

09.10.2024

# Mitgliederversammlung 2024

Sauerland-Tourismus e.V.

# TAGESORDNUNG



## Begrüßung

- |        |   |                    |
|--------|---|--------------------|
| TOP 1  | Genehmigung des Protokolls der Mitgliederversammlung vom 26.10.2023   |                    |
| TOP 2  | Bericht des Vorstandes, Philipp Scharfenbaum, Vorsitzender            |                    |
| TOP 3  | Bericht der Geschäftsführung  |                    |
| TOP 4  | Jahresabschluss und Prüfungsbericht 2023 des Sauerland-Tourismus e.V. | (Beschlussvorlage) |
| TOP 5  | Entlastung des Vorstandes und der Geschäftsführung                    | (Beschlussvorlage) |
| TOP 6  | Wirtschaftsplan 2025  | (Beschlussvorlage) |
| TOP 7  | Nachwahl zum Vorstand   | (Beschlussvorlage) |
| TOP 8  | Bericht zur Zertifizierung als nachhaltiges Reiseziel                 | (mdl. Bericht)     |
| TOP 9  | Erlebnis.NRW EFRE – Berichte zu den Förderprojekten                   | (mdl. Bericht)     |
| TOP 10 | Verschiedenes   |                    |



## **TOP 1      Genehmigung der Protokolle vom 26.10.2023**

Das Protokoll der Mitgliederversammlung vom 26.10.2023 wurde mit Anlagen versandt.

Beschlussvorschlag: Die Mitgliederversammlung genehmigt das Protokoll.

