

Touristisches Datenmanagement NRW

Im Herbst 2019 startete das Projekt Touristisches Datenmanagement NRW „offen, vernetzt, digital“, an dem sich auch der Sauerland-Tourismus beteiligt. Einige wichtige Meilensteine in der Umsetzung konnten dabei bereits in Angriff genommen und realisiert werden.

Zunächst wurde den Kommunen die neue OpenPOI-Datenbank vom kommunalen IT-Dienstleister SIT (Südwestfalen-IT) bereitgestellt und die Pflegehoheit der Datensätze den Verantwortlichen in den Kommunen übergeben. Zudem wurden im Rahmen des Projektes die Ortsstellen zum Thema Open Data sensibilisiert und weitergebildet. Durch eine Anbindung der in Outdooractive hinterlegten Touren, Gastro-Daten und POI an den landesweiten Data Hub NRW sind die Inhalte nun auch auf dem Internetportal <https://entdecke.dein-nrw.de> abrufbar.

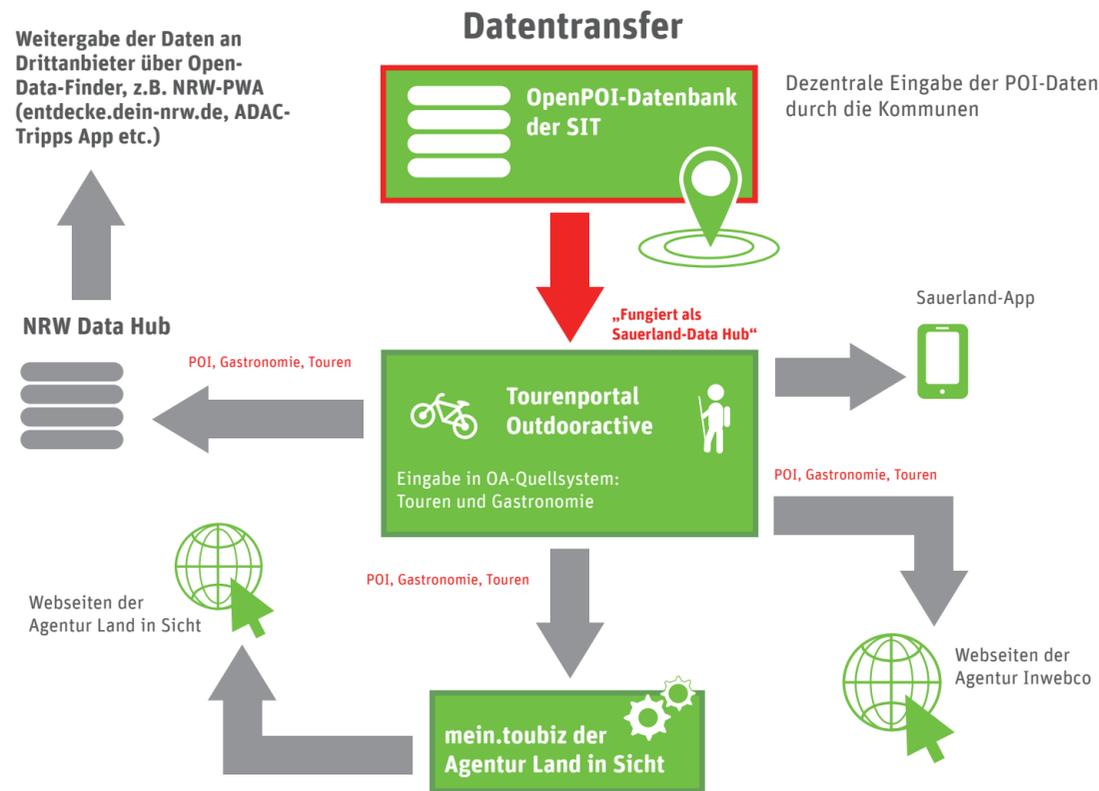
Die Ausspielung der jeweiligen Datensätze erfolgt dabei unter Berücksichtigung gemeinsam im Projekt festgelegter Qualitätsstandards (inklusive CC-Lizenzen für Text und Bild). Um dies rechtssicher zu realisieren, wurden Verträge zur Nutzung von Plattformen und der Überlassung von Software mit allen Partnern des Sauerland-Tourismus (Produktkooperationen, touristische Ortsstellen, Kreise etc.) geschlossen.

