Zwilling“ für Rothaarsteig und Ruhr-Sieg-Radweg

Im Rahmen der Strategie 2019+ wurde ein deutlicher Bedarf für ein abgestimmtes touristisches Infrastrukturmanagement identifiziert. Das daraus abgeleitete Projekt versucht der Sauerland-Tourismus über zwei Förderprogramme umzusetzen. Unter dem Arbeitstitel „Digitaler Zwilling“ werden innerhalb des NRW-Starterprojektes „Touristisches Datenmanagement“ gemeinsam mit dem Touristikverband Siegerland-Wittgenstein die strukturellen und inhaltlichen Grundlagen erarbeitet.

Ein „Digitaler Zwilling“ – oder besser gesagt digitale Zwillinge – sollen von den Projektträumen Rothaarsteig und Ruhr-Sieg-Radweg entstehen. Gemeint ist damit, dass sämtliche Daten zu dem Wanderweg und dem Radweg sowie ihrer unmittelbaren Umgebung gesammelt, erfasst und auf einer Plattform zusammen-

geführt werden. Dazu gehören beispielsweise der Verlauf der Wege, die Breite und Beschaffenheit auf allen Abschnitten, die infrastrukturelle Ausstattung mit Beschilderung, Hütten, Bänken und weiteren Elementen, aber auch Sehenswürdigkeiten und Besonderheiten, die Beschreibung der Naturumgebung.



Viele dieser Daten existieren bereits an verschiedenen Sammelpunkten, unterscheiden sich aber beispielsweise in der Tiefe der Daten oder in der Art, wie sie gepflegt werden. Ziel

des Projektes ist es daher, diese Daten zu sammeln und unter Umständen zu ergänzen, in der Konsistenz anzugleichen und an einem Ort vorrätig zu halten.

Somit entstehen dann buchstäblich digitale Zwillinge der Projekträume, die virtuell den Verlauf der Wege im Detail komplett beschreiben. Auf Basis einer solchen umfangreichen Datensammlung können dann besondere Anwendungen erfolgen: Spezifische touristische Anfragen können passgenau beantwortet werden, es kann

gut überwacht werden, ob die Beschilderung und Infrastruktur auf dem neuesten Stand sind, es können Apps entwickelt werden, die ein virtuelles Erlebnis entlang der Wege ermöglichen.

Überblick zur Umsetzung der Strategie 2019+

Trotz der Einschränkungen durch Corona konnten der Sauerland-Tourismus und seine Partner intensiv an der weiteren Umsetzung der Strategie arbeiten. Hier ein kleiner Überblick zum aktuellen Stand der prioritären Projekte:

1.a.: Rad- und Wanderkonzept
Zur grundlegenden Ausrichtung der zukünftigen touristischen Produktpflege und -entwicklung im Sauerland soll das Rad- und Wanderkonzept dienen. Gemeinsam mit zahlreichen Akteuren aus der Region haben dazu im September jeweils ein Rad- und ein Wander-Workshop stattgefunden, deren wertvolle Ergebnisse nun in das Konzept einfließen.

1.b.: Nachhaltiges Qualitätsmanagement für die öffentliche Infrastruktur SWF
Dieses ambitionierte strategische Ziel geht der Sauerland-

Tourismus parallel auf zwei Wegen an. Im Rahmen des NRW-Starterprojektes werden bis zum Sommer 2022 die strukturellen Grundlagen gelegt. Über ein Projekt der Regionale 2025, das bereits bis zum ersten Stern qualifiziert wurde, soll die technische und organisatorische Umsetzung erfolgen (s.o.).

1.e.: Gastgeber im Fokus
Gemeinsam mit den Partnern in Siegen-Wittgenstein befindet sich dieses Projekt bereits in der Umsetzungsphase, ebenfalls unter Nutzung der Fördermöglichkeiten des NRW-Starterprojektes.

2.b.: Weiterentwicklung zur nachhaltigen Tourismusdestination
Zum Einstieg in dieses Projekt wurde im Rahmen einer beim Sauerland-Tourismus betreuten Masterarbeit eine grundlegende Abfrage des Status Quo und ers-

ter Initiativen durchgeführt. Die Vorstellung ist für das Frühjahr 2021 geplant.

3.a.: Themenorientierte Zielgruppendefinition nach Sinus-Milieus
Gemeinsam mit dem Sinus-Institut haben sich der Sauerland-Tourismus und Brilon-Olsberg Tourismus intensiv in diese spannende Thematik eingearbeitet. Erste praktische Erfahrungen hat der Sauerland-Tourismus bereits im Rahmen der Restart-Kampagne #sauerlandcalling sammeln können. Eine sehr gelungene Umsetzung ist das Sauerland-Wanderdörferprojekt „Sauerland-Seelenorte“.

3.b.: (Inter-)nationales Quellmarktmarketing: Arbeitsteilung mit TV NRW
Gemeinsam mit der DZT Dänemark führt der Sauerland-Tourismus einen Workshop für

Doch das ist noch Zukunftsmusik, Grundlage ist zunächst die Erfassung sämtlicher Daten in einer Datenbank. Derzeit prüfen die Projektteilnehmer, welche Programme aus dem Bereich des Geodaten-Managements so leistungsfähig sind, dass diese Daten in großem Umfang darin zusammengetragen und später auch vielfältig nutzbar werden.

Verzahlt werden soll dieses NRW-Starterprojekt mit einem Projekt der Regionale 2025, welches bereits den ersten Stern erhalten hat. Damit soll der digitale Zwilling perspektivisch in die gesamte Region Sauerland sowie Siegen-Wittgenstein ausgeweitet werden – und könnte vor allem die Bereiche Qualitätssicherung und Mängelmanagement umfassend steuer- und standardisierbar machen.

interessierte Partner im Sauerland durch. Weiter intensiviert wurde die Zusammenarbeit mit der DZT in den Niederlanden und Belgien.

3.f.: Entwicklung des Business Tourismus
Während der Erarbeitung der Strategie 2019+ war an die grundsätzliche Veränderung der Business-Nachfrage durch Corona noch nicht abzusehen. Umso wichtiger ist nun aber, den vielen Akteuren innerhalb dieses Segments Orientierung zu geben. Über die drei IHK hat der Sauerland-Tourismus eine Umfrage unter den Wirtschaftsunternehmen in Südwestfalen initiiert um ein Gefühl für die Nachfrageentwicklung der kommenden Jahre zu gewinnen. Die Ergebnisse daraus werden nun in Workshops mit Gastgebern lösungsorientiert diskutiert.