

- Beschluss**
 Wahl
 Kenntnisnahme

Vorlagen Nr. 10/010/2019

öffentlich

Fachbereich: Amt für Digitalisierung, Organisation, Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus Bearbeiter/in: Thielsch, Sara	Datum: 11.02.2019 Az.: 10-4
--	--------------------------------

Beratungsfolge	Termine	Art der Entscheidung
Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus	21.03.2019	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

Beschlussvorschlag:

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

Fachbereich: Amt für Digitalisierung, Organisation,
Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus
Bearbeiter/in: Thielsch, Sara

Datum: 11.02.2019
Az.: 10-4

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 eng miteinander verzahnt und werden von intensiver Pressearbeit begleitet. Nachfolgend sind die wesentlichen 2018 realisierten Marketingbausteine aufgeführt und es wird ein Ausblick auf anstehende Maßnahmen 2019 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 sowie Bestellungen via E-Mail und per Formular im Servicebereich der Websites neanderland.de und neanderlandsteig.de sowie die Downloads nehmen mit steigender Bekanntheit zu.

Jeweils zum Jahresbeginn werden alle touristischen Partner mit einer Erstausstattung an neanderland-Printmedien beliefert. Eine unterjährige Nachbestellung ist jederzeit möglich. Die **umfangreiche Jahresdistribution** an rund 50 Unterkünfte, 130 touristische Leistungsträger und Städtepartner wird vom Team Tourismus koordiniert. Das Konfektionieren und den Versand übernehmen die WFB Werkstätten des Kreises Mettmann in Langenfeld.

Jeder **Neubürger** im Kreis Mettmann erhält bei Anmeldung in seinem Bürgerbüro eine Postkarte, mit der auf die vielen Freizeitmöglichkeiten der neuen Heimat aufmerksam gemacht wird. Das neanderland-Erlebnispaket mit Wander- und Radkarten und Freizeittipps kann kostenlos angefordert werden. Im Düsseldorfer Neubürgerheft ist ein ähnlicher Gutschein zu finden. Insgesamt gingen beim Kreis Mettmann 2018 etwas über 170 Bestellungen ein; 2019 sind es bis zum heutigen Tag bereits rund 25 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 (2019)

Eine Image- und Informationsbroschüre für Besucher mit Reisevorschlägen, Städteportraits und umfassendem Unterkunftsverzeichnis

- **Flyer neanderland AUF EINEN BLICK**, zwei Sprachversionen deutsch/englisch, Auflage 40.000 (2019) / 5.000 (2019)

Ein Streumedium mit zielgruppengerichteter Zusammenstellung der attraktivsten Angebote des neanderlands und großer Freizeitkarte

- **Flyer neanderland FÜR FAMILIEN**, 5. Auflage 15.000 (2017)

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) – Nachdruck 2019 geplant

Der Flyer bündelt alle außerschulischen Angebot in der Region und stellt sie unterrichtsbezogen dar

- **Flyer neanderland STEIG**, Auflage 50.000 (2016)

Der Übersichtsflyer gibt Kurzinfos zu Charakteristika und Anspruch der 17 Etappen des neanderland STEIGs

- **Etappenflyer neanderland STEIG**. 2. Auflage 15.000 (2016) – Nachdruck 2019 geplant

Insgesamt fünf Flyer mit Routenverlauf, Infos zu Sehenswürdigkeiten, Gastronomie und Übernachtungsmöglichkeiten an der jeweiligen Etappe

- **Flyer neanderland STEIG Entdeckerschleifen**. 1. Auflage, insgesamt 15.000 (2018)

Ein Informationsflyer je Entdeckerschleife, mit Routenverlauf und Infos zu Sehenswürdigkeiten und Gastronomie

- **Flyer PanoramaRadweg niederbergbahn**, 2. Auflage 20.000 (2018)

Detaillkarte inkl. Höhenprofil mit Angaben zu Gastronomie, Parkplätzen und Zugängen

