



Jahresstatistik 1. Halbjahr 2021

Entwicklung Social Media

Webseitenzugriffe

App-Downloads



Foto: Wirtschaft & Marketing Soest GmbH/Gero Sliwa

VERANSTALTUNGEN

Eine Auswahl an Terminen für die kommenden Monate

Nach langem Stillstand in der Eventbranche beginnt das Leben im Sauerland wieder zu pulsieren. Die Planungen für Veranstaltungen – unter entsprechenden Corona-Auflagen – laufen an vielen Orten. Folgende Termine sind bekannt und sollen stattfinden – sofern sich die Lage nicht verschärft und neue Auflagen erlassen werden. Wir bitten Gäste, sich vorab über die herrschenden Auflagen in den Orten bzw. bei den Veranstaltern zu informieren, da diese jeweils unterschiedlich sein können.

Highlights in der Region:

- 24. - 27.09.2021: Werler Michaeliskirmes
- 2./9. - 10.10.2021: Kulinarisches Wanderwochenende in Medebach
- 16. - 24.10.2021: Lippstädter Herbstwoche
- 03. - 07.11.2021: Soester Allerheiligenkirmes
- 11.11. - 19.12.2021: Winterfunkeln in Bad Sassendorf
- 22.11. - 22.12.21: Soester Weihnachtsmarkt
- 22.11. - 19.12.2021: Mendener Winterdorf
- 26.11. - 23.12.2021: Lippstädter Weihnachtsmarkt
- ab 26.11.2021: Arnsberger Weihnachtsmarkt
- 26.11.2021 - 02.01.2022: Glanzlicht Burg Altena
- 27. + 28.11.2021: Weihnachtsmarkt in Niedersorpe
- 03. - 12.12.2021: Weihnachtsmarkt in Werl
- 17.12.2021 - 09.01.2022 Winterberger Winterdorf

Highlights im Wintersport:

- In der Veltins-EisArena Winterberg:
- 10. - 12.12.2021: BMW IBSF Bob & Skeleton Weltcup
- 01. - 02.01.2022: EBERSPÄCHER Rennrodel Weltcup
- 07. - 09.01.2022: BMW IBSF Bob & Skeleton Weltcup

In Willingen:

- 28. - 30.01.2022: FIS Skisprung Weltcup

Auswahl publikumswirksamer Events und Veranstaltungen, basierend auf einer Abfrage bei den Ortsstellen. Stand Mitte September 2021

TOURISMUSMANAGEMENT DER ZUKUNFT

Planungen für neuen Studiengang an der FH Südwestfalen

Schon seit Jahren lernen Studierende am Standort Meschede der Fachhochschule Südwestfalen wichtige Grundlagen des Tourismusmanagements. Daraus soll in Zukunft mehr werden: Es laufen die Planungen zu einem eigenen touristisch ausgerichteten Studiengang. Prof. Dr. Susanne Leder, Professorin für Tourismusmanagement und Marketing, erläutert, was es damit auf sich hat.

Warum möchten Sie an der FH Südwestfalen einen neuen Studiengang „Tourismus- und Regionalmanagement“ aufbauen?

Wir wollen das akademische Ausbildungsangebot im Bereich Tourismus nach fast zehn Jahren am Standort Meschede deutlich ausweiten und den aktuellen Entwicklungen im Tourismusmanagement anpassen, damit es für die Unternehmen und Organisationen in der Region noch attraktiver wird.

Aktuell bieten wir Tourismusmanagement in Meschede als Vertiefungsrichtung im Studiengang International Management an. Jetzt möchten wir die touristischen Inhalte in dem neuen Studiengang inhaltlich ergänzen – um Themen wie Nachhaltigkeit im Tourismus und Kur- und Gesundheitstourismus. Gleichzeitig wollen wir mit der Hinzunahme von Lehrveranstaltungen aus den Bereichen Regionalökonomie und Wirtschaftsinformatik den aktuellen Herausforderungen an die Tourismus- und Freizeitbranche gerecht werden.

Ihr Thomas Weber & Team

Was macht diesen Studiengang zukunftsfähig?

Zum einen ist die bereits genannte interdisziplinäre Ausrichtung des Studiengangs zukunftsweisend und bisher auch in Deutschland in dieser Form noch nicht

vorhanden. Aus der Praxis kennen alle Akteure das enge Zusammenspiel aus Destinations- und Tourismusmanagement, Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung und Regionalentwicklung. Die zukünftigen Fachkräfte in der Region brauchen dafür Kompetenzen, die über die Grenzen des traditionellen Tourismusmanagements hinausgehen. Der Umgang mit der Digitalisierung ist dabei ebenso wichtig wie die interdisziplinäre Betrachtung der Region als Wirtschafts- und Lebensraum. Zum anderen soll der Studiengang von Beginn an zusätzlich als Verbundstudiengang angeboten werden. Das bedeutet, dass ein Studium auch berufsbegleitend möglich ist, weil alle Lehrveranstaltungen auch außerhalb eines Vollzeitstudiengangs angeboten werden.

