

Fahrplan

Tourismus Zentrale Saarland

2023

Maßnahmen
und Projekte im
Destinations-
management

Editorial

Liebe Gesellschafter und Partner*innen,

im vergangenen Jahr konnten wir zwar weitgehend die pandemiebedingten Einschränkungen hinter uns lassen, das vergangene Jahr und die Gegenwart sind aber von zahlreichen Krisen geprägt. Nach Einschätzung verschiedener Wissenschaftler und Ökonomen wird diese Phase erstmal anhalten. Das stellt unsere Branche vor große Herausforderungen. Wie können wir diese erfolgreich meistern? Das ist eine Frage, die wir uns alle stellen. Wie können wir resilienter werden? Die Destination Saarland ebenso wie die vielen gastgewerblichen Betriebe und die Kultur- und Freizeiteinrichtungen, die sich auf veränderte Bedingungen einstellen müssen.

Die Tourismus Zentrale Saarland bietet mit dem Tourismuslotsen und in Zusammenarbeit mit dem Dehoga und der IHK eine digitale Plattform, wo viele Informationen, Leitfäden, Checklisten zur Wissensgewinnung der Betriebe und Tourismuspartner*innen rund um die Uhr abgerufen werden können. Die Themen reichen z. B. von aktuellen Hinweisen zu gesellschaftlichen Trends, Zielgruppensegmentierung, Nutzung der Social Media Kanäle, Umsetzung der Nachhaltigkeit bis zu Themen für die Mitarbeitenden.

Zu empfehlen ist auch die Lektüre des aktuellen Sparkassen-Tourismusbarometers. Hier finden sich vertiefende Hinweise zu Zahlen, Daten und Fakten des Tourismus im Saarland und Hinweise für Qualitätssicherung trotz Arbeitskräftemangel.

Der Fachkräftemangel ist auch Thema eines Projektes, das in diesem Frühjahr startet und durch das MWIDE gefördert wird. Ziel ist es, das Image der Berufe des Gastgewerbes und des Tourismus zu stärken und zu steigern. Umgesetzt wird das Projekt unter Einbindung des Dehoga von der TZS. Im Sommer startet der Auftakt mit einer eigenen Webseite und zahlreichen Aktivitäten zur Rekrutierung von Arbeitskräften und der Gewinnung von Azubis.

Ausgehend von einer weiteren Förderung des MWIDE werden ab diesem Jahr kulturelle Leuchttürme als überregionale Reiseanlässe vermarktet, mit dem Ziel das Saarland neben dem Aktiv- und Naturangebot auch als kulturelles Reiseziel zu etablieren. Ab April starten bis in den Herbst zahlreiche vor allem digitale Marketingmaßnahmen. Ein weiterer Schwerpunkt der Kundenansprache wird die Saarland Card sein. Sie stellt ein einzigartiges Angebot dar, dass es so nirgendwo in Deutschland gibt. 70 Übernachtungsbetriebe und 107 touristische Angebote und

der kostenlose ÖPNV im ganzen Land bieten unseren Gästen einen preisgünstigen und erlebnisorientierten Urlaub. Das sind nur einige der vielen weiteren Maßnahmen und Aktivitäten entlang der Handlungsfelder der Tourismuskonzeption Saarland 2025, die im vorliegenden Maßnahmenplan vorgestellt werden.

Alle diese Aktivitäten sowohl von unserer Seite als auch die der Betriebe verbindet das Ziel, das der Tourismus eine der Leitökonomien des Saarlandes zur Bewältigung des Strukturwandels darstellt. Mit einem Bruttoumsatz von 1,4 Milliarden € und einem Beschäftigungsäquivalent von über 30.000 Beschäftigten – dass trotz der Krisen kaum zurückgegangen ist – hat sich der Tourismus als robuste Branche vor allem in der Krise erwiesen. Unter allen Bundesländern stand das Saarland mit dem Jahresergebnis der Übernachtungen an vierter Stelle unter den Bundesländern, was das Referenzjahr 2019 angeht.