## TOP 2      Bericht des Vorstandes



Bericht zur Arbeit des Vorstandes durch den Vorsitzenden Philipp Scharfenbaum



## TOP 3      Bericht der Geschäftsführung

- Sauerland-Tourismus aktuell
- Arbeitsschwerpunkte 2024
- neue Mitglieder

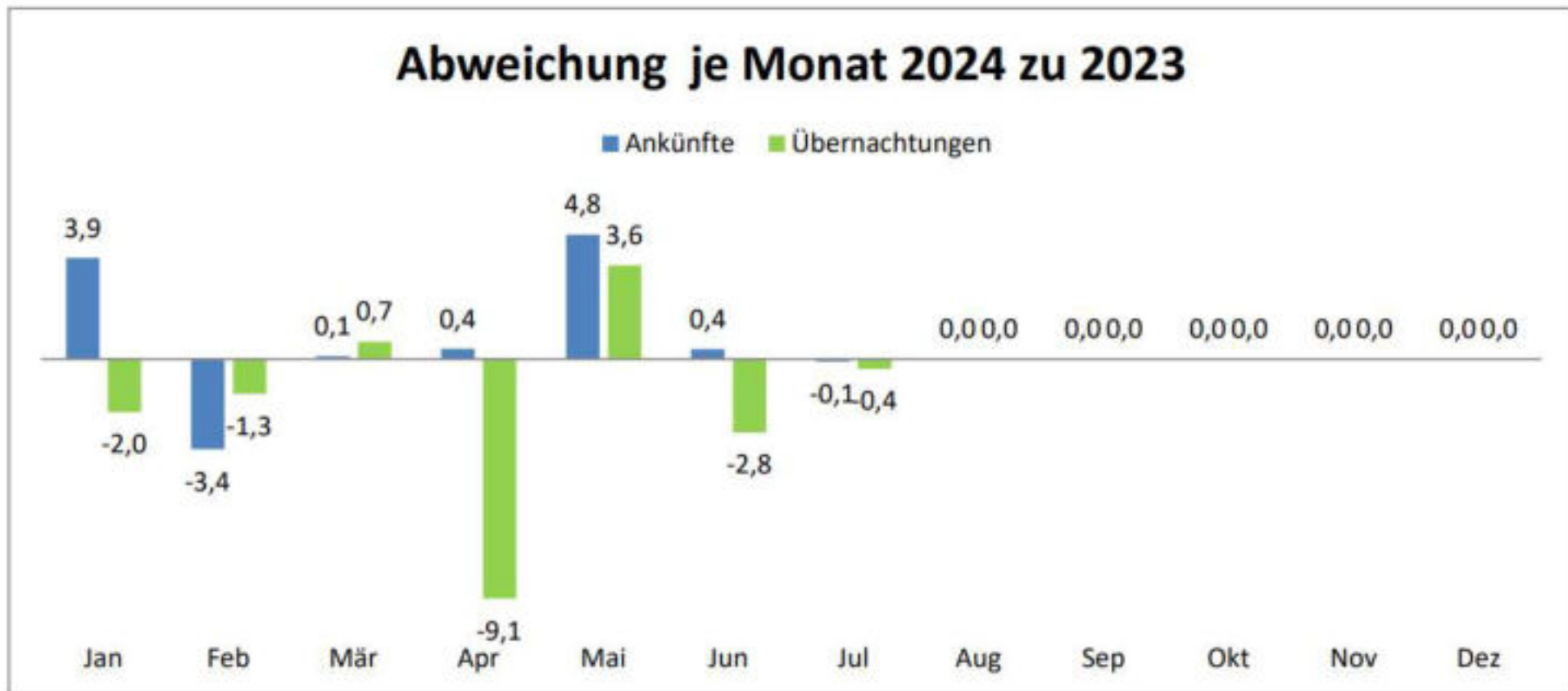
# NACHFRAGE



# Übernachtungsentwicklung nach Regionstypen in NRW 2024



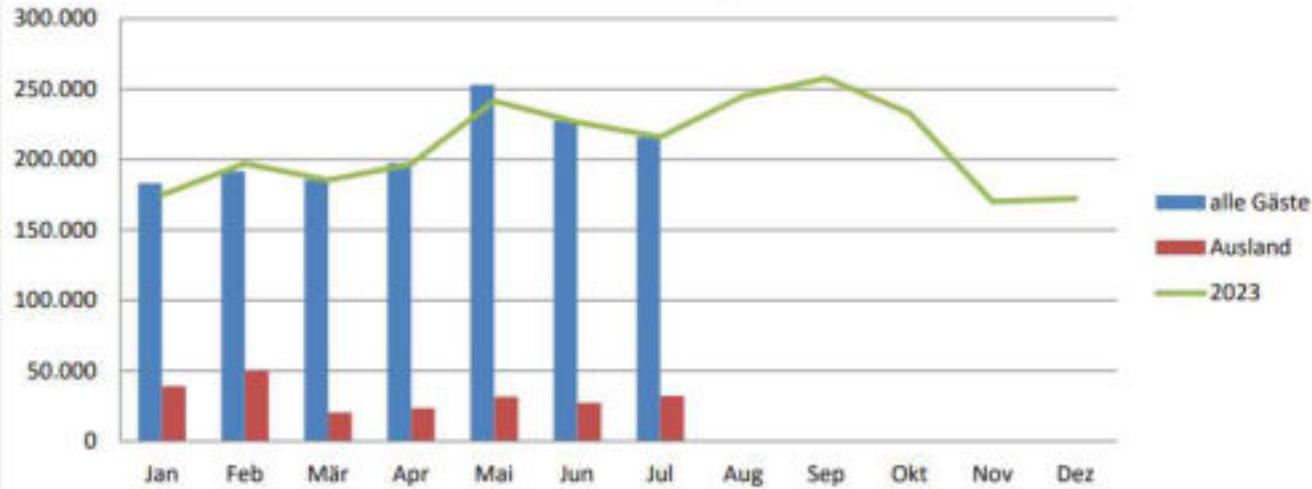
# Sauerland-Tourismus – Nachfrage 2024







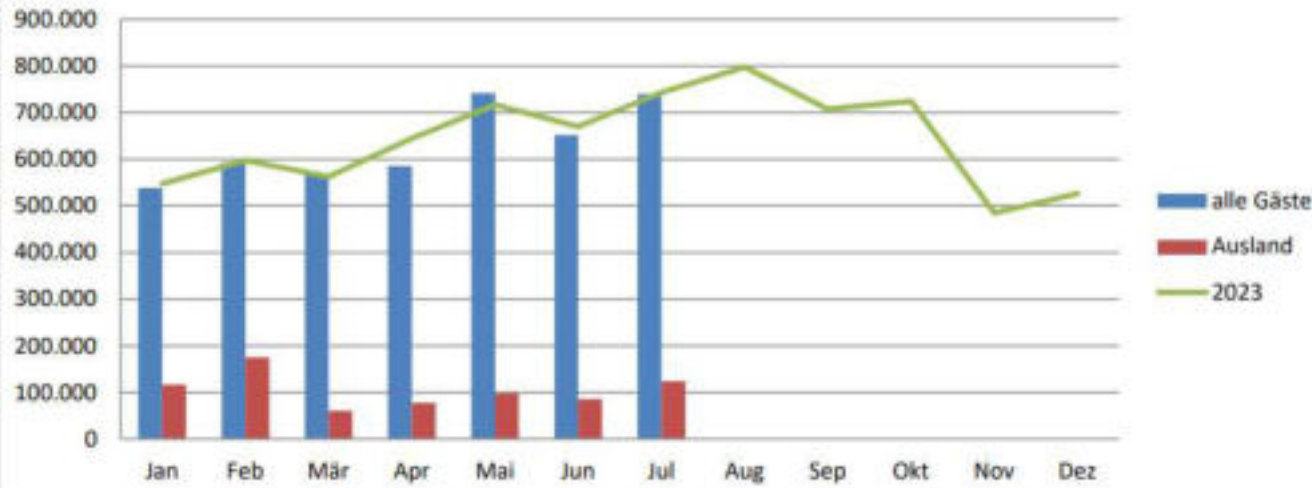
### Ankünfte Sauerland je Monat 2024



Sauerland  
zu 2023: 0,9%

## Nachfrage Sauerland Jan - Juli 2024

### Übernachtungen Sauerland je Monat 2024



Sauerland  
zu 2023: -1,6%



# Übernachtungen in den Reisegebieten Jan – Juli 2024

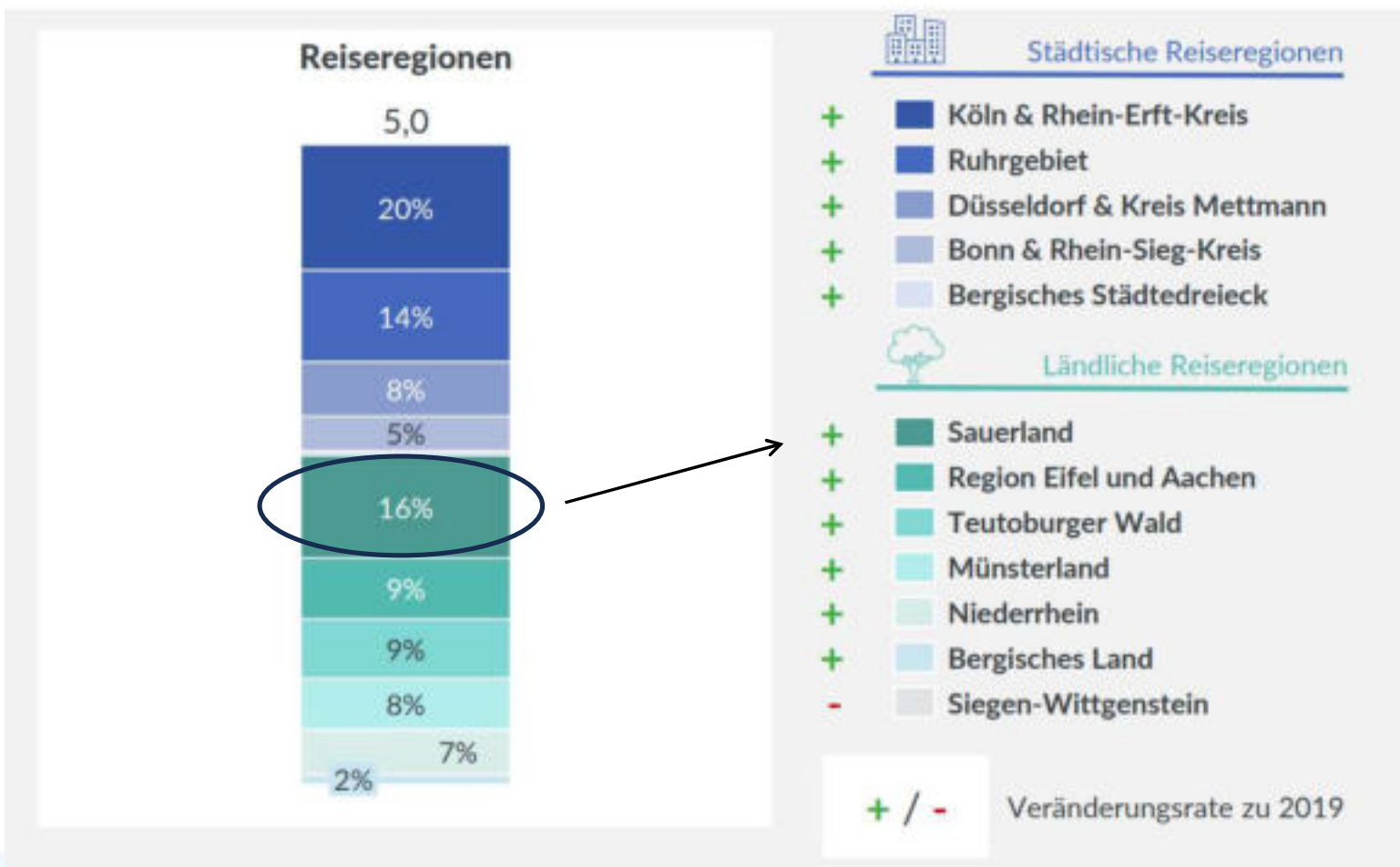


Monate	Summe Ankünfte				Summe Übernachtungen				Ø Aufenthaltsdauer
	alle Gäste	+/- %	Ausland	+/- %	alle Gäste	+/- %	Ausland	+/- %	
Ruhrgebiet	2.254.555	9,5	456.324	27,4	4.378.056	6,8	847.979	22,4	1,9
Düsseldorf und Kreis Mettmann	2.133.775	10,7	728.693	22,5	3.655.272	5,9	1.350.109	15,9	1,7
Köln und Rhein-Erft-Kreis	2.615.692	7,6	842.805	18,4	4.795.568	6,5	1.558.206	17,4	1,8
Bonn und Rhein-Sieg-Kreis	810.013	2,8	134.726	7,6	1.656.246	1,7	299.149	2,5	2,0
Bergisches Städtedreieck	198.991	-3,1	40.563	21,3	466.516	-2,4	79.263	15,4	2,3
Bergisches Land	318.600	1,9	40.965	12,9	854.501	0,1	89.397	13,0	2,7
Siegerland-Wittgenstein	129.224	0,5	23.014	10,3	423.557	-1,9	52.473	5,0	3,3
<b>Sauerland</b>	<b>1.454.356</b>	<b>0,9</b>	<b>224.417</b>	<b>-3,4</b>	<b>4.417.271</b>	<b>-1,6</b>	<b>737.453</b>	<b>-4,5</b>	<b>3,0</b>
Teutoburger Wald	1.145.204	0,0	109.559	8,6	3.909.761	0,1	289.656	8,8	3,4
Münsterland	1.057.162	3,5	137.192	11,3	2.647.560	0,0	315.092	9,8	2,5
Niederrhein	1.158.082	-1,5	201.355	3,3	2.610.491	-1,5	415.116	-1,9	2,3
Eifel und Region Aachen	763.734	5,3	205.877	8,1	1.800.777	2,0	436.730	5,7	2,4
Nordrhein-Westfalen	14.039.388	5,1	3.145.490	15,5	31.615.576	2,3	6.470.623	10,9	2,3

# Reiseregionen in Nordrhein-Westfalen

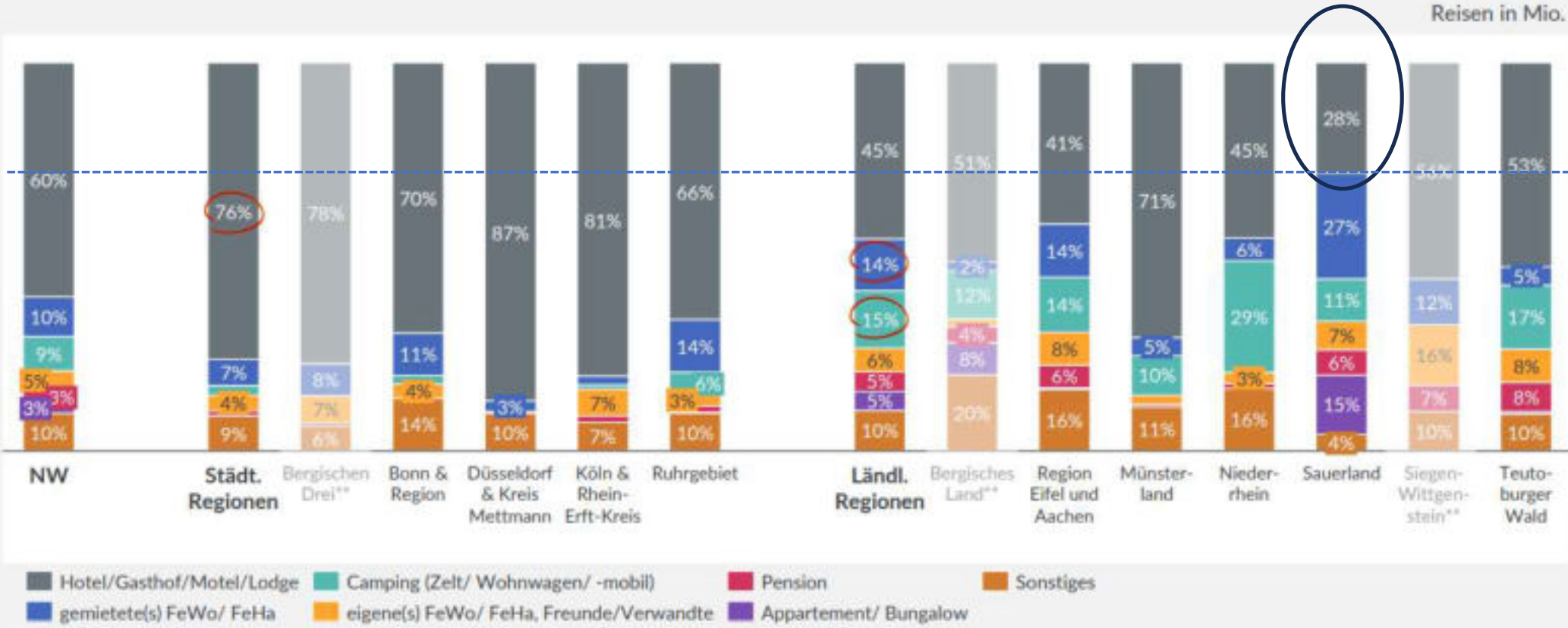
Rund jede 2. Reise geht in städt. & ländl. Reiseregionen