Warum passt der Studiengang gut ins Sauerland?

Wir haben die Fächerauswahl und die Struktur des Studiengangs an den realen Anforderungen der Region ausgerichtet. Dazu haben zahlreiche Gespräche mit Verantwortlichen u. a. aus dem Tourismus und der Wirtschaftsförderung stattgefunden. Dieser Austausch war uns sehr wichtig, weil wir nicht am Markt vorbeiplanen wollten. Auch der Tourismus NRW



Prof. Dr. Susanne Leder

Professorin für Tourismusmanagement und Marketing an der FH Südwestfalen

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: Pixabay/Tumisu

Layout+Satz:
Nadja Reh, Anna Galon

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

NACHHALTIGKEIT GANZ AUTHENTISCH

„Wir brauchen Aktivitäten, die Mut machen und emotional wirken“

Die Corona-Pandemie, vor allem die Lockdownzeiten, haben dem heimischen Tourismus einen harten Schlag versetzt. Es wird eine ganze Weile brauchen, bis sich das Reiseverhalten und die Lage der Branche in der Region normalisieren. Doch haben wir gleichzeitig – und das ist vielleicht einer der positiven Aspekte – aus der Zeit, als das Naturerlebnis vor der Haustür die einzige Möglichkeit für einen echten Kulissenwechsel war, einige Lehren mitgenommen. Eine davon wirkt besonders nach: Die Menschen zeigen ein größeres Bewusstsein für ökologische Themen. Nachhaltigkeit ist ein Megathema auf allen Ebenen der Gesellschaft.



Thomas Weber
Geschäftsführer
des Sauerland-
Tourismus

und kann zur Qualitätssicherung beitragen. Wichtig ist dabei, dass weder die Tourismusregion noch ihre Akteure und Akteurinnen unlauteres green-washing betreiben und sich nicht thematisch verheben. Wir müssen authentisch bleiben und glaubwürdig kommunizieren lernen. Unsere Leitfrage ist: Wie können wir die Chancen der Klimaanpassung für den Tourismus nutzen? Dazu gibt es bereits mutmachende positive Beispiele im Sauerland: Die Wintersport-Arena stellt sich bis 2030 nachhaltig auf. Winterberg ist erstes zertifiziertes Nachhaltigkeitsziel in NRW, die Rothaarsteig-Qualitätsbetriebe haben nachhaltige Kriterien. Wir helfen Waldbauern und der Waldwirtschaft bei der Kommunikation zum Thema „Der neue Wald“. Natur-Entdeckerorte führen die Menschen wieder zurück zum ursprünglichen Erleben.

Alle Herausforderungen dieser Zeit manifestieren sich im Tourismus. Nachhaltigkeit ist jedenfalls kein Thema für eine Gruppe oder ein Milieu, sondern ein Breitenthema und eine Querschnittsaufgabe. Weitergedacht, geht es nicht um Verzicht und Verbote, sondern um neue Lebensqualität und einen ausgewogenen Tourismus, bei dem man sich auf Anbieter- und auf Konsumentenseite ehrlicher und damit wohler fühlt. Aber: Nachhaltiger Tourismus muss aus seiner Nische raus, denn Nachhaltigkeit ist kein grundsätzlich neues Projekt oder eine temporäre Aufgabe für Spezialisten, sondern ein Geschäftsmodell. Sie treibt Innovationen voran

SAUERLAND-OUTDOOR-HANDBUCH

Leitfaden für Planende im Naturerlebnisraum

Die Fachkolleginnen aus dem Wander- und dem Radbereich haben ein gemeinsames Outdoorkonzept verfasst, das in Kürze final vorliegen wird. Es ist ein roter Faden für die vernetzte Konzeption der beiden Natursportthemen in der Region und möchte denjenigen als Orientierungshilfe dienen, die sich bisher noch nicht intensiver mit Outdoorthemen und ihren zukünftigen Anforderungen an Produktentwicklung und Marketing beschäftigt haben. Eine wichtige Handreichung in der praktischen Arbeit ist das Sauerland-Outdoor-Handbuch. Die verantwortlichen Institutionen im Sauerland haben für ein freundliches Miteinander im gemeinsamen Naturraum Grundsätze und Regeln

aufgestellt, nach denen sich alle dort engagierten Menschen richten und die in dem Handbuch erläutert werden. Dazu gehören u.a. Kriterien dafür, wie neue Rad- und Wanderwege angelegt, beschildert und möbliert werden. Ebenso werden die Verantwortlichkeiten für deren Instandhaltung beschrieben. Auch die im Sauerland bewährte 2:1-Regel ist darin erklärt. Kapitel zum Infrastrukturmanagement, zu Verhaltensregeln im Wald und zu anderen wichtigen Aspekten erleichtern Planenden den Einstieg in das Thema Outdoorerlebnis. Das Sauerland-Outdoor-Handbuch gibt hier zum Download: <https://www.sauerland-partner.info/outdoorhandbuch>