Ansprechpartnerin für das Thema ist Almuth Hufnagel, almuth.hufnagel@sauerland.com



Hier noch einmal die Projektziele im Überblick:

- **Systematischere Vernetzung der Regionen im touristischen Landesverband**
- **Umstellung vom reinen Marketing auf das Management und die Bewirtschaftung von Daten**
- **Einführung agiler Organisationsprinzipien angesichts verkürzter Produkt- & Innovationszyklen**
- **Orientierung an den Sinus-Zielgruppen und Umstellung der Marketingaktivitäten**



Geschäftsführerwechsel beim Sauerland-Tourismus



Sauerland-Tourismus e.V./Rouven Soyka

Seit dem 1. Oktober ist Dr. Jürgen Fischbach neuer Geschäftsführer beim Sauerland-Tourismus. Er tritt damit die Nachfolge von Thomas Weber an, der nach 13 Jahren an der Spitze des Tourismusverbands in den Ruhestand gegangen ist. Für das Sauerland und die Akteure im Tourismus ist Fischbach kein Unbekannter.

Denn seit 1991 ist der promovierte Diplom-Geograph bereits als prägender Akteur für die Region tätig. Zunächst für fünf Jahre als Geschäftsführer des Verkehrsvereins Arnsberg, anschließend von 1994 bis 1996 als Leiter des SGV-Naturschutzzentrums und als stv. Geschäftsführer des Kreisverbands-Südsauerland von

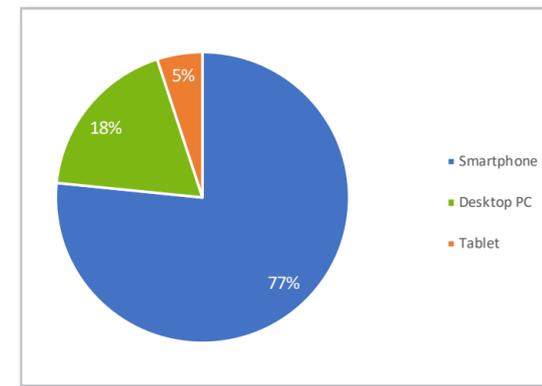
1996 bis 2004. Für den Sauerland-Tourismus ist Fischbach seit der Gründung im Jahr 2004 tätig. In der Rolle als Marketingleiter seit 2009 und seit Januar 2020 dann auch als stellvertretender Geschäftsführer ist der geborene Olper nicht unwesentlich an der Neuausrichtung des Verbands und der strategischen Weiterentwicklung in den vergangenen Jahren beteiligt gewesen. „Ich freue mich auf die neue Aufgabe und bedanke mich noch einmal für die langjährige Arbeit meines Vorgängers, der die Region und den Tourismus durch sein Engagement wesentlich mitgeprägt hat“, betont Fischbach. „Gemeinsam als Team wollen wir an die erfolgreiche Arbeit der vergangenen Jahre anknüpfen und den Weg zu einer deutschlandweit inspirierenden Outdoorregion konsequent weitergehen.“

Und auch auf der Position des stellvertretenden Geschäftsführers gibt es eine Veränderung. Diese wird zukünftig von Jannik Müller besetzt. Auch der studierte Tourismusmanager ist im Sauerland kein Unbekannter und arbeitete zunächst von November 2015 bis März 2020 als Projektleiter der Sauerland-Radwelt intensiv an der Weiterentwicklung des Radtourismus der Region und seit Januar 2020 als Ansprechpartner für Marketing und Marktforschung sowie für IT beim Sauerland-Tourismus. „Unser Ziel muss es sein, die Region durch umfangreiche Marketingmaßnahmen gezielt den milieuspezifischen Zielgruppen schmackhaft zu machen und unsere Vorzüge weiter herauszuarbeiten“, betont Müller.

