

- Beschluss**  
 **Wahl**  
 **Kenntnisnahme**

**Vorlagen Nr. 41/005/2021**

**öffentlich**

Fachbereich: Amt für Kultur und Tourismus Bearbeiter/in: Wachten, Julia	Datum: 21.04.2021 Az.: 41
--	------------------------------

Beratungsfolge	Termine	Art der Entscheidung
Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus	17.05.2021	Kenntnisnahme

**Sachstandsbericht über die Planungen einer Restart-Marketingkampagne für den Tourismus im neanderland**

- |                             |  |  |  |
|-----------------------------|--|--|--|
| Finanzielle Auswirkung      | <input checked="" type="checkbox"/> ja | <input type="checkbox"/> nein            | <input type="checkbox"/> noch nicht zu übersehen |
| Personelle Auswirkung       | <input type="checkbox"/> ja            | <input checked="" type="checkbox"/> nein | <input type="checkbox"/> noch nicht zu übersehen |
| Organisatorische Auswirkung | <input type="checkbox"/> ja            | <input checked="" type="checkbox"/> nein | <input type="checkbox"/> noch nicht zu übersehen |
| Auswirkung auf Kennzahlen   | <input type="checkbox"/> ja            | <input checked="" type="checkbox"/> nein | <input type="checkbox"/> noch nicht zu übersehen |
| Klimarelevanz               | <input type="checkbox"/> ja            | <input checked="" type="checkbox"/> nein | <input type="checkbox"/> noch nicht zu übersehen |

Der Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus nimmt den Bericht zur Kenntnis.

Fachbereich: Amt für Kultur und Tourismus Bearbeiter/in: Wachten, Julia	Datum: 21.04.2021 Az.: 41
--	------------------------------

## Sachstandsbericht über die Planungen einer Restart-Marketingkampagne für den Tourismus im neanderland

### Anlass der Vorlage:

Die Maßnahmen zur Eindämmung der Coronapandemie sind für die Tourismusbranche mit großen Herausforderungen verbunden. Die Tourismuswirtschaft – insbesondere der Beherbergungssektor – steckt in einer Warteschleife; die Beherbergung von privat reisenden Gästen ist seit vielen Monaten nicht möglich. Bereits im vergangenen Jahr verzeichnete der Raum Düsseldorf/Kreis Mettmann im Vergleich zu 2019 über 55% weniger Übernachtungen. Die Perspektive für eine bessere Auslastung durch Messegäste und Geschäftsreisen ist nach wie vor gering, so dass die Förderung touristischer Übernachtungen eine Chance bietet, einen Teil der fehlenden Übernachtungsgäste zu kompensieren.

### Sachverhaltsdarstellung:

Die Tourismusbranche blickt zuversichtlich auf das zweite Halbjahr 2021 und hofft auf eine erfolgreiche Wiedereröffnung der Bereiche Hotellerie und Gastronomie. Nach dem Lockdown wird der Wunsch nach Abwechslung und Erholung – aber nach wie vor auch nach Sicherheit – auch in der Bevölkerung groß sein.

### Die Idee:

Die geplante Restart-Kampagne zur Unterstützung des Tourismus im neanderland setzt genau da an und bietet den potenziellen Kurzzeit-Reisenden ein attraktives Angebot: Eine Übernachtung im Doppelzimmer, mit Frühstück und Abendessen inklusive, und zusätzlich einem kostenlosen Eintritt zu einer Freizeitaktivität im neanderland – alles zu dem Einheitspreis von 66,- € pro Person. Namentlich und visuell provokant wird unter dem Motto „neanderland Quickies“ zu dem schnellen, günstigen und spontanen Kurztrip vor der Haustür animiert. Zielgruppe der Kampagne sind Paare ab ca. 25 Jahre, die im Kreis Mettmann und im Umkreis von ca. einer Fahrstunde um den Kreis herum wohnen. Der Kampagnenzeitraum beläuft sich auf drei Monate, der Kampagnenbeginn ist abhängig von eintretenden Lockerungen der Corona-Verordnungen. Optimistisch wird mit einem Start Anfang Juni geplant.