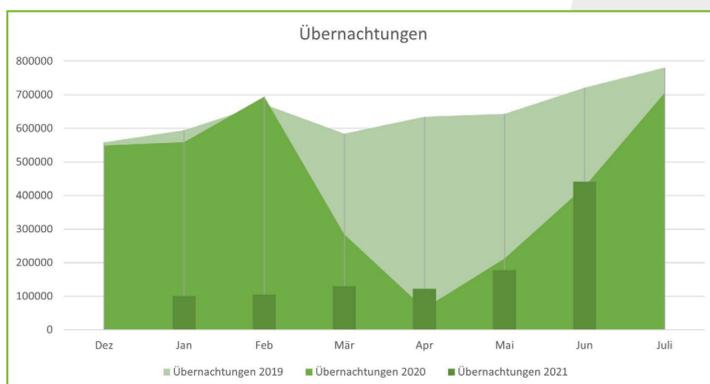
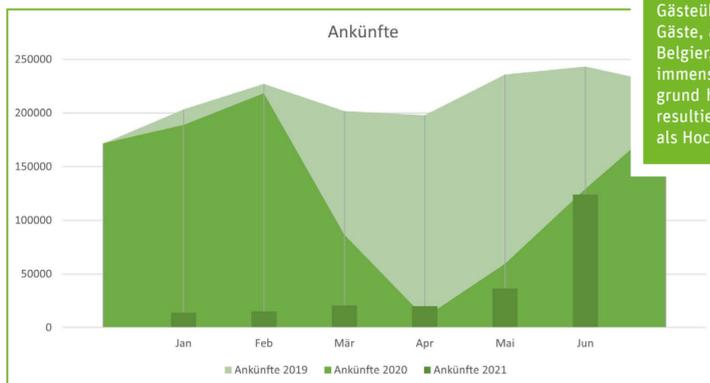
Sauerland-Outdoor
Handbuch 1.0



ANKÜNFTE UND ÜBERNACHTUNGEN

Auch das erste Halbjahr 2021 war, wie bereits nahezu das gesamte Tourismusjahr 2020, von den Auswirkungen der weltweiten Corona-Pandemie und den massiven Einschränkungen auf die Gastronomie und das Übernachtungsgewerbe geprägt. So konnte das Sauerland in den Monaten Januar bis Juni lediglich 230.674 Gästeankünfte mit 1.075.886 Gästeübernachtungen verbuchen, was einem Rückgang von rund 72 Prozent im Vergleich zum Jahr 2019 entspricht, dem Jahr, in dem Tourismus regulär möglich war.

Überdurchschnittlich hoch fiel zudem der Rückgang der Gästeankünfte und Gästeübernachtungen ausländischer Gäste, allen voran der Niederländer und Belgier, aus. Auslöser hierfür waren die immensen Einreisebeschränkungen aufgrund hoher Inzidenzen und die daraus resultierenden Einstufungen der Länder als Hochrisikogebiete.



ENTWICKLUNG SOCIAL MEDIA

Sich mal eben schnell informieren und Infos zu den neuesten Highlights erhalten. Das geht wohl kaum besser als über Social Media. Kein Wunder also, dass auch die Kanäle des Sauerland-Tourismus und die geposteten Inhalte im ersten Halbjahr 2021 stark nachgefragt waren. Dabei erreichte der Facebook-Kanal mehr als 600.000 Personen und generierte rund 16.000 Interaktionen. Weiter im Trend und ein Inspirationskanal mit wachsender Beliebtheit bleibt Instagram. So stieg die Follower-Zahl des Instagram-Kanals von circa 9.700 zu Beginn des Jahres auf mittlerweile rund 11.700 (Stand 30.06.) an. Die geposteten Inhalte erzielten dabei knapp 700.000 Impressions mit gut 40.000 Interaktionen.

Ein weiterer Beweis, dass das Sauerland mit seinem vielfältigen Angebot auch während des Lockdown-Zeitraums stark nachgefragt war, zeigt sich beim Blick auf den Pinterest-Kanal des Sauerland-Tourismus. Mehr als 1 Million Impressions (Bestwert aller ST-Kanäle) verbuchten die Pins der Region und machten Lust auf einen Tagesausflug in die Region.