Website-Zugriffe



Die Welt wird digitaler und auch wir im Tourismus merken das beim Blick auf die Zugriffszahlen unserer Website www.sauerland.com. Getreu dem Motto „Mal eben schnell inspirieren und informieren“ nutzen immer mehr Tagesausflügler und Urlauber ihre mobilen Endgeräte unterwegs, um sich Daten zu Sehenswürdigkeiten, Ausflugszielen und Touren in der Region abzurufen. Aber auch daheim in den eigenen vier Wänden (bspw. abends bequem auf dem Sofa) ist das Handy für viele Menschen ein ständiger Begleiter. Da wundert es nicht, dass 77 Prozent aller Website-Zugriffe direkt über das Smartphone getätigt werden. Weitere 18 Prozent entfallen auf Desktop PCs sowie 5 Prozent auf Tablet. Und was lernen wir daraus? Unsere Daten müssen stets im besten Pflegezustand zur Verfügung stehen, um diesem Informationsdrang die richtigen Produkte und Inhalte zur Verfügung stellen zu können und mit bester Qualität zu glänzen.



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./Paul Masukowitz/ REACT-EU

Redaktion:
Anna Galon, Rouven Soyka
Layout+Satz:
Nadja Reh

V. i. S. d. P.: Dr. Jürgen Fischbach

Tourismus-Info SAUERLAND Herbst 2022

Digitaler Schub für die Region dank REACT-EU



Sauerland-Tourismus e. V./Paul Masukowitz/REACT-EU

28 große Projekte – und darunter noch viele einzelne Teilprojekte – geben dem Tourismus im Sauerland einen kräftigen Schub in die digitale Zukunft. Möglich wurde diese Großoffensive dank des Förderprogramms der Europäischen Union REACT-EU. In Kooperation mit der Partnerregion Siegerland-Wittgenstein hat der Sauerland-Tourismus die Chance ergriffen und mit einem Budget von einer Million Euro buchstäblich eine digitale Transformation der touristischen Arbeit eingeleitet, die in den kommenden Jahren Früchte tragen wird. Das Team des Sauerland-Tourismus fokussiert sich unter anderem auf die Erstellung neuer Inhalte, für die das gesamte Jahr 2022 genutzt wird: Fotos, Videos, Social-Media-Beiträge und -Werbekampagnen sowie ausdrucksstarke digitale Werbemittel, die die Region facettenreich illustrieren und darstellen. Die Produktion wurde dabei an das neue Marketing angepasst, das sich an den Sinus-Milieus orientiert. Dies sind Wertegruppen in der Bevölkerung, die bestimmte Lebenseinstellungen sowie Vorlieben in Sachen Lifestyle, Konsum und Reiseverhalten teilen.

RuhrtalRadweg-Charta 2026 unterschrieben

Zu seinem 20-jährigen Geburtstag – der im Jahr 2026 ansteht – bereitet sich der RuhrtalRadweg ein besonderes Geschenk vor: Er ließ die Kooperationsgemeinschaft, die ihn hegt und pflegt, eine besondere Erklärung unterschreiben – die RuhrtalRadweg-Charta 2026. Mit ihrer Unterschrift verpflichten sich die Anrainerkommunen und -kreise sowie die Ruhr Tourismus GmbH, der Sauerland-Tourismus e.V. und der Regionalverband Ruhr, in den kommenden Jahren auf der gesamten Strecke Verbesserungen im Sinne der erfolgreichen Marke umzusetzen. In der Charta werden Maßnahmen und Aufgabenbereiche formuliert, die auf die drei zentralen Aspekte Qualität, passende Zielgruppen und Nachhaltigkeit einzahlen. Die radtouristische und begleitende Infrastruktur sollen verbessert werden – bei-

Sie alle werden ab sofort auf den Online-Kanälen, bei Anzeigen und in der Kommunikation seitens des Tourismusverbandes passgenau angesprochen.

