

- ☐ **Beschluss**
- ☐ **Wahl**
- ☒ **Kenntnisnahme**

Vorlagen Nr. 10/014/2018

öffentlich

Fachbereich: Amt für Personal, Organisation, Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus Bearbeiter/in: Wachten, Julia	Datum: 28.03.2018 Az.: 10-42
---	---------------------------------

Beratungsfolge	Termine	Art der Entscheidung
Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus	17.05.2018	Kenntnisnahme

Tourismusmarketing neanderland - Rückblick und Ausblick

Finanzielle Auswirkung	☐ ja	☒ nein	☐ noch nicht zu übersehen
Personelle Auswirkung	☐ ja	☒ nein	☐ noch nicht zu übersehen
Organisatorische Auswirkung	☐ ja	☒ nein	☐ noch nicht zu übersehen
Auswirkung auf Kennzahlen	☐ ja	☒ nein	☐ noch nicht zu übersehen

Die Ausführungen der Verwaltung zu den Marketingmaßnahmen neanderland werden zu Kenntnis genommen.

Fachbereich: Amt für Personal, Organisation, Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus Bearbeiter/in: Wachten, Julia	Datum: 28.03.2018 Az.: 10-42
---	---------------------------------

Tourismusmarketing neanderland - Rückblick und Ausblick

Anlass der Vorlage

Im Rahmen des Destinationsmarketings neanderland führt das Sachgebiet Tourismus jährlich eine Vielzahl an Marketingmaßnahmen durch.

Sachverhaltsdarstellung

Das städteübergreifende Destinationsmarketing verfolgt weiterhin das übergeordnete Ziel, den Bekanntheitsgrad von Marke und Region zu erhöhen, ebenso wie zu Kooperationen und Netzwerkbildungen anzuregen.

Das Sachgebiet Tourismus setzt wichtige Maßnahmen und Marketingbausteine regelmäßig um. Alle Maßnahmen sind stark miteinander verzahnt und werden von intensiver Pressearbeit, online wie offline, begleitet. Nachfolgend sind die wesentlichen 2017 realisierten Marketingbausteine aufgeführt und wird ein Ausblick auf anstehende Maßnahmen 2018 gegeben.

Printmedien

Die Printmedien spielen bei der Vermarktung der Angebote der Region nach wie vor eine große Rolle: Nicht nur auf Messen und Veranstaltungen zählen sie zu den wichtigsten Informationsquellen, auch die telefonischen Nachfragen und Bestellungen via E-Mail und der Formulare im Servicebereich der Websites neanderland.de sowie neanderlandsteig.de und die Downloads nehmen mit steigender Bekanntheit zu.

Jeweils zum Jahresbeginn werden alle Partner und touristischen Leistungsträger mit einer Erstausstattung an neanderland Printmedien beliefert. Eine unterjährige Nachbestellung ist jederzeit möglich. Die **umfangreiche Jahresdistribution** an etwa 50 Unterkünfte, 140 touristische Leistungsträger und Städtepartner wird vom Team Tourismus koordiniert. Das Konfektionieren und den Versand übernehmen die WfB in Langenfeld, wo die Printmedien unterjährig auch gelagert werden.

Seit Mitte 2017 erhält jeder Neubürger des Kreises Mettmann bei Anmeldung im Bürgerbüro seiner Kommune eine Postkarte, mit der auf die vielen Freizeitmöglichkeiten der neuen Wahlheimat aufmerksam gemacht wird. Unter dem Stichwort „**Neubürger**“ kann dann bei Interesse telefonisch, per E-Mail oder auch durch Zusendung der Postkarte per Post, kostenlos das neanderland Erlebnispaket mit Wander- und Radkarten und vielen Freizeittipps angefordert werden. Im Düsseldorfer Neubürgerheft ist ein ähnlicher Gutschein zu finden. Insgesamt gingen beim Kreis Mettmann 2017 etwas über 100 Bestellungen ein; 2018 sind es bis zum heutigen Tag bereits über 40 Anfragen.