2023

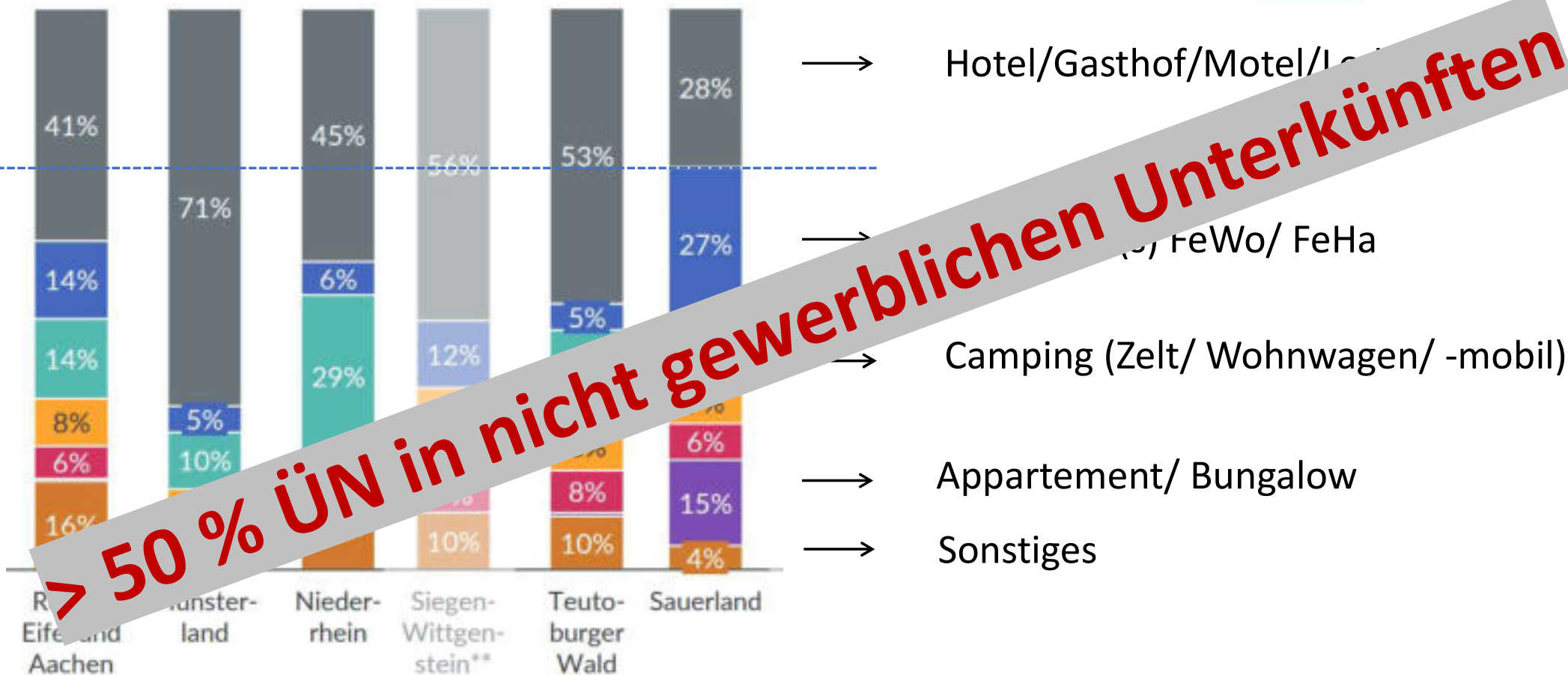


# Unterkunft nach Reisegebieten

In Städten wird überproportional in Hotels und auf dem Land in FeWo/FeHa oder im Zelt/Wohnwagen/Wohnmobil übernachtet



# Unterkunft nach Reisegebieten 2023



# Von der Tourismusdestination zum Lebensraumgestalter



Hinweis: Angaben in der gesamten Ausgabe jeweils inkl. Willingen und Diemelsee falls kein Vermerk vorhanden ist.

Nicht frei zugängliche Quelle: Sauerland-Tourismus e.V., MB Micromarketing 2022 – Hochrechnung auf Basis der Daten aus 2019

# INSPIRATIONS- MARKETING 2024

**Unser Anspruch  
ist die Bedarfshaltung  
unserer Gäste!**



# **Entscheidend für den wirtschaftlichen Erfolg der Branche, ist das Wissen um die Struktur unserer Gäste**

- 1. Marketing, Angebots- und Produktentwicklung sind auf die Struktur unserer Gäste zugeschnitten.**
- 2. Alle Maßnahmen unterliegen – wo immer möglich – einer Erfolgskontrolle.**
- 3. Kontinuierliche Marktforschung bildet die Grundlage**
- 4. Servicequalität/-innovationen stehen im Fokus**

# Marketing 2024 – Online & Print - Wandern



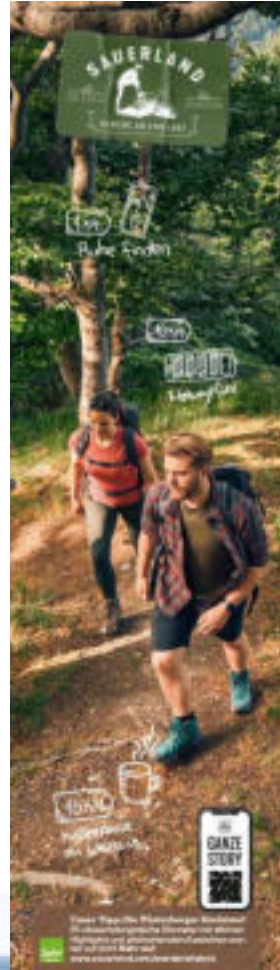
OutdoorWelten



Wanderlust



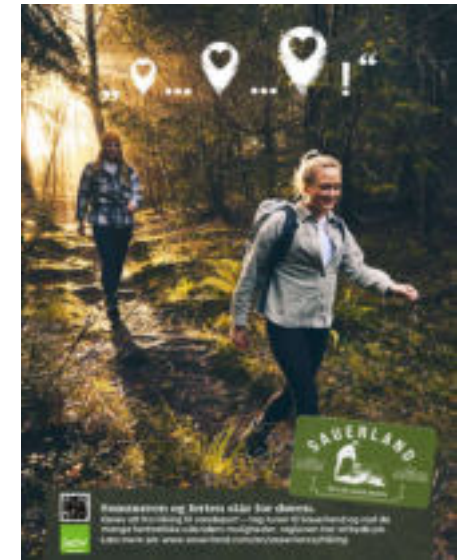
Wandermagazin



Magazin RHS-Marathon



Hallo Nabo



...fällt etwas auf?

# Marketing 2024 – Online & Print - Rad



## Tourguide Römer-Lippe-Route



## Tourguide RuhrtalRadweg



## Ruhrnachrichten



## WP Freizeitmagazin



# Marketing 2024 – Online & Print - Themenmarketing



## Die Eifel



## Die Welt



## Ruhrnachrichten



## Spirituelle Sommer



# Marketing 2024 – Beileger in der

# Landlust



Die winterliche Landschaft einer hühen und kalt als tags, einer erdig und parabolieren die greib- bunt, anders neue Perspektiven auf die Natur und ihren Lebens- zyklus. Historisch nachher auch als Winterlicht das Programm Am Tag der Winterferienwende geht die Sonne direkt hinter dem Felsstein am den Bruchmauer über auf und verliert sich eine An Heiligenschein. Wer den Son- nenuntergang von der Lauerer Heide aus betrachtet, sieht die höchste Bauhöhe der Höhe einer Götterwelt werden.

Gemalte die Sauerland-Wander- dörfer bieten ihnen Maliken wie Logenplätze für ein solches Schauspiel. Manche von ihnen sind nicht nur ausgezeichnete Aussichtspunkte, sondern auch noch besondere Sauerland-Gewerbe. Ökologisch lebendige sind die wichtig Bekannte. Raufen oder auch verschlungenen Probe erleben werden können.

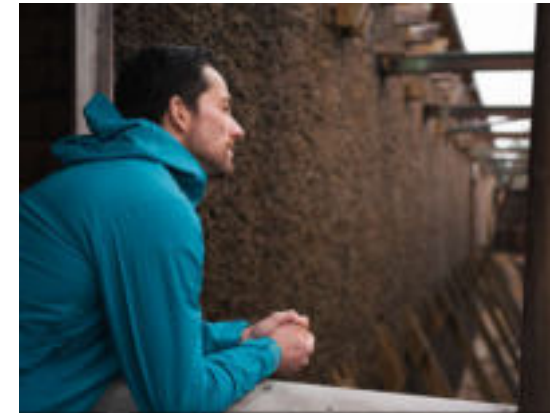
[www.sauerland-tourismus.de](http://www.sauerland-tourismus.de)

Nach einer Wanderung durch die winterliche Kühe sind die Hotels, Pensionen und Gasthöfe im Sauerland Refugien des Wohlfühls. All einem wärmenden Angebot für Leib und Seele helfen sie ihre Gäste willkommen, sei es am Esstisch, im Weinabereich oder auf den gemütlichen Zimmern.



# Gesundheits-Marketing

## „Breathe in. Breathe out. Breathe Sauerland“



Sauerland-Tourismus e.V.



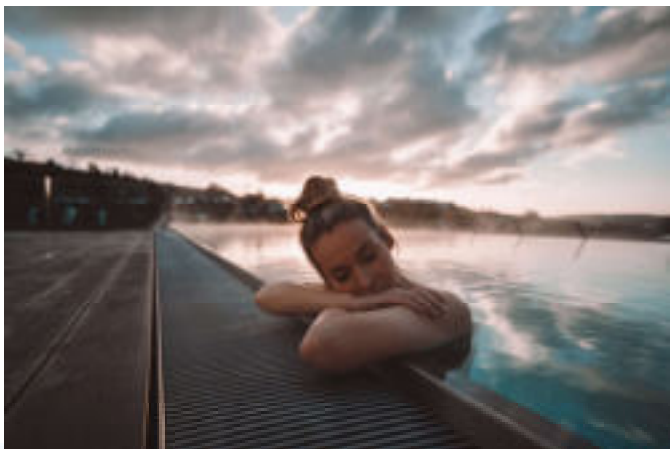
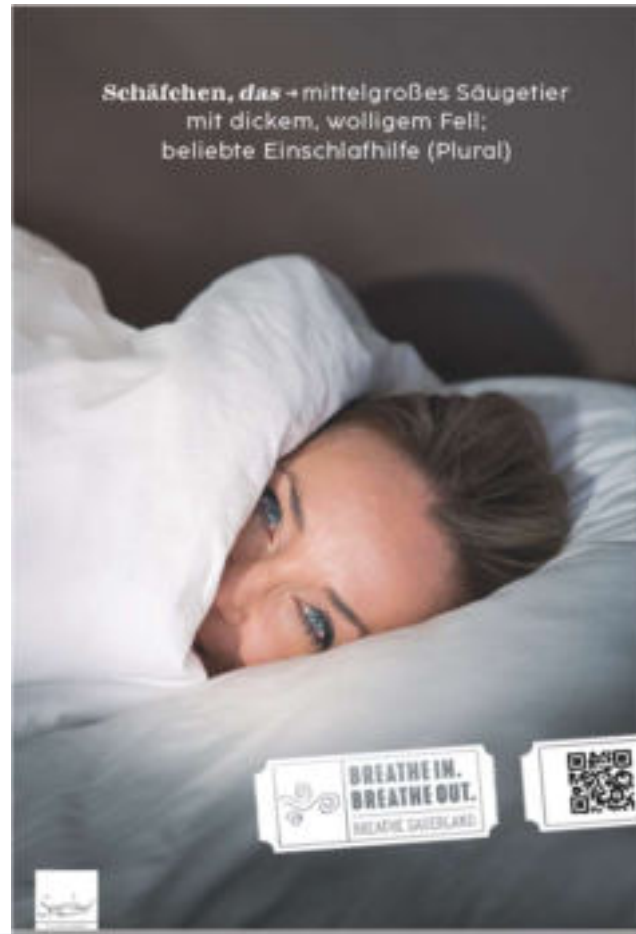
# Gesundheits-Marketing



Sauerland-Tourismus e.V.