Zur digitalen Offensive gehört aber auch der Ausbau des Content-Netzwerks, um die neuen Inhalte noch breiter und nutzer-näher ausspielen zu können. Ebenso wurden die Umgestaltung und Verbesserung der Internetseiten inklusive einer Suchmaschinen-Optimierung eingeleitet, damit diese im Web noch besser auffindbar werden. Auch neue Möglichkeiten für den Einsatz von Augmented Reality – also die computergestützte Visualisierung von zusätzlichen Infos und Inhalten – wurden geschaffen. „Eine unglaubliche Zahl von Projekten greift hier auf technischer und inhaltlicher Ebene ineinander. Dank der Förderung konnten wir viele Maßnahmen zeitgleich engagiert angehen und einen großen digitalen Sprung machen. Dieser wird seine Wirkung ab dem kommenden Jahr voll entfalten“, erläutert Jannik Müller, stellvertretender Geschäftsführer des Sauerland-Tourismus.

Die Umgestaltung greift auch in die Fläche des Sauerlandes hinein: Projekte zur digitalen Zählung von Rad- und Wandergästen in der Landschaft werden dank des Förderprogramms ebenfalls umgesetzt. Sie werden dabei helfen, touristisch stark frequentierte Orte zu erfassen und die Reisenden in der Region besser zu lenken, um das Erleben der Natur für alle entspannt und komfortabel zu gestalten.

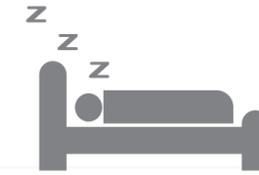
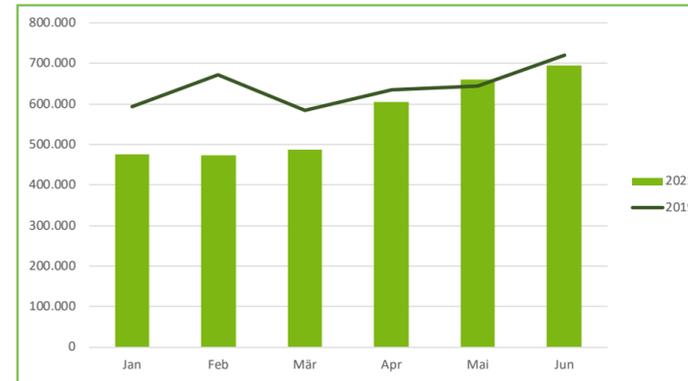
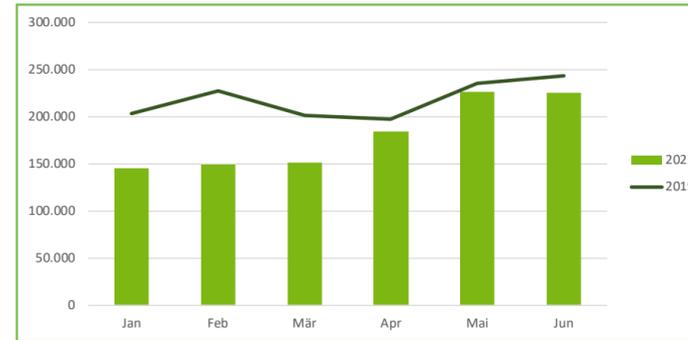
spielsweise durch eine tadellose Beschilderung und die Minimierung straßenbegleitender Abschnitte. Im Bereich Nachhaltigkeit stehen eine klimafreundliche An- und Abreise im Fokus, aber auch Optimierungen bei der Ver- und Entsorgung zum Beispiel durch neue Leitungswasserspender entlang der Strecke. Darüber hinaus soll die Digitalisierung vorangetrieben werden.

Auf dem Sauerland-Abschnitt zwischen Olsberg und Bestwig kann schon erlebt werden, wie die Wegeführung für die Radfahrenden ansprechender gestaltet werden kann: Hier wurde eine Teilstrecke des RuhrtalRadwegs über einen neuen Radweg weg von der Bundesstraße und in die Landschaft verlegt. Sie führt jetzt attraktiv und besonders nah am Fluss durchs Grüne.