Aktuell werden vom Sachgebiet Tourismus regelmäßig folgende **Flyer und Broschüren** erstellt und aufgelegt:

- **Reisekatalog neanderland FÜR ENTDECKER**, 78 Seiten, zweisprachig deutsch/englisch, Auflage 10.000 (2018)
Eine Image- und Informationsbroschüre für Besucher mit Reisevorschlägen, Städteportraits und umfassendem Unterkunftsverzeichnis

- **Flyer neanderland AUF EINEN BLICK**, zwei Sprachversionen deutsch/englisch, Auflage 40.000 (2017) / 7.000 (2016)
Ein Streumedium mit zielgruppengerichteter Zusammenstellung der attraktivsten Angebote des neanderlands; große Freizeitkarte

- **Flyer neanderland FÜR FAMILIEN**, 4. Auflage 40.000 (2016)
Der Flyer bündelt alle familienfreundlichen Angebot in der Region und stellt sie themen- und aktivitätsbezogen dar

- **Flyer neanderland FÜR SCHULEN**, 2. Auflage 5.000 (2017)
Der Flyer bündelt alle außerschulischen Angebot in der Region und stellt sie unterrichtsbezogen dar

- **Flyer neanderland STEIG**, Auflage 35.000 (2016)
Der Übersichtsflyer gibt Kurzinfos zu Charakteristika und Anspruch der 17 Etappen des neanderland STEIGs

- **Etappenflyer neanderland STEIG**. 2. Auflage 15.000 (2016)
Insgesamt fünf Flyer mit Routenverlauf, Infos zu Sehenswürdigkeiten, Gastronomie und Übernachtungsmöglichkeiten an der jeweiligen Etappe

- **Flyer PanoramaRadweg niederbergbahn**, 2. Auflage 20.000 (2018)
Detailkarte inkl. Höhenprofil mit Angaben zu Gastronomie, Parkplätzen und Zugängen.

- **Flyer neanderland MUSEEN UND ERLEBNISRÄUME**, Auflage 40.000 (2014)
Eine Informationsbroschüre, die einen Überblick über die großen und kleinen Museen bis hin zu teilweise Privatsammlungen gibt

- **Flyer neanderland ERLEBNISTOUREN**, Auflage 8.000 (2018)
Programm und Termine der aktuellen Erlebnistouren; jährliche Neuauflage erforderlich

Online-Marketing

Die zeitgemäße Entwicklung der Digitalisierung erhöht den Anspruch an die Website und Online-Bereitstellung von Informationen. Der Nutzer und seine Bedürfnisse der Informationsbeschaffung müssen zukünftig noch stärker im Mittelpunkt der Darstellung stehen. Um den gesteigerten Qualitätsansprüchen gerecht zu werden, wird 2018 ein **Relaunch der Website neanderland.de** vorbereitet, so dass die Ausschreibung und Umsetzung idealerweise 2019 erfolgen kann. In diesem Zuge ist ebenfalls geplant, ein Kartentool inkl. Tourenplaner zu implementieren.

Außerdem werden die Weiterentwicklung und der Ausbau von Online-Marketing-Strategien immer wichtiger und rücken zunehmend in den Fokus des Destinationsmarketingkonzepts neanderland. Im vergangenen Jahr wurde erstmalig eine individuelle **Suchmaschinen-Kampagne (Search Enging Marketing-Kampagne)** mittels Google Adwords angelegt, um die Sichtbarkeit im Netz und Bekanntheit des neanderlands zu steigern. Der Schwerpunkt der Kampagne lag auf den Themen Wandern, Radfahren und Familien und war so erfolgreich, dass sowohl eine Suchanzeigen- als auch Display-Werbung, d.h. Werbebanner auf diversen Portalen, 2018 erneut geplant ist.

Im Vergleich zu Offline-Marketingmaßnahmen, deren Wirkung nur indirekt gemessen werden kann, wird bei Online-Kampagnen der Erfolg **direkt gemessen**. So wurde beispielsweise die

Display-Werbung über eine Million Mal angezeigt und knapp über 8.000 Mal angeklickt. Auch die Analyse der Besucherzahlen der Website gibt ein gutes Bild über den Erfolg der Kampagne: 35,8% aller Besucher auf neanderland.de kamen in dem Aktionszeitraum Oktober und November über die Kampagne.