- **Flyer neanderland MUSEEN UND ERLEBNISRÄUME**. Aktuell in Überarbeitung, zukünftig als digitaler Flyer zum Download

Eine Informationsbroschüre, die einen Überblick über die Museen im neanderland gibt

- **Flyer neanderland ERLEBNISTOUREN**, Auflage 7.000 (2019)

Programm und Termine der aktuellen Erlebnistouren; jährliche Neuauflage erforderlich

Online-Marketing

Die rasante Entwicklung der Digitalisierung erhöht den Anspruch an die Websites und Online-Bereitstellung von Informationen. Der Nutzer und seine Bedürfnisse der Informationsbeschaffung werden zukünftig noch stärker im Mittelpunkt stehen. Um den gesteigerten Qualitätsansprüchen gerecht zu werden, wird 2019 ein **Relaunch der Website neanderland.de** vorbereitet, so dass die Ausschreibung und Umsetzung idealerweise 2020 erfolgen kann. In diesem Zuge ist ebenfalls geplant, ein Kartentool inkl. Tourenplaner zu implementieren.

Außerdem wird die Weiterentwicklung von Online-Marketing-Strategien immer wichtiger und rückt zunehmend in den Fokus des Destinationsmarketingkonzepts neanderland. Vor anderthalb Jahren wurde erstmalig eine individuelle **Suchmaschinen-Kampagne (Search Engine Marketing-Kampagne)** mittels Google Adwords angelegt, um die Sichtbarkeit im Netz und Bekanntheit des neanderlands zu steigern. Die Kampagne war so erfolgreich, dass sowohl eine Suchanzeigen- als auch Display-Werbung in 2018 erneut durchgeführt wurde. Auch für 2019 sind SEM-Kampagnen geplant, unter anderem zur gezielten Bewerbung der neanderland Wanderwoche.

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 in 2018 über 16 Mio. Mal angezeigt und knapp über 120.000 Mal angeklickt. Die Google-Suchanzeigen brachten mehr als 200.000 Impressionen und 13.000 Klicks. Ein weiterer Trend zur vermehrten digitalen Nutzung zeigt sich darin, dass die Mehrheit der Nut-

zer die Anzeigen per Handy oder Tablet, d.h. mit mobilen Endgeräten, wahrgenommen haben.

Zu einem besonders wichtigen Baustein in der Kommunikation des neanderlands ist der Bereich **Social Media** mit den Kanälen Facebook und Twitter geworden. Entsprechend eines Social Media-Redaktionsplans werden Beiträge in Anlehnung an den Presseredaktionsplan vorbereitet. Außerdem werden situationsbedingt spontane Postings erstellt, z.B. bei guter Wetterlage oder besonderen Ereignissen das neanderland betreffend.

Die Endkunden werden zudem über den **neanderland Newsletter** angesprochen, der in einem regelmäßigen Turnus zu Angeboten und Veranstaltungen im neanderland informiert.

Um der Nachfrage von digitalen Informationen im Aktivbereich gerecht zu werden, ist für den Frühsommer 2019 eine Kampagne im Aktivportal *outdooractive.com* geplant. Der Schwerpunkt liegt auf der Präsentation der neanderland STEIG-Etappen und Entdeckerschleifen im Rahmen von Tourenempfehlungen. Ein klarer Vorteil ist die hohe Reichweite von Europas größtem Outdoor-Webportal.

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 neanderland Wanderwoche herausgegeben. Stetig wird der überregionale **Presseverteiler** aktualisiert 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 und redaktionelle Beiträge.

Zu Beginn der Wandersaison sind dieses Jahr in Fachjournalen wie *Kreuz & Quer* Berichte über den neanderland STEIG und die Wanderwoche geplant. Für den Herbst ist ein Advertorial im *Wandermagazin* vorgesehen.

Zur Bewerbung der neanderland Wanderwoche wird zu beliebten Sendezeiten Ende April und Anfang Mai ein **Radiospot** über *Radio Neandertal* ausgestrahlt.