Ruhr Tourismus/Doreen Scholz

Ankünfte und Übernachtungen



Nachdem die vergangenen beiden Tourismusjahre 2020 und 2021 massiv von den Auswirkungen der weltweiten Coronapandemie und den damit einhergehenden Einschränkungen für die Gastronomie und Übernachtungsbetriebe geprägt waren, normalisiert sich die Situation in 2022 allmählich wieder. So konnte das Sauerland in den Monaten Januar bis Juli 1.296.517 Gästeankünfte mit 4.138.415 Gästeübernachtungen verbuchen, was einem Zuwachs von 130 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Im Vergleich zu 2019, dem letzten Jahr, in dem Tourismus regulär möglich war, weist die Statistik allerdings weiterhin einen Rückgang von gut 10 Prozent aus. Mit Blick auf die kommenden Monate steht der Tourismus angesichts der aktuellen Energiekrise allerdings vor neuen Herausforderungen.

Entwicklung Social Media



Die Bespielung von Social Media-Kanälen als wichtiger Teil des Online-Marketings ist aus der touristischen Arbeit nicht mehr wegzudenken. Die Zahlen belegen dabei eindeutig, dass das Sauerland mit seinen Angeboten weiterhin stark nachgefragt ist und zu den beliebtesten Destinationen in NRW zählt. Dabei erreichte der Facebook-Kanal mehr als 400.000 Personen und generierte mehr als 28.000 Interaktionen (Stand 30.09.). Und auch der Instagram-Kanal erfreut sich weiterhin wachsender Beliebtheit. Die Follower-Zahl stieg hier von circa 13.500 auf mehr als 15.000 in den ersten neun Monaten des Jahres. Die geposteten Inhalte erzielten rund 480.000 Impressions mit circa 32.000 Interaktionen. Mehr als 1 Million Impressions mit über 24.000 Interaktionen konnte zudem der Pinterest-Kanal des Sauerland-Tourismus generieren. Besonders gefragt waren hier unter anderem Ausflugstipps, Infos zum Bereich Camping und das Thema Bahntrassen-Radeln. Und auch der Twitter-Kanal mit seinen knapp 4.200 Followern erreichte mehr als 55.000 Personen und ist somit ein zusätzlicher Baustein einer breit aufgestellten Präsenz im Online-Marketing.



Facebook:
407,34 Tsd. erreichte Personen
28,81 Tsd. Interaktionen

Instagram:
478,30 Tsd. Impressions
31,20 Tsd. Interaktionen

Pinterest:
912,49 Tsd. Impressions
24,42 Tsd. Interaktionen

Twitter:
55,51 Tsd. Impressions
1,44 Tsd. Interaktionen

„Setzt weiter auf Netzwerke!“

13 Jahre als Geschäftsführer beim Sauerland-Tourismus und eine mehr als 30-jährige Laufbahn in unterschiedlichen Funktionen im Tourismus der Region – zum 30.09. ist Thomas Weber nun in den wohlverdienten Ruhestand gegangen. Zum Abschied haben wir mit ihm ein Interview geführt.

Wie ist es damals zu Ihrem Einstieg in die Tourismusbranche gekommen?

Die Sauerländer hatten mich als damals Fremden aufgenommen und ich habe von Anfang an Land und Leute sehr gemocht. Später wollte ich einfach aus tiefstem Herzen etwas zurückgeben. Das war die Grundmotivation. In der Praxis heißt das: Wo geht es denn besser, als sich in einem Netzwerk mit um die Landschaftsinwertsetzung und die wunderbare Gastlichkeit zu kümmern, die vielen Potenziale zu heben und dann dafür zu werben?

Was macht das Arbeiten im Tourismus so besonders?

Manchmal läuft alles rund und in strukturierten Bahnen – manchmal ist Tourismus aber auch wie Dantes Inferno in der Inszenierung vom Ohnsorgtheater. Es macht einfach Spaß und man ist immer mitten drin, Punkt.

Welches Projekt war für Sie eine besondere Herzensangelegenheit?

Viele haben mich seinerzeit vor allem mit dem Ausrufen des „Neuen Wanderns“ in Verbindung gebracht. Besonders gern habe ich mich aber auch um das Thema Gesundorte und den Grundgedanken gekümmert, dass unser Sauerland perfekte Antworten auf die Herausforderungen der Zeit liefert. In der Nähe der Ballungszentren kann man hier regelmäßig bestens Auszittern. Dazu braucht’s nur eine gute Unterkunft und dann den freien Blick, denn wahrer Luxus sind Raum, also Weite und Zeit. Genussthemata waren für mich das langsame Herantasten und Aufspüren eines eigenen Sauerland-Stils. Und das in vielen Facetten – von der alten und neuen Baukultur als Erkennungszeichen und für das Kopfkinos der Besucher, bis zum detaillierten Herausarbeiten einer eigenen Bildsprache.