# Gesundheits-Marketing



Sauerland-Tourismus e.V.



# Social Media-Werbung 2024



Instagram & Facebook  
Feeds & Post  
zu den Themen  
„Hotel, Natur,  
und Wandern“



# Social Media-Werbung 2024



Instagram & Facebook  
Feeds zu den Themen  
„Tourenrad, Natur,  
Entspannung, MTB,  
Wandern und Kultur“



# Social Media-Werbung 2024



Instagram Stories zu den Themen „Tourenrad, Genuss, Wellness und Natur“



# Social Media-Werbung 2024



Instagram Feed Post zum Thema „Kulinarik“



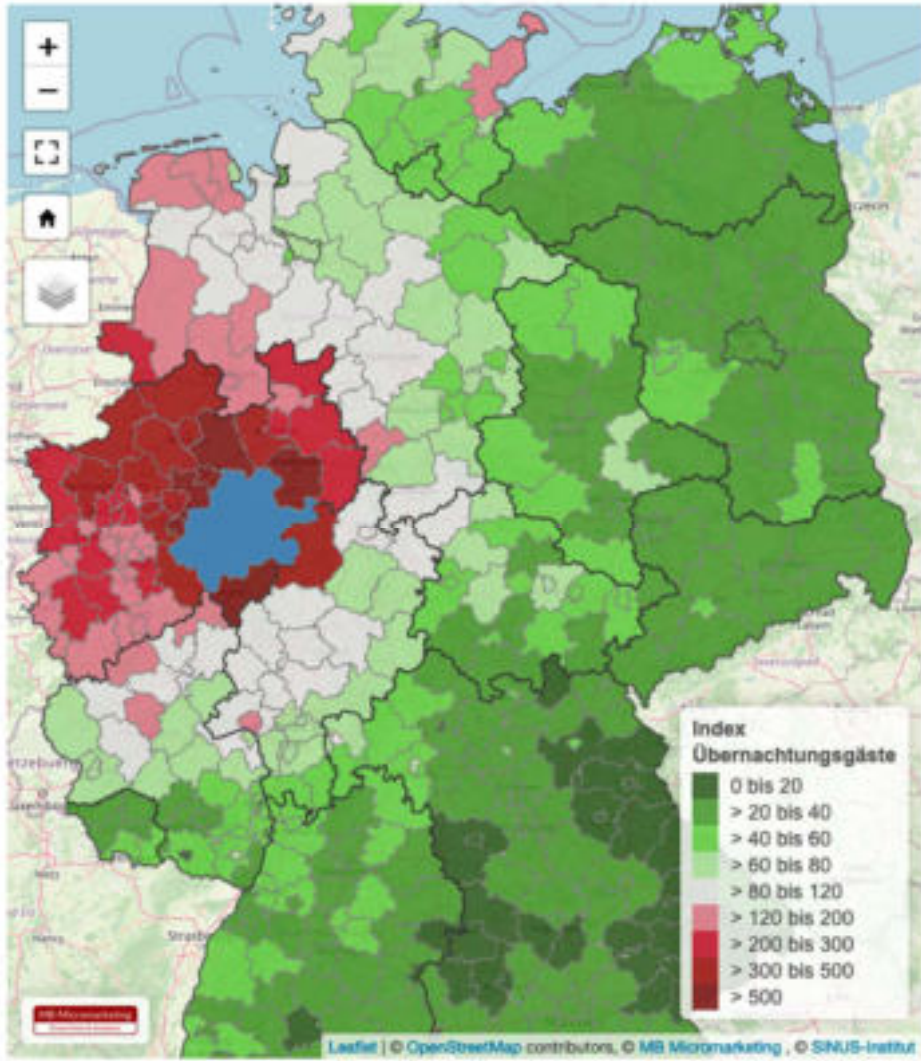
Facebook Post zum Thema „Rennrad“



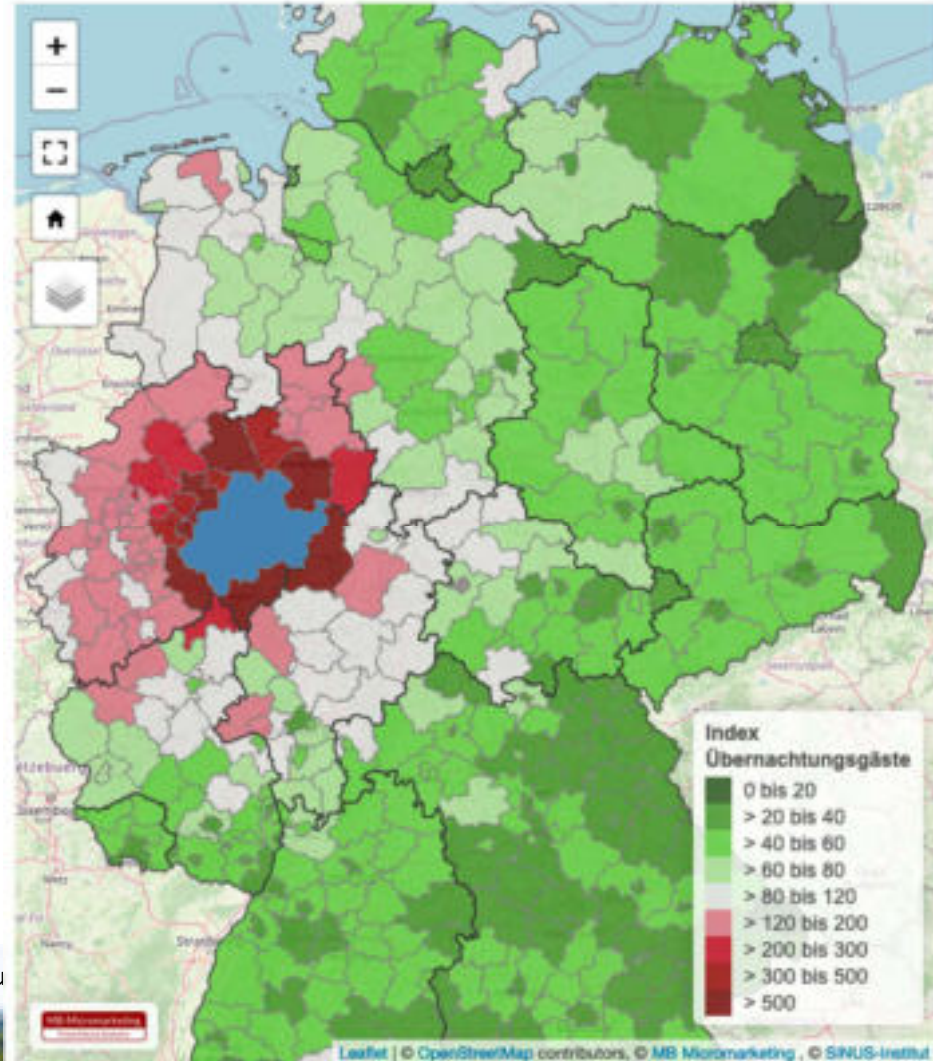
Instagram Story zum Thema „Wandern“

# Besucheranalyse Apptracking 2019 vs. 2023

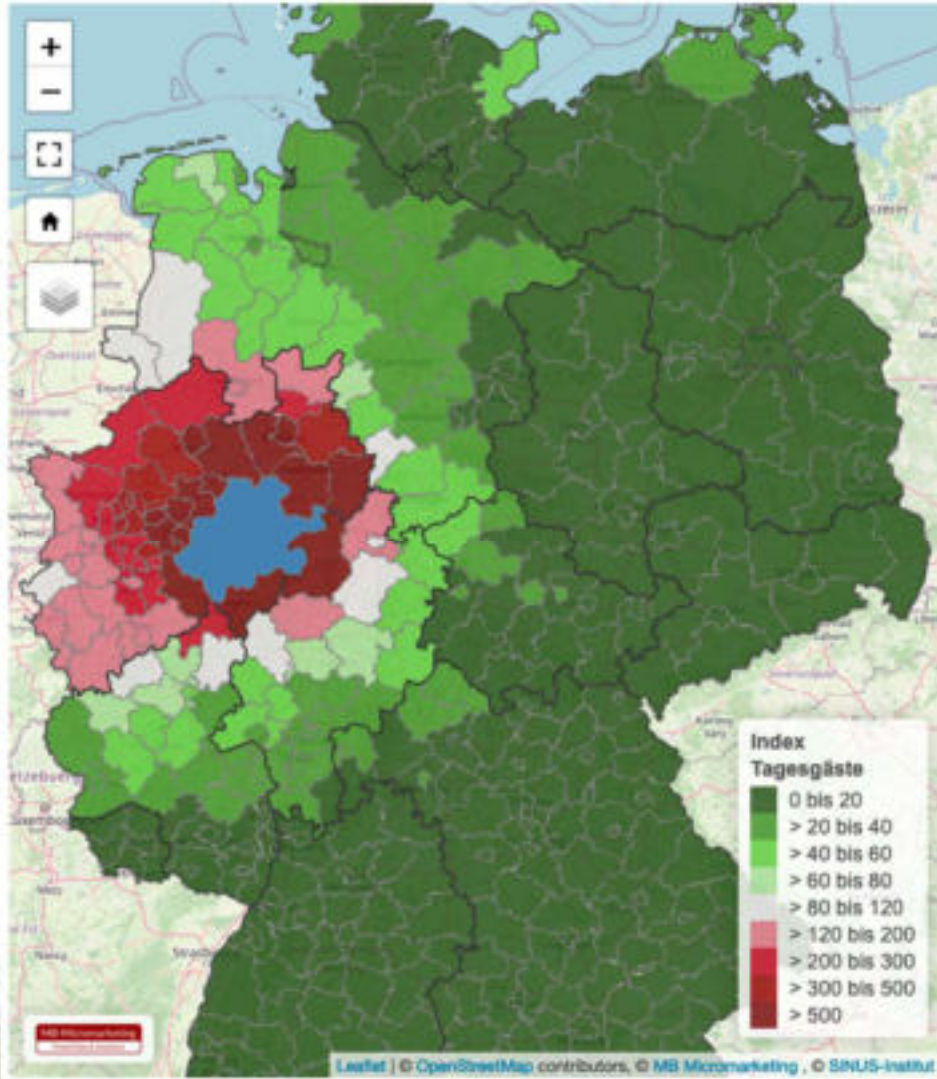
(Übernachtungsgäste)