Zu einem besonders wichtigen Baustein in der Kommunikation des neanderlands ist der Bereich **Social Media** geworden. Facebook und Twitter dienen nicht mehr nur dazu eigene Inhalte zu verbreiten, sondern vielmehr auch dazu mit Endkunden und Bloggern zu interagieren.

Die Endkunden werden zudem über den **neanderland Newsletter** angesprochen, der in einem regelmäßigen Turnus zu Angeboten und Veranstaltungen im neanderland informiert. Wiederkehrend ist hier die Rubrik „Kurz hereingeschaut bei...“ in der jeweils ein touristischer Partner einen Einblick hinter die Kulissen gewährt.

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Analog zu einem zum Jahresbeginn aufgestellten, umfassenden Presseredaktionsplan werden regelmäßig **Pressemeldungen** zu touristischen Themen und Aktionen des neanderlands an die regionale sowie die überregionale Presse ausgegeben. Anlassbezogen werden **Pressetermine** und -gespräche wie bspw. zur Saisoneroöffnung des PanoramaRadwegs niederbergbahn oder der Eröffnung der ersten neanderland STEIG Entdeckerschleifen. Derzeit wird der überregionale **Presseverteiler** aktualisiert und erweitert sowie Verteiler von Fachmagazinen speziell für die Themen Wandern, Genuss, Familien erarbeitet, um die Region über die speziellen Themen und Angebote verstärkt zu vermarkten.

Über die intensive Pressearbeit hinaus werden auch **Anzeigen und Advertorials** in ausgewählten Fachmagazinen geschaltet. Um die Familienangebote in der Region noch stärker zu präsentieren, erscheinen in den Familienmagazinen *Libelle*, *Känguru* und *ruhrpottkids* kurz vor den Sommerferien entsprechende Anzeigen. Zu Beginn der Wandersaison sind dieses Jahr in Fachjournalen wie *Wandermagazin* und *Wanderlust* (SGV-Broschüre *Kreuz & Quer* als Beileger) Wanderer und Kurzurlauber ansprechende Berichte über den neanderland STEIG erschienen. Auch die Frühjahrsausgabe des *NRW-Magazins* widmet dem neanderland STEIG eine DIN A4 Seite.

Zur Bekanntmachung und Bewerbung der neuen neanderland STEIG Entdeckerschleifen werden jeweils vor den langen Wochenenden und Feiertagen Ende April bis Anfang Juni über WDR2 **Radiospots** in ganz NRW ausgestrahlt um die Zielgruppe der Tagesausflügler und Wanderer zu erreichen.

Messen und Veranstaltungen

Das neanderland ist auf den wichtigsten Tourismusmessen in der Region vertreten. Auf den beiden größten Urlaubs- und Freizeitmessen in der Umgebung, der **Reise & Camping in Essen** und der **TourNatur in Düsseldorf**, präsentiert sich das neanderland mit einem großen Gemeinschaftsstand, an dem sich die städtischen Partner mit personeller Besetzung, Materialzulieferung oder einem Filmbeitrag für den vorhandenen Großbildschirm beteiligen können.

Im Zuge des Auf- und Ausbaus der Vermarktung des touristischen Aktivbereichs, neanderland STEIGs und PanoramaRadweg niederbergbahn, hat das Sachgebiet Tourismus im vergangenen Jahr damit begonnen zielgruppenspezifische Veranstaltungen zu besuchen. So war das neanderland neben dem bereits etablierten **Radaktiv-Tag in Düsseldorf** auch auf der **Bergischen Velo in Wuppertal** und dem **Kölner Alpentag in Leverkusen** sehr erfolgreich mit einem eigenen Stand vertreten.

Auf Grund der sehr großen Resonanz und Nachfrage, werden diese beiden Messen auch 2018 wieder besucht werden. Hinzu kommt ein Stand beim **SGV Gebirgsfest**, welches in einem zweijährigen Rhythmus stattfindet.