Messen und Veranstaltungen

Das neanderland ist auf den wichtigsten Tourismussmessen 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, Printmaterialzulieferung oder einem Filmbeitrag für den Großbildschirm beteiligen können. Auch die **ITB in Berlin** wird in diesem Jahr wieder mit personeller Unterstützung des Neanderthal Museums bespielt.

Im Zuge des Auf- und Ausbaus der Vermarktung des touristischen Aktivbereichs, neanderland STEIG und PanoramaRadweg niederbergbahn, hat das Sachgebiet damit begonnen zielgruppenspezifische Veranstaltungen zu besuchen. So war das neanderland neben dem bereits etablierten **Radaktiv-Tag in Düsseldorf** auch zweimal sehr erfolgreich auf der **Bergischen Velo in Wuppertal** und dem **Kölner Alpintag in Leverkusen** mit einem eigenen Stand vertreten. Auf Grund der sehr guten Resonanz werden diese Veranstaltungen auch in 2019 wieder besucht.

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, wurden in 2018 folgende **publikumsstarke Veranstaltungen mit touristischer Relevanz** im Kreis Mettmann besucht:

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
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

Auf Grund der positiven Resonanz wird diese Art des **Binnenmarketings** weitergeführt. Für 2019 ist für die folgenden Termine ein personell besetzter **neanderland-Stand** vorgesehen:

Veranstaltung	Stadt	Datum
Frühlingsfest „Velbert blüht auf“	Velbert	Sonntag, 31.03.2019
Frühlingsfest Hilden	Hilden	Sonntag, 05.05.2019
Haaner GartenLust	Haan	Sonntag, 02.06.2019
Schlemmermeile Langenfeld	Langenfeld	Sonntag, 01.09.2019
Tag des offenen Denkmals, Haus Bürgel	Monheim am Rhein	Sonntag, 08.09.2019
Bauernmarkt Ratingen	Ratingen	Sonntag, 29.09.2019

Die Auswahl der Veranstaltungen erfolgte aufgrund einer Auswertung der bereits besuchten Events in Hinblick auf Publikumsaufkommen, Anfragequalität und Personalkapazitäten.

Diese **Binnenveranstaltungen** werden zusätzlich zu den oben bereits aufgeführten Messen besucht werden. Um an den zahlreichen Wochenendterminen, die teilweise auch zeitgleich stattfinden, ausreichend und vor allem auch **qualifiziertes Personal** stellen zu können, wurden Anfang 2018 fünf „geringfügig Beschäftigte“ eingestellt. Im letzten Jahr haben sie das Sachgebiet Tourismus bereits erfolgreich unterstützt.

Bereits das vierte Jahr in Folge koordiniert das Sachgebiet Tourismus zur verstärkten Bewerbung des PanoramaRadwegs niederbergbahn die Vermarktung der Veranstaltung „**Saison-eröffnung PanoramaRadweg niederbergbahn**“. Mit starker Unterstützung der beteiligten Kommunen Heiligenhaus, Velbert, Wülfrath und Haan werden am 14. April entlang der Strecke viele verschiedene Aktionen, rund um Fahrrad, Familie und Genuss angeboten. Mit einem gemeinsamen Pressegespräch am 13. März und Programmplakaten und -flyern zum Download wird im Vorfeld auf den Aktionstag aufmerksam gemacht.

Im diesem Jahr steht außerdem die dritte **neanderland Wanderwoche vom 11.-19. Mai** an. Mit über 45 geführten Wanderungen und der **großen Auftaktveranstaltung am 11. Mai** werden der neanderland STEIG, die Entdeckerschleifen und damit verbunden das neanderland als attraktive Natur- und Aktivregion beworben. Neben der Verteilung von 40.000 Programm-

flyern über einen externen Dienstleister sind als flankierende Maßnahmen für die Wanderwoche u.a. eine Plakatierung an hochfrequentierten Bahnhöfen im Umland sowie in den Zügen der Regiobahn angesetzt.