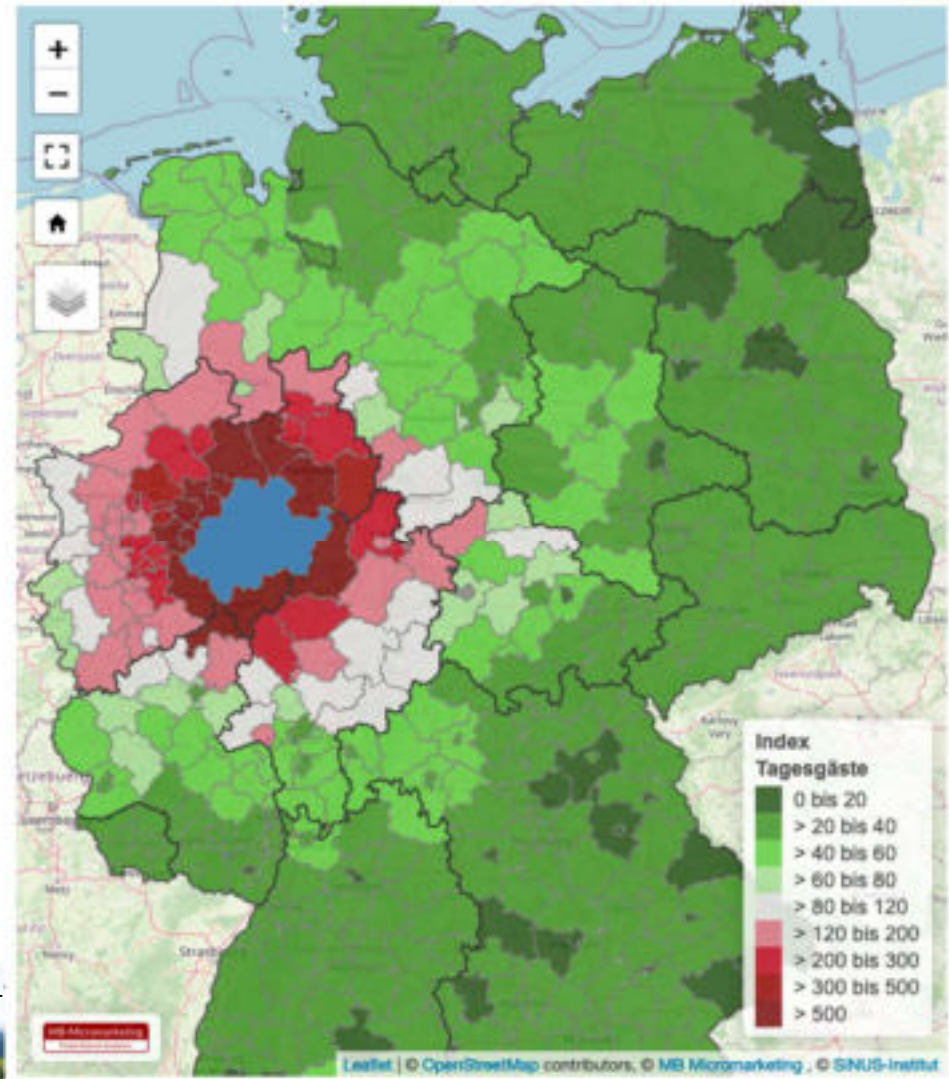
Sau



# Besucheranalyse Apptracking 2019 vs. 2023 (Tagesgäste)



Sauerland-



Contentnetzwerk & Datenmanagement - Touristische Inhalte pflegen und verbreiten. Datenpflege als Marketing der Zukunft



# Datenpflege im Tourismus laut KI



Quelle: MS Copilot

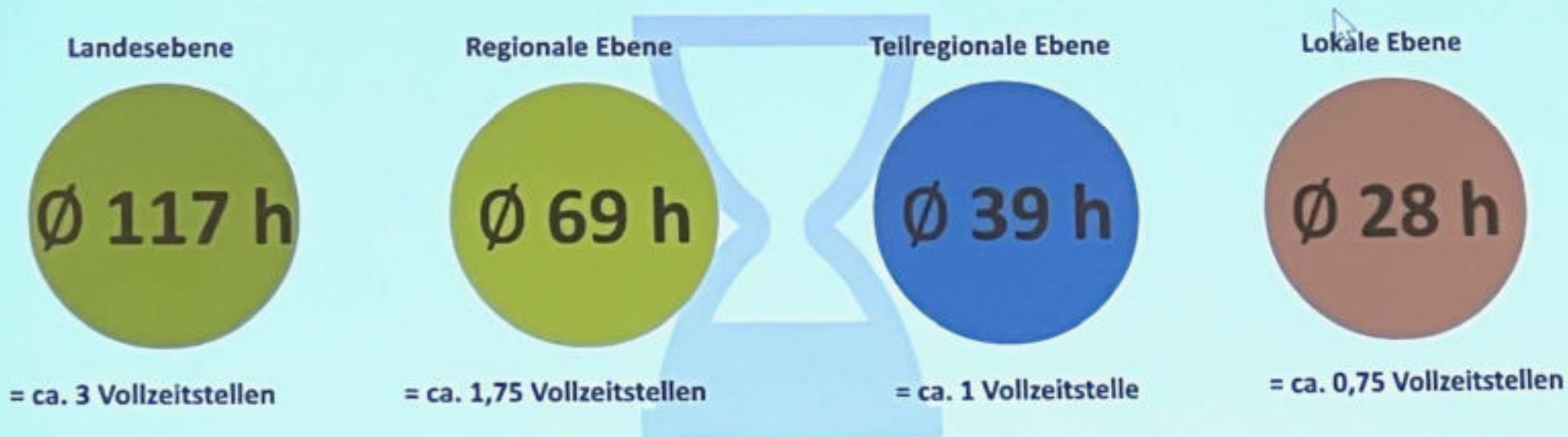
Sauerland-Tourismus e.V.

## Je höher die Ebene, desto mehr Zeit wird in die Datenpflege investiert

Darstellung der Mittelwerte

### Zeitaufwand Datenpflege

Wie viel Arbeitszeit wenden Sie in Ihrer Organisation insgesamt wöchentlich für die Pflege von Content und das Datenmanagement auf? (Summe an Std. aller Mitarbeiter)



# 2023: Fehlende personelle Ressourcen als größtes Hindernis

## Hindernisse der Digitalisierung **Eigene Tourismusorganisation**

Was sind aktuell die größten Hindernisse in der Einführung und Nutzung digitaler Instrumente in Ihrer Destination?

# TOP 4 Hindernisse 2023

**78%**

... fehlende personelle Ressourcen

**53%**

... fehlende finanzielle Mittel

**32%**

... Qualität des Contents der Betriebe

**31%**

... Abhängigkeit von (technischen) Verwaltungsstrukturen



2023 erstmals abgefragt!

1

2

3

4

Contentnetzwerk & Datenmanagement - Touristische Inhalte pflegen und verbreiten. Datenpflege als Marketing der Zukunft



## Weihnachtsmarkt Soest via KI



Quelle: MS Copilot

Sauerland-Tourismus





# TOP 3 Bericht der Geschäftsführung

## Social-Media Marketing

Stand 8.10.2024



Facebook:  
3,951 Mio. erreichte Personen (+ 28%)  
22.832 Follower + (6 %)



Instagram:  
340.689 erreichte Personen  
21.312 Follower (+ 19%)



Pinterest:  
1,115 Mio. erreichte Personen (+ 41 %)  
950 Follower (+ 11%)



Twitter:  
37 Tsd. erreichte Personen  
4.012 Follower



Youtube:  
325.000 Tsd. Aufrufe

Quelle Icons: myriammira; Freepik

# #deinsauerland-Shop



Viele Styles eine Region

Wandern



Sauerland-Tourismus e.V.



An aerial photograph of a diverse group of people of various ages and ethnicities holding hands in a large circle. In the center of the circle is a large, colorful globe. The globe is decorated with various icons representing different aspects of life and technology, such as a stethoscope, a gear, a lightbulb, a magnifying glass, a smartphone, and a person. The overall scene conveys a sense of global unity and interconnectedness.

# **BINNEN- Kommunikation 2.0**

Quelle: MS Copilot

# Bedürfnisse / Erwartung Stakeholder:

## Touristiker/-innen

- Erwartung von Expertise: Bereitstellung strukturierter Informationen zu Kernthemen.
- Weiterbildung: Einführung einer Plattform für "on demand" und kontinuierliche Weiterbildung der Akteure.

## Leistungsträger/-innen

- Bessere Information zu Nutzungsmöglichkeiten und schnelle Zulieferung von Infos (z.B. Fotos / Videos).
- Direkter Draht: Etablierung kurzer Kommunikationswege und direkter Kontaktmöglichkeiten.

## Bürgerinnen & Bürger

- Freizeitaktivitäten: Bereitstellung zielgruppengerechter und strukturierter Informationen zu Aktivitäten und Freizeittipps.
- Identifikation: Förderung der Identifikation mit der Region durch zielgerichtete Kommunikationsmaßnahmen.

## Politik

- Jährliche Vorstellung: Präsentation der Arbeit in Kreis-Ausschüssen und kommunalen Gremien durch Ortstouristiker:innen.
- Sauerland-Forum: Etablierung als jährliches Forum zum Austausch mit der Politik.
- Vor-Ort-Termine: Regelmäßige Vor-Ort-Termine im Tourismus-Kalender zur direkten Kommunikation.

## Lokale / Regionale Medien

- Konkrete Geschichten: Sammlung und Bereitstellung konkreter Geschichten und Fakten.
- Bildarchiv: Aufbau eines Bildarchivs zur schnellen Bereitstellung visueller Inhalte.
- Sprechfähigkeit: Sicherstellung der schnellen Reaktionsfähigkeit und Bereitstellung von Statements.