Um außerdem die Bürgerinnen und Bürger des Kreises Mettmann noch stärker auf die Angebote in der Region aufmerksam zu machen, ihre Zugehörigkeit und ihre Verbundenheit zum neanderland zu stärken, werden in diesem Jahr in unterschiedlichen **Kommunen** rund sieben publikumsstarke **Veranstaltungen** mit touristischer Relevanz besucht werden:

Veranstaltung	Stadt	Datum
Stadtfest Heiligenhaus	Heiligenhaus	Sonntag, 03.06.2018
Stadtfest Monheim am Rhein	Monheim am Rhein	Sonntag, 17.06.2018
Schlemmermeile Langenfeld	Langenfeld	Sonntag, 26.08.2018
Parkfest Velbert	Velbert	Samstag, 01.09.2018 Sonntag, 02.09.2018
Tag des offenen Denkmals, Haus Bürgel	Monheim am Rhein	Sonntag, 09.09.2018
Bauernmarkt Ratingen	Ratingen	Sonntag, 30.09.2018
Kartoffelfest Wülfrath	Wülfrath	Sonntag, 30.09.2018

Diese Veranstaltungen werden zusätzlich zu den oben bereits aufgeführten Messen besucht werden. Um an den zahlreichen Wochenendterminen, die teilweise auch zeitlich stattfinden, ausreichend und vor allem auch **qualifiziertes Personal** stellen zu können, wurde Ende 2017/Anfang 2018 über ein Ausschreibungs- und Bewerbungsverfahren ein Pool bestehend aus fünf Mitarbeiter*innen aufgestellt, die zukünftig das Tourismus-Team unterstützen und jeweils zu zweit die Messeinsätze mit übernehmen. Die als „geringfügig Beschäftigte“ eingestellten Kollegen/innen haben alle einen Bezug zum neanderland, Erfahrungen im Tourismus und bei Messeinsätzen und sind zudem sehr offen und kommunikativ. Auf der Reise & Camping in Essen hatten sie zur „Einarbeitung“ bereits ihren ersten Einsatz und haben anschließend an einem internen Workshop, bei dem gezielte Inhalte und Qualitätsansprüche in Hinblick auf die zukünftige Zusammenarbeit vermittelt wurden, teilgenommen.

Da es sich gerade bei den Messen im Aktiv-Bereich und den Veranstaltungen innerhalb des Kreises Mettmann verstärkt um Outdoorveranstaltungen handelt, wurde für diesen Zweck ein **Pavillon** angeschafft. Das in neanderland-grün gehaltene, mit Logo und großflächigen Impressionen aus dem neanderland bedruckte Zelt sorgt nicht nur für Aufmerksamkeit und Wiedererkennung sondern schützt auch Besucher, Mitarbeiter und Materialien vor Sonne und Regen.

Bereits das dritte Jahr in Folge hat das Sachgebiet Tourismus zur verstärkten Bewerbung des PanoramaRadwegs niederbergbahn die Vermarktung der Veranstaltung **„Saisoneroöffnung PanoramaRadweg niederbergbahn“** koordiniert. Mit starker Unterstützung der beteiligten Kommunen Heiligenhaus, Velbert, Wülfrath und Haan werden entlang der Strecke, viele verschiedene Aktionen, rund um Fahrrad, Familie und Genuss angeboten. Ein mit neanderland Logo und Werbung zum Radfahren im neanderland bedrucktes Velotaxi wird für die Besucher als kostenloser Shuttle-Service eingesetzt. Mit einem gemeinsamen Pressegespräch und Programmplakaten und -flyern zum Download wird im Vorfeld auf den Aktionstag aufmerksam gemacht.

2017 hat zudem die weltweite Großveranstaltung **Grand Départ** stattgefunden. Das internationale, gesteigerte Medieninteresse an dem Event wurde genutzt, um nicht nur auf den PanoramaRadweg niederbergbahn sondern auf die gesamte Region neanderland aufmerksam zu machen. Zu diesem Anlass wurden seitens des Sachgebiets Tourismus eine Vielzahl zusätzlichen Marketingaktionen durchgeführt. Der Vorlagen Nr. 10/033/2017 ist zu entnehmen, dass diese sowohl on- wie auch offline sehr komplex waren und von einer intensiven Pressearbeit begleitet wurden.