Gab es auch so etwas wie eine „persönliche Niederlage“?

Die Liste der Pleiten und Rohrkreplerer ist lang. Ich kam mit der Idee des Sauerland-Markenrats nicht richtig vorwärts. Dahinter steckt die Erkenntnis und mein Unvermögen, dass wir noch nicht so weit sind, alles was wir haben, an eine gemeinsamen und über den Tourismus hinaus gehende Markenlinie anzudocken. Also auch die scheinbar nebensächliche Frage zu beantworten, wie wir gesehen werden wollen und bspw. unser Servicepersonal in den Betrieben als Botschafter der Region eigentlich „anziehen“? Hier braucht der Sauerland-Tourismus Hilfe und Unterstützung aus der Wirtschaft der Markenartikler. Zum Beispiel auch beim geschickten und kosteneffizienten Einsatz der Licht- und Beleuchtungskompetenz in der Region. Denn Licht zaubert Atmosphäre und ist pure Emotion.

Was hat sich über die Jahre verändert? Welche Entwicklungen gibt es?

Großartig finde ich den Drive, den das Thema Radfahren mit der Innovation E-Bike aufgenommen hat. So kann sich unser Sauerland nicht nur weiter zu einer jugendlich angesagten Wanderregion entwickeln, sondern auch zu einer der besten Radregionen Deutschlands werden. Vor allem in der gemeinsamen Bewerbung des entstehenden Mountainbike-Netzes in Nordhessen und bei uns in Westfalen steckt Musik! Zudem hat sich der Wintersport enorm professionalisiert und wird geachtet, weil man sich glaubwürdig mit der Nachhaltigkeit beschäftigt. Denn die Frage steht immer mehr im Raum, ob die Energie da, wo sie gebraucht wird, auch hergestellt wird. Gut entwickelt haben sich auch die Kulturnetzwerke rund um die Industriegeschichte, die inzwischen viel lebendiger erzählt werden. Und natürlich alles was mit „Sauerland-Bindestrich“ geschrieben wird, wie die Sauerland-Seen oder die Sauerland-Höhlen u.v.m.

Welche Tipps würden Sie jungen Berufseinsteigern im Tourismus geben?

Setzt weiter – auch wenn’s mühsam ist – auf partnerschaftliche Netzwerke in alle Richtungen. Ob das die geborene Gemeinschaft mit Siegen-Wittgenstein ist oder ob das die guten Nachbarschaften in alle anderen Himmelsrichtungen sind. Besucher kennen keine Grenzen; lasst uns deshalb alle Routen und Kooperationen so breit es geht entwickeln. Dazu kommen die immer wichtigeren Kooperationen mit den Waldbauern und dem Forst, mit den Kulturschaffenden und der südwestfälischen Wirtschaft. Sie alle prägen unser Innen- und das Außenbild. Denn wir wollen ja nicht nur Gäste, sondern auch Zuzug. Und da ist der Freizeitwert enorm wichtig. Und: Geht in die Betriebe und hört hin, wie unsere Basisbranche des ganzen Tourismus tickt.

Was überwiegt: Freude oder Wehmut über den bevorstehenden Ruhestand?

Beides: Freude, wie unser schönes Land trotz aller Sorgen aufgestellt ist und wie reißfest die vielen Netzwerke sind. Melancholie, weil dieses strategische „mit den Armen rudern“ und an vielen Entwicklungen lebhaft teilnehmen nun zu Ende geht. Ich danke allen Partnern, Kolleginnen und Kollegen, treuen Sponsoren und vielen freundlichen Begleitern. Ihr seid mit meinem Nachfolger in guten Händen. Es war schön, horrido!

Thomas Weber



Sauerland-Tourismus e.V./Rouven Soyka