### Die Vorbereitung:

Nachdem die Idee zunächst der stellvertretenden Geschäftsführerin des DEHOGA Nordrhein e.V. und ausgewählten Hoteliers vorgestellt und mit diesen abgestimmt wurde, startet

nun die Hotel-Akquise. Die im Kreis Mettmann ansässigen Hoteliers und Hotelierinnen werden eingeladen, sich via Online-Anmeldeformular für die Teilnahme an der Aktion anzumelden. Voraussetzung ist, dass sie in dem Kampagnenzeitraum eine Übernachtung im Doppelzimmer inklusive Frühstück und Abendessen zu dem einheitlichen Angebotspreis von 66,- € pro Person anbieten und online buchbar sind. Hotels-Garnis welche nicht über ein hauseigenes Restaurant verfügen sind aufgerufen, mit einem örtlichen Gastronomie-Partner zu kooperieren.

Jedem buchenden Gast wird bei Ankunft zusätzlich ein Gutschein ausgehändigt, der zum einmaligen kostenfreien Eintritt in einer kulturellen oder touristischen Attraktion im neanderland berechtigt. Auf einem beiliegenden Flyer werden alle teilnehmenden Betriebe aufgelistet. Die Akquise von entsprechenden Partnern startet zeitnah. Eine testweise Abfrage bei einigen Betrieben hat ergeben, dass von den Leistungsträgern, die teilweise seit nunmehr knapp einem Jahr coronabedingt keine Einnahmen mehr generieren konnten, nicht erwartet werden kann, die vollen Eintrittskosten zu übernehmen. Deshalb beabsichtigt der Kreis Mettmann, diesen Wirtschaftssektor zu unterstützen und bis zu 50% der Kosten zu erstatten. Es können sich somit all diejenigen Leistungsträger beteiligen, die bereit sind, lediglich maximal die Hälfte ihres Eintritts in Rechnung zu stellen.

#### Die Umsetzung:

Ein vorgeschaltetes Fotoshooting sorgt für die passende Bildsprache.

Die Kampagne wird durch zahlreiche aufwändige und umfangreiche Marketingmaßnahmen begleitet und offensiv über verschiedene Kanäle – online wie offline – beworben. Die Offline-Maßnahmen hängen jedoch stark vom Zeitpunkt der Lockerungen rund um Corona ab. So ist beispielsweise der Einsatz von TomToons (Fahrräder mit riesigen Werbeplakaten, die durch stark frequentierte Innenstädte fahren), nicht zielführend, solange der Einzelhandel geschlossen ist. Auch Werbung im ÖPNV erreicht aktuell nicht die gewünschte Masse. Jegliche Außenwerbung, die sogenannte Out-of-Home-Werbung, ist daher noch vorbehalten. Aktuell ist eine Plakatierungsaktion im und um den Kreis Mettmann geplant ebenso wie die Heckflächenbeklebung von Bussen. Das Social Media-Marketing sieht über den Kampagnenzeitraum eine Bewerbung via Facebook und Instagram vor. Parallel wird eine Google Display-Kampagne gestartet.

Auf der Website neanderland.de wird eine Kampagnenseite erstellt, auf der die Aktion prominent präsentiert und die teilnehmenden Häuser vorgestellt werden. Aktive Pressearbeit rundet die Maßnahmen ab.

#### Finanzielle Auswirkungen:

Bei der Kampagne steht ein klares Angebot im Fokus und spricht eine breite Zielgruppe an. Für die Umsetzung der geplanten Maßnahmen ist ein Budget von insgesamt 50.000 € brutto kalkuliert. Davon entfallen auf die Online-Bewerbung über den gesamten Kampagnenzeitraum von drei Monaten etwa 15.000 €, auf die Out-of-Home Werbung ca. 25.000 € brutto. Darüber hinaus sind Kosten für das Fotoshooting (Fotograf, Models, Visagistin, Requisiten), Druck und Distribution der Flyer und Voucher ebenso wie die Unterstützung der Leistungsträger im Zuge der Gutschein-Aktion zu berücksichtigen.

Die Beklebung der Bus-Heckflächen ist ergänzend. Sie war bereits für die Wanderwoche, die coronabedingt nicht wie geplant im Mai stattfinden kann, gebucht. Mit dem Auftraggeber konnte sich auf eine kostenfreie Verschiebung auf einen anderen Zeitraum im laufen-

den Jahr verständigt werden, so dass diese nun im Rahmen der Restart-Kampagne sinnvoll genutzt werden kann.

Die Maßnahme wird durch Einsparungen bei anderen, ursprünglich für 2021 geplanten touristischen Marketingmaßnahmen, die coronabedingt nicht durchgeführt werden konnten, finanziert. Deshalb sind die Mittel im Planjahr 2021 im Produkt 15.04.01 vorhanden.