Im vergangenen Jahr hat außerdem die zweite **neanderland Wanderwoche** stattgefunden. Mit vielen geführten Wanderungen und einer großen, medienwirksamen Auftaktveranstaltung

wurde der neanderland STEIG und damit verbunden das neanderland als attraktive Natur- und Aktivregion beworben (vgl. Vorlagen Nr. 10/032/2017). Die dritte Wanderwoche ist für 2019 geplant – die konkreteren Vorbereitungen, Abstimmungen mit potentiellen Partnern und Wanderführern etc. beginnen Mitte des Jahres.

Neben Broschüren und qualitativen Informationen rund um das neanderland werden auf allen Messen und Veranstaltungen auch **Give-aways und Werbemittel** verteilt, die das positive Image der Region stärken.

Außenwerbung

Um die Außenwahrnehmung des neanderlands als attraktive Freizeitregion weiter zu stärken werden jährlich diverse Maßnahmen umgesetzt, die von **Plakatierungen** an den Bahnhöfen und in den kreisangehörigen Städten über **Beklebung von öffentlichen Verkehrsmitteln** (innen wie außen) bis hin zu weiträumig angelegten **Flyer-Verteil-Aktionen** reichen, die über das Kreisgebiet hinausgehen.

Durch das 2017 vollständig durch die Abteilung Kultur und Tourismus übernommene Marketing der beiden **Aktiv-Produkte neanderland STEIG und PanoramaRadweg niederbergbahn** ist eine zielgruppenschärfere Ansprache als bei der in der Vergangenheit hauptsächlich umgesetzten Imagewerbung möglich. Ebenso bieten die konkreten Weiterentwicklungen der Produkte, wie beispielsweise die im Laufe dieses Jahres eröffnenden neanderland STEIG Entdeckerschleifen Anlass zur verstärkten Bewerbung (vgl. Vorlagen Nr. 10/015/2018).

Veranstaltungen wie z.B. die neanderland Wanderwoche, die Saisoneroöffnung PanoramaRadweg niederbergbahn aber auch der Grand Départ bedingen die Außenwahrnehmung positiv. Das schon bei der Saisoneroöffnung PanoramaRadweg niederbergbahn zum Einsatz gekommene **Velotaxi** wird beispielsweise noch bis Ende Oktober für das neanderland auf den Trassen unterwegs sein.

Für viel Aufmerksamkeit hat auch der im vergangenen Jahr eröffnete neue **Schiffsanleger in Monheim am Rhein** gesorgt (vgl. Vorlage Nr. 10/036/2016/1): In einem neanderland-eigenen Schaukasten wird die Freizeitregion vorgestellt. Außerdem heißt ein dauerhaft angebrachtes, großes Schild die Besucher an der „Promenade des neanderlands“ willkommen. Die Bewerbung und Akquise von Reedereien und neuen potentiellen Gästen, unter Federführung der Tourismusförderung der Stadt Monheim am Rhein hat, ebenfalls begonnen.

Eine große Chance, neue Zielgruppen zu erschließen bieten **Kooperationen und gezielte Marketing-Aktionen mit branchenfremden Unternehmen**: Nachdem im Jahr 2016 Etiketten etwa einer Millionen Flaschen der Haaner Felsenquelle mit neanderland Werbung bedruckt und vertrieben wurden, fahren seit 2017 fünf Sattelzüge der Spedition Caspers deutschlandweit Werbung für den neanderland STEIG.

neanderland ERLEBNISTOUREN

Die jährlich stattfindenden und von der Abteilung Kultur und Tourismus organisierten neanderland ERLEBNISTOUREN stellen ein weiteres Element bei der Vermarktung der touristischen Angebote in der Region dar. Bei den Touren handelt es sich um ganztägige, geführte Bustouren. Die Teilnehmer – größtenteils Bürger*innen des Kreises Mettmann – besuchen touristische Sehenswürdigkeiten, aber auch Unternehmen in der Region und blicken hier hinter die Kulissen.