Neben Broschüren und qualitativen Informationen rund um das neanderland werden auf den Messen und Veranstaltungen auch **Give-aways und Werbemittel** wie neanderland-Baumwolltaschen, Schlüsselbänder und Fahrradklingeln mit Logo 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 S-Bahnhöfen und in den kreisangehörigen Städten über **Beklebung von öffentlichen Verkehrsmitteln** bis hin zu weiträumig angelegten **Flyer-Verteil-Aktionen** reichen, die über das Kreisgebiet hinausgehen.

Veranstaltungen wie z.B. die neanderland Wanderwoche und die Saisonöffnung PanoramaRadweg niederbergbahn bedingen die Außenwahrnehmung positiv. Das schon bei der Saisonöffnung PanoramaRadweg niederbergbahn zum Einsatz kommende **Velotaxi** wird beispielsweise noch bis Ende Oktober für das neanderland auf den Trassen unterwegs sein.

neanderland ERLEBNISTOUREN

Die jährlich stattfindenden und vom Sachgebiet 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. In 2018 fanden 12 Erlebnistouren mit einer guten Auslastung statt. Besonders gelobt wurden die gute Zusammenstellung der Touren, die Führungen durch die Leistungsträger sowie die Reiseleitung. Aufgrund einer personellen Einschränkung in der Konzeptionsphase werden in 2019 neun statt 12 Touren angeboten. Die Fahrten sind seit dem 19. Februar telefonisch und per Email buchbar und erfahren bereits sehr gute Resonanz.

Netzwerktreffen

Auch im Jahr 2018 hat das Sachgebiet Tourismus zusammen mit **der IHK Düsseldorf und dem DEHOGA Nordrhein e.V., ein touristisches 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 in unterschiedlichen Kommunen des Kreises stattfinden. Jedes Netzwerktreffen steht unter einem für den Tourismus relevanten Thema und findet in einer dazu passenden Location statt. Die Veranstaltung in 2018 griff das Trendthema „Online-Marketing“ auf, zu dem ein ausgewählter Referent einen Gastvortrag gehalten hat. Eine moderierte Diskussionsrunde mit Erfahrungsaustausch von drei touristischen Leistungsträgern aus dem neanderland rundete die Veranstaltung ab. Die Planungen für das Netzwerktreffen 2019 stehen im zweiten Quartal an.

Förderprojekte und Kooperationen

Einen weiteren Arbeitsschwerpunkt im Rahmen des Tourismusmarketings nehmen die Förderprojekte ein: Die **Landesweite touristische Innovationswerkstatt** (Projekträger Tourismus NRW e.V.) qualifiziert touristische Angebote und Leistungsträger im neanderland und fördert die Netzwerkarbeit. Einen Abschlussbericht des zum 30. Juni 2019 auslaufenden Förderprojekts wird die Projektreferentin in eine der nächsten Sitzungen des Ausschuss Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus einbringen.

Bei dem kreiseigenen Förderprojekt **TYPISCH neanderland** (vormals: neanderland ORIGINAL), werden Produkte und Dienstleistungen mit regionalem Bezug mit einem Siegel

ausgezeichnet (vgl. Vorlage Nr. 10/18/2017). Das Projekt hat die Erarbeitung und Umsetzung eines einheitlichen Vermarktungs- und Vertriebskonzeptes für regionale Erzeugnisse zum Ziel. Der aktuelle Sachstand ist der Vorlage 10/011/2019 zu entnehmen.

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. Die Radwege werden zukünftig unter dem Slogan „einfach bergisch radeln“ beworben und in einem Webportal vorgestellt. Für 2019 steht die Erarbeitung von Radfahrpauschalen an.

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

Des Weiteren ist das Sachgebiet Tourismus Mitglied beim touristischen Landesverband **Tourismus NRW e.V.** und arbeitet in verschiedenen Bereichen, u.a. in der Marktforschung, im Rahmen von Förderphasen und in Bezug auf die neue Landestourismusstrategie mit dem Verband zusammen.