# Auf diese Instrumente werden wir zukünftig setzen:

## Sauerland-Newsletter

- Mehrwerte im Fokus
- Infografiken
- unterstützt durch KI

## Sauerland-Podcast (Audio- u. Video)

- Jahres- und Halbjahresberichte
- Erlebnisberichte
- Aus dem Gastgewerbe für das Gastgewerbe
- GreenCouch – Projekt

## Social-Media

- Linked in

## Face2Face - Veranstaltungsformate

- Sauerland-Forum; Barcamp; Mitgliederversammlungen; BM-Gespräche; Ausschüsse

## Partnerweb

- emotionalisieren
- Mehrwerte herausstellen
- Archiv



A couple is walking on a paved path with a metal railing overlooking a large body of water. The woman is wearing a pink jacket and a black backpack, and the man is wearing a blue jacket. They are both holding a large, colorful rainbow umbrella. The background shows a forested hillside under a cloudy sky.

# AUSBLICK & Marketing 2025

## TOP 3 Bericht der Geschäftsführung



# Ausblick 2025

- Wandern
- Radfahren
- Tagestourismus
- Binnenmarketing



# TOP 3 Bericht der Geschäftsführung



Mitglieder Sauerland-Tourismus e.V.

ja  
nein



## Mitglieder im Sauerland-Tourismus

Sauerland-Tourismus e.V.



# TOP 4 Jahresabschluss 2023 und Prüfungsbericht

Sauerland-Tourismus e.V.  
Schmallenberg

## Gewinn- und Verlustrechnung

01.01.2023 bis 31.12.2023



	2023 EUR	2022 EUR
1. Umsatzerlöse	264.573,68	252.410,46
2. sonstige betriebliche Erträge	1.422.313,48	1.938.703,28
3. <b>Materialaufwand</b>		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und bezogene Waren	0,00	-11.037,00
4. <b>Personalaufwand</b>		
a) Löhne und Gehälter	557.248,84	541.022,43
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung davon Aufwendungen für Altersversorgung	130.101,17 3.729,34	125.260,34 3.038,88
	<b>687.350,01</b>	<b>666.282,77</b>
5. <b>Abschreibungen</b>		
a) auf Sachanlagen	16.398,79	27.320,76
6. sonstige betriebliche Aufwendungen	1.023.345,41	1.341.426,31
7. Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	7.998,97	0,00
8. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,00	0,00
9. Ergebnis nach Steuern	-32.208,08	167.120,90
10. sonstige Steuern	336,00	336,00
11. Jahresfehlbetrag/-überschuss	<b>-32.544,08</b>	<b>166.784,90</b>



# TOP 4 Jahresabschluss 2023 und Prüfungsbericht



Sauerland-Tourismus e.V.  
Schmallenberg

**Bilanz**  
zum 31.12.2023

Passiva	31.12.2023 EUR	31.12.2022 EUR
<b>A. Eigenkapital</b>		
I. Gewinnvortrag	633.597,78	466.812,88
II. Jahresfehlbetrag/-überschuss	-32.544,08	166.784,90
	<b>601.053,70</b>	<b>633.597,78</b>
<b>B. Rückstellungen</b>		
1. sonstige Rückstellungen	55.100,00	48.500,00
<b>C. Verbindlichkeiten</b>		
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	44.395,56	13.406,54
2. sonstige Verbindlichkeiten	24.168,94	17.576,57
<i>davon aus Steuern</i>	<i>17.411,34</i>	<i>14.909,41</i>
	<b>68.564,50</b>	<b>30.983,11</b>
<b>D. Rechnungsabgrenzungsposten</b>	4.031,00	0,00
<b>Summe Passiva</b>	<b>728.749,20</b>	<b>713.080,89</b>



## TOP 4      Jahresabschluss 2023 und Prüfungsbericht

**Jahresüberschuss 2023:**                      **-32.544,08 EUR**  
**Gewinnvortrag zum 31.12.2023:**        **601.053,70 EUR**

### **Beschlussvorschlag:**

Der Jahresabschluss zum 31.12.2023 und der Bericht über die Prüfung des Jahresabschlusses 2023 von Sauerland-Tourismus e.V. wird von der Mitgliederversammlung zur Kenntnis genommen. Die Mitgliederversammlung stellt den Jahresabschluss zum 31.12.2023 fest. Der Jahresfehlbetrag in Höhe von 32.544,08 EUR wird aus den Gewinnvorträgen der Vorjahre auszugleichen.

## TOP 5      Entlastung des Vorstandes und der Geschäftsführung



Auf Grund der Prüfungsberichte und der Vorlage des Jahresabschlusses 2023 wird der Mitgliederversammlung vorgeschlagen, den Vorstand und die Geschäftsführung zu entlasten.

### **Beschlussvorschlag:**

Die Mitgliederversammlung erteilt dem Vorstand und der Geschäftsführung für das Geschäftsjahr 2023 Entlastung.

## TOP 6

# Wirtschaftsplan 2025

## Soll-Ist-Vergleich u. Hochrechnung 2024



### Wirtschaftsplan 2023

- geplantes Betriebsergebnis: - 97.000 EUR
- tatsächliches Betriebsergebnis: - 32.500 EUR

### Wirtschaftsplan 2024

- geplantes Betriebsergebnis: - 87.000 EUR
- tatsächliches Betriebsergebnis: - 108.600 EUR

## TOP 6      **Wirtschaftsplan 2025**

Der voraussichtliche Jahresfehlbedarf in Höhe von rd. 108.600,- EUR zum 31.12.2024 liegt der Haushaltsplanung 2025 zugrunde.

### **Finanzierung:**

- Rückführung von 78.400,- EUR aus der Rücklage
- Höhe der Rücklage zum 31.12.2024: ca. 492.453 EUR (inkl. Radwelt)

### **Beschlussvorschlag:**

Die Mitgliederversammlung beschließt den vorliegenden Wirtschaftsplan 2025.



# TOP 6 Hochrechnung 2024

Koststellen	WP 2024		Hochrechnung 2024	
	Erlöse	Kosten	Erlöse	Kosten
<b>1. Wandern</b>	<b>84.000</b>	<b>107.000</b>	<b>68.000</b>	<b>78.000</b>
Wandern allg.	17.000,00	40.000	10.000	20.000
Sauerland & Wanderdörfer	67.000,00	67.000	58.000	58.000
<b>2. Radfahren</b>	<b>62.500</b>	<b>133.500</b>	<b>56.500</b>	<b>102.500</b>
Radfahren allg.	20.000,00	50.000	10.000	35.000
Streckenetz	0,00	10.000	0	10.000
Themenrouten	30.000,00	55.000	34.000	45.000
Radnetz	12.500,00	18.500	12.500	12.500
<b>3. Tagestourismus</b>	<b>39.000</b>	<b>49.000</b>	<b>35.000</b>	<b>49.000</b>
Tagestourismus allg.	15.000,00	25.000	11.000	14.000
Sauerland & Seen	24.000,00	24.000	24.000	35.000
<b>4. Winter</b>	<b>0</b>	<b>5.000</b>	<b>0</b>	<b>2.000</b>
<b>5. Natur</b>	<b>0</b>	<b>3.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>6a. Gesundheit</b>	<b>5.000</b>	<b>15.000</b>	<b>5.000</b>	<b>20.000</b>
<b>6b. Genuss</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>7. Spezialthemen</b>	<b>5.000</b>	<b>10.000</b>	<b>5.000</b>	<b>20.000</b>
<b>8. Allgemein</b>	<b>47.000</b>	<b>70.000</b>	<b>47.000</b>	<b>140.000</b>
<b>9. Pressearbeit</b>	<b>17.000</b>	<b>40.000</b>	<b>17.000</b>	<b>40.000</b>
<b>10. Marke Sauerland</b>	<b>10.000</b>	<b>20.000</b>	<b>10.500</b>	<b>20.000</b>
<b>11. Marktforschung</b>	<b>30.000</b>	<b>30.000</b>	<b>30.000</b>	<b>30.000</b>
<b>12. Vertrieb</b>	<b>7.000</b>	<b>43.000</b>	<b>7.050</b>	<b>40.000</b>
Betrieb Buchungsplattform	6.000,00	25.000	6.000	25.000
Versand/Porto/Fracht	1.000,00	12.000	1.000	12.000
Dienstleistung Call-Center	0,00	5.000	50	3.000
<b>13. Beteiligung u. Förderprojekte</b>		<b>21.100</b>	<b>64.100</b>	<b>83.000</b>
Grenzenlos		7.100	4.500	5.000
NRW Nachhaltigkeitswerkstatt		3.000	2.000	6.000
Tourismus Data Intelligence		11.000	17.600	22.000
ETRE NRW - Smartes Tourismuskolabor	90.000	100.000	40.000	50.000
<b>15. Innenmarketing/ Q-Management</b>	<b>2.000</b>	<b>10.000</b>	<b>2.000</b>	<b>30.000</b>
<b>16. Beteiligungen/Mitgliedschaften</b>	<b>0</b>	<b>35.000</b>	<b>0</b>	<b>39.700</b>
<b>17. Mitgliedsbeiträge</b>	<b>1.269.750</b>	<b>0</b>	<b>1.271.350</b>	<b>0</b>
<b>18. Personal</b>	<b>136.364</b>	<b>1.005.014</b>	<b>126.600</b>	<b>965.000</b>
Sauerland-Tourismus	17.000,00	856.000	31.000	844.100
Förderprojekte ETRE NRW GRENZENLOS			20.000	24.500
Förderprojekte ETRE NRW STL	58.364,00	73.014	30.400	40.000
Förderprojekte ETRE NRW - TDE	61.000,00	76.000	65.200	56.400
<b>19. Geschäftsbetrieb</b>	<b>0</b>	<b>140.000</b>	<b>8.500</b>	<b>125.000</b>
<b>20. Abschreibungen</b>	<b>0</b>	<b>30.000</b>	<b>0</b>	<b>18.000</b>
<b>21. Nicht abzugsf. Vorsteuer/ohne Projekte</b>	<b>0</b>	<b>35.000</b>	<b>0</b>	<b>60.000</b>
<b>22. Aus Jahresüberschuss</b>	<b>87.000</b>	<b>0</b>	<b>108.600</b>	<b>0</b>
Sauerland-Tourismus	52.000,00		68.600	
ehem. Sauerland-Nachweil	35.000,00		40.000	
<b>Gesamt</b>	<b>1.891.614</b>	<b>1.891.614</b>	<b>1.862.200</b>	<b>1.862.200</b>

Tourismus e.V.