Netzwerktreffen

Auch im Jahr 2017 hat das Sachgebiet Tourismus zusammen mit der IHK Düsseldorf und dem DEHOGA Nordrhein e.V., zwei touristische Netzwerktreffen, zu denen alle touristischen Akteure des Kreises Mettmann eingeladen wurden, organisiert und veranstaltet. In der Regel

nehmen jeweils 50-60 Akteure an den Netzwerktreffen teil, die im Wechsel vormittags und nachmittags stattfinden, um unterschiedlichen Branchengruppen bei laufendem Tagesgeschäft die Teilnahme zu ermöglichen. Jedes Netzwerktreffen steht unter einem bestimmten, für den Tourismus relevanten Thema und findet in einer dazu passenden Location im neanderland statt. Die erste Veranstaltung 2017 griff das Trendthema „Digitalisierung“ auf, zu dem ein ausgewählter externer Referent einen Gastvortrag gehalten hat. Die zweite Veranstaltung hatte „Erfolgsgeschichten aus dem neanderland – von anderen lernen“ zum Thema. Nach einem kurzen, externen Impulsvortrag haben verschiedene Akteure aus dem neanderland vorgestellt, welche Marketingaktionen bei ihnen Erfolg hatten und welche Ideen – teilweise auch mit ganz wenigen Mitteln, umgesetzt und welche Chancen genutzt wurden.

Das für 2018 geplante Netzwerktreffen wird sich mit dem Thema Werben auf Google, Tripadvisor, Facebook, Instagram und Co befassen und eine Einführung in erfolgreiches Marketing für jedes Budget, sowohl lokal als auch regional, geben. Die Veranstaltung dient auf diese Weise auch als Appetitmacher für den Workshop, den das Sachgebiet Tourismus im Rahmen der Landesweiten touristischen Innovationswerkstatt durchführt (vgl. Vorlage Nr. 10/25/2017).

Förderprojekte / Kooperationen

Einen weiteren Arbeitsschwerpunkt im Rahmen des Tourismusmarketing nehmen die Förderprojekte ein: Die **Landesweite touristische Innovationswerkstatt** (Projektträger Tourismus NRW e.V.) qualifiziert touristische Angebote und Leistungsträger im neanderland und fördert die Netzwerkarbeit. Einen ausführlichen Sachstandsbericht hierzu hat die Projektmitarbeiterin in der Sitzung des Ausschuss Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus am 11.05.2017 gegeben (vgl. Vorlage Nr. 10/25/2017).

Bei dem kreiseigenen Förderprojekt **TYPISCH neanderland** (ehemaliger Projekt-/Arbeitstitel neanderland ORIGINAL), werden Produkte und Dienstleistungen mit regionalem Bezug mit einem Siegel ausgezeichnet (vgl. Vorlage Nr. 10/18/2017). Im Rahmen einer großen Auftaktveranstaltung im September 2017 wurden die ersten Siegelträger ausgezeichnet. Mittlerweile sind weitere Anträge von Betrieben und Einrichtungen aus der Region eingegangen und bereits 17 Hersteller und/oder Anbieter regionaltypischer Produkte und Landerlebnisse tragen das Siegel. Auf der Website www.neanderland.de unter der Rubrik „Regional genießen“, werden diese ausführlich vorgestellt. Im nächsten Schritt ist nun ein Workshop mit den aktuellen Siegelträgern geplant, um ihre Ideen und Anforderungen einer effiziente Mitvermarktung berücksichtigen zu können, Vertriebsmöglichkeiten und Kooperationen auszuloten und mit dem Netzwerkaufbau zu beginnen. Ende des vergangenen Jahres hat das Projekt auf Grund eines Wechsels in der Projektleitung für wenige Monate pausiert. Es ist vorgesehen, dass sich die neue Projektleitung in einer der kommenden Sitzungen des Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus vorstellt und über den aktuellen Sachstand informiert.

Der Kreis Mettmann ist ebenfalls Projektpartner bei dem Förderprojekt **Bergische Panorama-Radwege**. Im Rahmen dessen ist eine Geschäftsstelle gegründet worden, mit der Aufgabe ein überregional einheitliches, zeitgemäßes Marketing für die Bergischen Panorama-Radwege zu implementieren und diese auch auf Messen und Veranstaltungen zu vertreten.

Außerdem ist der Kreis Mettmann an dem überregionalen Kooperationsprojekt **Marketing Bergisches Wanderland** beteiligt.