Facebook:
607.544 erreichte Personen
16,04 Tsd. Interaktionen

Instagram:
697.516 Impressions
40,52 Tsd. Interaktionen

Pinterest:
1,01 Mio. Impressions
34,02 Tsd. Interaktionen

APP-DOWNLOADS



Google-Play-Store
38.554

Apple-App-Store
13.831

Downloads Sep. 2020 bis Aug. 2021

Fakten:

- 2.000 Rad- & Wandertouren
- 6.000 Sehenswürdigkeiten & Freizeittipps
- Offline-Speicherung aller Touren möglich

Zugriffe:

Januar bis Juni Outdooractive-Regio (Tourenportal ST)
Einblendungen : 2.616.266
Seitenaufrufe : 107.378

Januar bis Juni APP (ios und Android)
Einblendungen : 3.200.963
Seitenaufrufe : 53.914

ZUGRIFFSENTWICKLUNG WANDERN & RADFAHREN

Das Sauerland ist Outdoorregion. Das zeigen auch die Zugriffszahlen auf die von uns beworbenen und in den Fokus gestellten Rad- und Wanderwege. Insbesondere die Familienangebote sind während der Lockdownphase sehr gut angenommen worden, ebenso die kürzeren Wege wie z.B. Sauerland-Spuren. Beim Radfahren erfreuen sich vor allem die Tourenradwege wie SauerlandRadrिंग und der RuhrtalRadweg großer Beliebtheit und die Zugriffszahlen der Mountainbiketouren konnten sich auf dem Vorjahresniveau einpendeln.

➔ Die Wanderung zum Wasserfall in Bestwig ist die meistaufgerufene Tageswandertour der vergangenen 6 Monate. Der „Kahler-Asten-Steig“ hatte die meisten Downloads aller Wanderwege. Der Sauerland-Höhenflug hat die meisten Aktionen der Gäste erzeugt.

➔ Bei den Radwegen hatte der SauerlandRadrिंग in den vergangenen 6 Monaten die meisten Seitenaufrufe, Downloads und die meisten Aktionen.

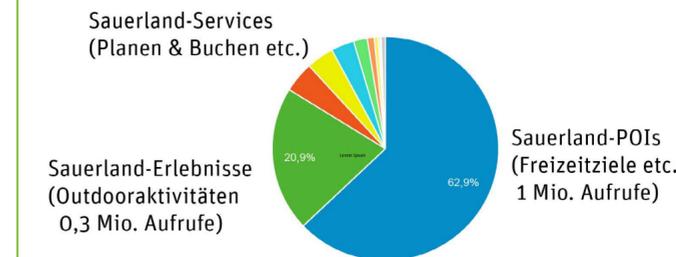


WEBSEITEN-ZUGRIFFE



Nichts geht über eine gut gepflegte, informative Internetseite, die für die Nutzer*innen alle gewünschten Informationen ohne lange Suche bereithält. Die sauerland.com als Dreh- und Angelpunkt des touristischen Auftritts der Region war deshalb auch im ersten Halbjahr 2021 wieder stark gefragt und konnte 735.675 Sitzungen mit 1.357.595 Seitenaufrufen verbuchen. Damit wuchs die Zahl der Nutzer*innen gegenüber dem Vorjahreszeitraum nochmals um 15 Prozent. Dabei wurden mit weitem Abstand (77,9 Prozent) die meisten Zugriffe über mobile Endgeräte getätigt. Ein weiteres Indiz dafür, dass die spontane Informationssuche via Smartphone & Co immer beliebter wird. Weitere 16,4 Prozent griffen über Desktop-PCs auf die Daten des Sauerland-Tourismus und seiner Partner zu, 5,7 Prozent nutzten das Tablet. Stark verschoben haben sich die Schwerpunkte des über die sauerland.com gesuchten und genutzten Contents. Während in 2020 rund ein Drittel der Zugriffe auf Freizeitziele entfielen, waren es im ersten Halbjahr 2021 schon zwei Drittel. Weitere 21 Prozent entfielen auf Erlebnisse, dabei allen voran Outdooraktivitäten wie Wandern, Radfahren und Co. Dies korrespondiert einerseits mit der Mikroabenteuer-Kampagne des Sauerland-Tourismus, zeigt aber auch, wie stark die Einheimischen und Gäste nach konkreten Tipps und Zielen gesucht haben und wie wertvoll die Contentpflege durch alle Partner in der Region dafür war.

Contentnutzung der www.sauerland.com (1.1. bis 30.6.2021)



Mobile Nutzung der www.sauerland.com (1.1. bis 30.6.2021)