# TOP 6 Wirtschaftsplan 2025

Kostenstellen	WP 2024		WP 2025		
	Erlöse	Kosten	Erlöse	Kosten	
<b>1. Wandern</b>		<b>84.000</b>	<b>107.000</b>	<b>68.000</b>	<b>88.000</b>
Wandern allg.	17.000,00	40.000	10.000	30.000	
Sauerland-Wandertourer	67.000,00	67.000	58.000	58.000	
<b>2. Radfahren</b>		<b>62.500</b>	<b>133.500</b>	<b>67.500</b>	<b>122.500</b>
Radfahren allg.	20.000,00	50.000	25.000	60.000	
Streckennetz	0,00	10.000	0	10.000	
Themenrouten	30.000,00	55.000	30.000	60.000	
Radnetz	12.500,00	18.500	12.500	12.500	
<b>3. Tagestourismus</b>		<b>39.000</b>	<b>49.000</b>	<b>35.000</b>	<b>38.000</b>
Tagestourismus allg.	15.000,00	25.000	11.000	14.000	
Sauerland-Seen	24.000,00	24.000	24.000	24.000	
<b>4. Winter</b>		<b>0</b>	<b>5.000</b>		<b>2.000</b>
<b>5. Natur</b>		<b>0</b>	<b>3.000</b>		
<b>6a. Gesundheit</b>		<b>5.000</b>	<b>15.000</b>	<b>5.000</b>	<b>15.000</b>
<b>6b. Genuss</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>7. Spezialthemen</b>		<b>5.000</b>	<b>10.000</b>	<b>5.000</b>	<b>10.000</b>
<b>8. Allgemeins</b>		<b>47.000</b>	<b>70.000</b>	<b>35.000</b>	<b>50.000</b>
<b>9. Pressearbeit</b>		<b>17.000</b>	<b>40.000</b>	<b>18.000</b>	<b>42.000</b>
<b>10. Marke Sauerland</b>		<b>10.000</b>	<b>20.000</b>	<b>10.000</b>	<b>20.000</b>
<b>11. Marktforschung</b>		<b>30.000</b>	<b>30.000</b>	<b>10.000</b>	<b>20.000</b>
<b>12. Vertrieb</b>		<b>7.000</b>	<b>43.000</b>	<b>7.000</b>	<b>30.000</b>
Betrieb Buchungspattform	6.000,00	25.000	6.000	20.000	
Versand/Porto/Fracht	1.000,00	12.000	1.000	10.000	
Dienstleistung Call-Center	0,00	5.000	0	0	
<b>13. Beteiligung w. Förderprojekte</b>			<b>21.100</b>	<b>334.600</b>	<b>378.000</b>
Grenzenlos		7.100	225.000	250.000	
NRW Nachhaltigkeitswertelab		3.000	2.000	6.000	
Tourismus Beta Intelligence		11.000	17.600	22.000	
EFRE.NRW - Smartes Tourismuslabor		90.000	100.000	90.000	100.000
<b>15. Innenmarketing/ Q-Management</b>		<b>2.000</b>	<b>10.000</b>	<b>2.000</b>	<b>10.000</b>
<b>16. Beteiligungen/Mitgliedschaften</b>		<b>0</b>	<b>35.000</b>	<b>0</b>	<b>40.000</b>
<b>17. Mitgliedsbeiträge</b>		<b>1.269.750</b>	<b>0</b>	<b>1.278.000</b>	<b>0</b>
<b>18. Personal</b>		<b>136.364</b>	<b>1.005.014</b>	<b>227.000</b>	<b>1.105.000</b>
Sauerland-Tourismus	17.000,00	856.000	43.000	870.600	
Förderprojekte EFRE.NRW GRENZENLOS			78.400	98.000	
Förderprojekte EFRE.NRW SÜL	58.364,00	73.014	60.400	80.000	
Förderprojekte EFRE.NRW - TOI	61.000,00	76.000	45.200	56.400	
<b>19. Geschäftsbetrieb</b>		<b>0</b>	<b>140.000</b>	<b>5.000</b>	<b>130.000</b>
<b>20. Abschreibungen</b>		<b>0</b>	<b>20.000</b>	<b>0</b>	<b>20.000</b>
<b>21. Nicht abzugst. Vorsteuer/ohne Projekte</b>		<b>0</b>	<b>35.000</b>	<b>0</b>	<b>65.000</b>
<b>22. Aus Jahresüberschuss</b>		<b>87.000</b>	<b>0</b>	<b>78.400</b>	
Sauerland-Tourismus	52.000,00		45.000		
ehem. Sauerland-Radweg	35.000,00		33.400		
<b>Gesamt</b>		<b>1.891.614</b>	<b>1.891.614</b>	<b>2.185.500</b>	<b>2.185.500</b>

id-Tourismus e.V.





Anlage 1 - Entwurf Stellenplan 2025 - Sauerland-Tourismus e.V.

Stand: 22.08.2024

2024/AN: Stand zum 31.12.2024

Funktionsbezeichnung*	MA	Zahl der VZÄ 2024	Zahl der VZÄ 2025	Bemerkungen
1. Geschäftsführung	Fi	1,00	1,00	Personalgestellung KVS/Kreis Olpe
2. Stellv. Geschäftsführung	Ho	1,00	1,00	Vertrag ST
3. PR- u. Öffentlichkeitsarbeit	So	1,00	1,00	Vertrag ST
4. Marketing (Tagest.)	Ma	0,50	0,50	Vertrag ST
5. Mediengestaltung	Re	1,00	1,00	Vertrag ST
6. Onlinemarketing	Dr	1,00	1,00	Vertrag ST
7. Marketing (allg.)	Gö	0,75	0,75	Vertrag ST
8. Marketing (allg.)	Da	1,00	1,00	Vertrag ST
9. Marketing (allg.)	Fu	0,50	0,50	Vertrag ST
10. Officemanagement	Be	0,50	0,50	Vertrag ST
11. Officemanagement	St	0,80	0,80	Vertrag ST
12. Buchhaltung	Sz	0,92	0,92	Vertrag ST
13. Marketing (Wandern)	Ri	1,00	0,86	Vertrag ST
14. Radfahren	Maier	0,00	1,00	Vertrag ST
15. Radfahren	Hebecker	0,50	0,50	Vertrag ST
16. Projekt	Schwacke-Drucks	0,50	0,50	Vertrag ST
17. PR- u. Öffentlichkeitsarbeit	Ga	0,62	0,62	Vertrag ST
18. Datenmanagement/Vertrieb/Projekt	Hu	1,00	1,00	Personalgestellung KVS/Kreis Olpe
19. Projekt	Starkoff	1,00	1,00	Vertrag ST
20. Projekt	Berwe	0,75	0,75	Vertrag ST
21. Auszubildende	He	1,00	1,00	Vertrag ST
Stellen ST nach VZÄ (inkl. Förderprojekten)		16,34	16,40	
Stellen ST insgesamt nach Personen		21,00	20,00	

ab 11.24

bis 05.24 / ab 06.25

ab 5.24

bis 05.24

Werkstudent in 24

ab 9.24

Smartes Tourismuslabor Projekt 50 %  
 Smartes Tourismuslabor Projekt 50 % plus 12,5 ST(5 Std)  
 Tourismus Data Intelligence Projekt 75 %  
 Grenzenlos Projekt 100 %  
 Grenzenlos Projekt 75 %

# TOP 6 Wirtschaftsplan 2025

\* Praktikanten und geringfügig Beschäftigte o.Ä. sind in diesem Stellenplan nicht enthalten

\*VZÄ= Vollzeitäquivalent oder Vollbeschäftigtenäquivalent. Ist eine Hilfsgröße bei der Messung von Arbeitszeit.





## TOP 7      Nachwahl zum Vorstand

Herr Dr. Jürgen Wutschka ist im Juli 2024 in den Ruhestand gewechselt und gleichzeitig auch als Mitglied aus dem Vorstand des Sauerland-Tourismus e.V. ausgeschieden.

Der Kreis Soest hat Herrn Jens Hoheisel (Dezernat 06 Regionalentwicklung; Abteilung 81 Tourismus) als Nachfolger benannt.

### **Beschlussvorschlag:**

Die Mitgliederversammlung wählt mit sofortiger Wirkung Herrn Jens Hoheisel in den Vorstand des Sauerland-Tourismus e.V..

# NACHHALTIGKEIT



# TOP 8 Bericht zur Zertifizierung als nachhaltiges Reiseziel



## Nachhaltigkeitsprozess - Zertifizierung zur nachhaltigen Reiseregion:

- Prozessabstimmung mit Siegen-Wittgenstein
- separate Zertifizierung beider Destinationen, aber intensive Zusammenarbeit
- gemeinsame Gremien (z.B. der Nachhaltigkeitsbeirat) um Ressourcen zu schonen

# TOP 8 Bericht zur Zertifizierung als nachhaltiges Reiseziel



## Nachhaltigkeit

*Anna Galon*



*Nachhaltigkeitsbeauftragte*

# Zertifizierung zur nachhaltigen Reiseregion



## TourCert



23. April 2024

Sauerland-Tourismus e.V.

# Nachhaltigkeit im Sauerland



Mit dem „TourCert“-Zertifizierungsprozess setzen wir uns zusammen mit den Tourist-Informationen, den touristischen Betrieben und dem touristischen Partnernetzwerk für einen **verantwortungsvollen Umgang mit vorhandenen Ressourcen und einen nachhaltigen Tourismus** ein. Der Prozess beruht auf einer stetigen, innovativen und zukunftsfähigen Weiterentwicklung des gemeinsamen Nachhaltigkeitsverständnisses und einem **wertschätzenden Umgang zwischen Gästen, Beschäftigten, Mitwirkenden und der Bevölkerung** der Regionen Siegen-Wittgenstein und Sauerland.

Wir als Destinationsmanagement-Organisationen (DMO) haben uns mit dem Prozess zum „Nachhaltigen Reiseziel“ dazu verpflichtet, uns in den **Bereichen Kundeninformation, Arbeitsbedingungen, Umweltschutz, Gemeinwohl, Menschenrechte und faire Geschäftsbeziehungen** ständig zu hinterfragen und zu verbessern.

Aus diesem Grund bedeutet Nachhaltigkeit für uns, die **Bedürfnisse der Gäste und der lokalen Bevölkerung mit denen des Natur- und Umweltschutzes zu verbinden** und dabei eine langfristige wirtschaftliche und sozial-verträgliche Entwicklung anzustreben.



# Ausgezeichnete Partnerbetriebe



# Ausgezeichnete Partnerbetriebe

- Netzwerk: 45 Betriebe sauerlandweit
- Davon 12 neue Betriebe seit Ende April (8 TourCert Qualified, 4 nachhaltig zertifizierte)
- Netzwerk betreuen und ausbauen ist zentrale Forderung für die Rezertifizierung
- Für Frühling 2025 sollen weitere Infoveranstaltungen zu „TourCert Qualified“ geplant werden

# Nachhaltigkeit im Sauerland



**Managementebene - Ökologie - Ökonomie - Gemeinwohl**

Sauerland-Tourismus e.V.



# Wo steht das Sauerland?

## Gute Bewertung:

- Gemeinsamer Nachhaltigkeitsbeirat für Sauerland und Siegen-Wittgenstein
- Zufriedenheitsindex der Partnerorganisationen ist überdurchschnittlich positiv
- Ausgezeichnetes und schlüssiges Verbesserungsprogramm

# Wie kann sich das Sauerland verbessern?



## Empfehlungen:

- Sensibilisierung und Beratung der Tourist-Infos als potenzielle Multiplikatoren nachhaltiger Produktangebote und Verhaltensweisen
- Verstärkt nachhaltige Produkte entwickeln und bewerben
- Fokussierte Klimaschutzkommunikation und Handlungsmotivation an Partnerbetriebe und Gäste
- Erarbeitung und Umsetzung einer zielorientierten Strategie für Unterkünfte und Gastrobetriebe mit Reduktionsplänen

# Verbesserungsprogramm



Kommunikation von  
Nachhaltigkeit als  
Basisaufgabe

Tourismusakzeptanz  
und Wertschöpfung

Nachhaltiges Verhalten  
im ST-Team

Erweiterung des  
Partnernetzes

Barrierefreiheit in der  
Produktgestaltung

Nachhaltige,  
klimaresiliente  
Tourismusprodukte

# Management-Ebene

- Vision und Mission im Nachhaltigkeitsleitbild
- Barrierefreiheit in der Produktgestaltung
- Nachhaltigkeit in der Außenkommunikation
- Gästeberatung in der Kommunikation von Nachhaltigkeitsaspekten qualifizieren

# Management-Ebene



Quelle: MS Copilot

Sauerland-Tourismus e.V.





# Ökologie



- Nachhaltige, klimaresiliente Tourismusprodukte
- Gäste zum Mitmachen animieren: Nachhaltigkeit sichtbar und erlebbar machen, Slow Travel etablieren, Resilienz fördern
- Rothaarsteig: Erster nachhaltiger, klimaresilienter Wanderwege Europas
- Bewusstsein zu Energieeffizienz bei Betrieben stärken

# Ökologie



Quelle: MS Copilot

Sauerland-Tourismus e.V.



# Ökonomie



- Tourismus ist ein Wirtschaftsfaktor: Bewusstsein für lokale Wertschöpfung stärken
- Regionale Wirtschaftskreisläufe stärken
- Tragfähigkeit des Tourismusverbandes: Alle Kommunen in der Region sind Mitglied

# Gemeinwohl



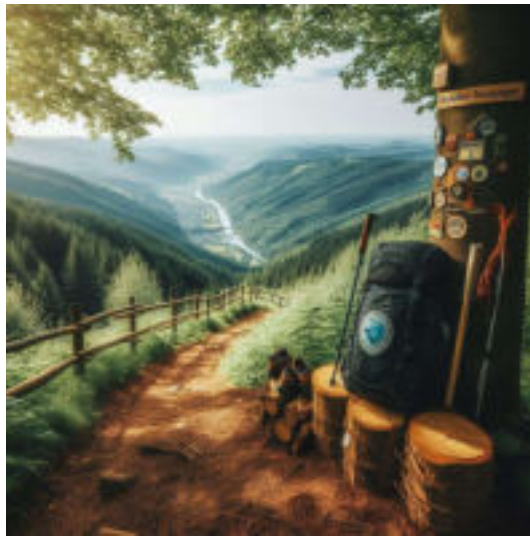
- Tourismusakzeptanz prüfen und stärken
- Tourismus schafft Lebensqualität für Menschen, die hier leben
- Mitarbeitende als Botschafter: faire Arbeitsbedingungen, Mitgestaltung, Schulungen, Perspektiven

# Nächste Schritte

- Sauerland-Tourismus als Mitglied der Exzellenz-Initiative Nachhaltige Reiseziele: Mit den Besten lernen



- Workshops mit dem Deutschen Klimafond Tourismus: Planung und Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen
- Wissenstransfer für unsere Partnerbetriebe: u.a. Kooperation mit DEHOGA Nachhaltigkeitscoaches



Quelle: MS Copilot

# TOP 9 Erlebnis.NRW EFRE

## - Bericht zu den Ergebnissen des Wettbewerbs



# Erlebnis.NRW

## Zukunft von Kultur, Natur und nachhaltigem Tourismus gestalten

Ministerium für Wirtschaft,  
Industrie, Klimaschutz und Energie  
des Landes Nordrhein-Westfalen



EUROPÄISCHE UNION  
Investition in unsere Zukunft  
Europäischer Fonds  
für regionale Entwicklung

# Produkt-Updates





## Förderprojekte (Erlebnis.NRW EFRE 21-27)



### Aktuelle Förderprojekte (Erlebnis.NRW EFRE)

- |   |                     |
|---|---------------------|
| ■ Grenzenlos  | 1.3 Mio. € (0.7 ST) |
| ■ Smartes Tourismuslabor                              | 0.9 Mio. € (0.7 ST) |
| ■ Tourismus Data Intelligence Initiative NRW (TV.NRW) | 0.2 Mio. €          |
| ■ NachhaltigkeitsWerkstatt NRW (TV.NRW)               |                     |
| ■ SOFA (Sauerland Outdoorregion für ALLE) > ab 2025   | 3.3 Mio. € (0.3 ST) |

## Förderprojekte (Erlebnis.NRW EFRE 21-27)



15. August 2024

Sauerland-Tourismus e.V.



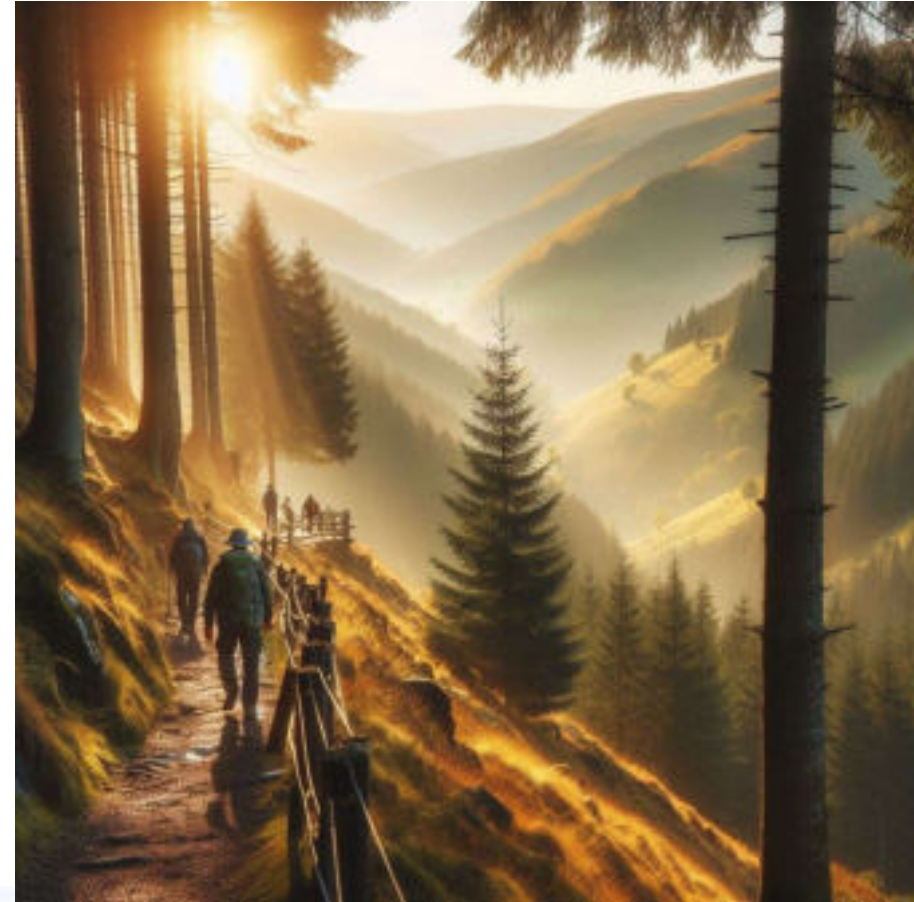


**Weiterentwicklung des Rothaarsteiges  
zum ersten nachhaltigen und klimaresilienten  
Wanderweg Europas.**

***„Der Mensch im Fokus auf dem Weg der Sinne“***



# Nachhaltiger, klimaresilienter Rothaarsteig



Sauerland-Tourismus e.V.



# Förderprojekte (Erlebnis.NRW EFRE 21-27)



Kofinanziert von der  
Europäischen Union

Die Landesregierung  
Nordrhein-Westfalen



**EFRE-Projektauftrag Tourismus  
„Erlebnis.NRW – Zukunft von Kultur, Natur  
und nachhaltigem Tourismus gestalten“**

**Einladung zur zentralen Informationsveranstaltung  
am 30. Oktober 2024 um 11.00 Uhr**

**Bezirksregierung Münster, Domplatz 1-3, 48143 Münster**

Sauerland-Tourismus e.V.

**TOP 10**

**Verschiedenes**



Sauerland-Tourismus e.V.



Vielen Dank