Auch in den nächsten Jahren wird das Reiseland Saarland qualitativ und nachhaltig wachsen. Nach wie vor stehen wir hier mit dem TourCert Zertifikat als nachhaltiges Reiseziel an der Spitze aller Bundesländer, seit über 3 Jahren.

Um diese Wettbewerbsposition weiter halten zu können, unternimmt das Saarland strategische Allianzen und Projekte. So wird es erstmals eine Zusammenarbeit auf der europäischen Ebene im Nordwestprogramm der EU geben mit Partnern aus Belgien und den Niederlanden. Eine weitere Maßnahme in diesem Kontext ist die Zusammenarbeit in der Exzellenzinitiative nachhaltige Reiseziele. Hier arbeitet die TZS auf nationaler Ebene mit fortgeschrittenen Regionen in Sachen Nachhaltigkeit zusammen. Es geht darum gemeinsam innovative Projekte anzustoßen und Synergien zu nutzen. Ein weiteres Projekt um die Spitzenposition zu behalten ist die „Entwicklung einer Klimaschutzstrategie für den Saarlandtourismus“ ab der zweiten Jahreshälfte, gefördert vom saarländischen Umweltministerium.

Mit diesem Maßnahmenportfolio fühlen wir uns gut für die Herausforderungen gerüstet. Die Übernachtungszahlen zu Jahresbeginn waren sehr hoffnungsvoll.

Auf ein erfolgreiches 2023!

Birgit Krausgel



Wo bin ich denn hier?

©Weltkulturerbe Völklinger Hütte / Günther Bayer!



SAAR
LAND
CARD

Viel entdecken.
Viel erleben.

Finden Sie es heraus mit der Saarland Card!

Mit der digitalen Saarland Card genießen Sie freien Eintritt zu über 100 Ausflugszielen und freie Fahrt mit Bus und Bahn im Saarland! Wie das funktioniert? Buchen Sie mindestens 2 Übernachtungen bei einem unserer teilnehmenden Gastgeber und Sie bekommen die Saarland Card geschenkt.

Neugierig?

Alle teilnehmenden Gastgeber, Attraktionen und Informationen rund um die Saarland Card finden Sie unter www.card.saarland





Inhalt

1. Tourismus Zentrale Saarland	6 – 7
1.1 Unser Auftrag	6
1.2 Das Team	7
1.3 Unser Leitbild	7

2. Rahmenbedingungen	8 – 11
2.1 Tourismuskonzeption 2025	8
2.2 Zielgruppen, Themen, Quellmärkte	10

3. Handlungsfelder für den Saarland-Tourismus	12 – 42
3.1 Marken- und Kommunikationsstrategie	12
3.1.1 Das Land der grenzenlosen Erlebnisse	12
3.1.2 Big Idea	13
3.1.3 Digitales Marketing	14
3.1.4 Medienkooperationen, Cross-Media, Out-of-Home	23
3.1.5 Messen und Veranstaltungen	25
3.1.6 Printprodukte	27
3.1.7 Saarland Card	30
3.1.8 Kommunikation	31
3.1.9 Veranstalterkooperationen und Vertrieb	32
3.2 Tourismusbewusstsein	33
3.3 KMU-Netzwerk	34
3.3.1 Tourismuslotse Saarland	34
3.3.2 Genuss Region Saarland	34
3.4 Aufwertung der Ortsbilder	35
3.5 Inwertsetzung Kultureller Leuchtturmstandorte	36
3.6 Ausbau der naturtouristischen Infrastruktur	37
3.7 Qualitätssicherung und -ausbau im Aktivtourismus	38
3.8 Ausbau barrierefreier Tourismus	41

4. Querschnittsaufgaben für den Saarland-Tourismus	43 – 46
4.1 Nachhaltiger Tourismus	43
4.2 Qualität	45

5. Umsetzungsmanagement	47
--------------------------------	-----------

1. Tourismus Zentrale Saarland

1.1 Unser Auftrag

Die Landesmarketingorganisation Tourismus Zentrale Saarland GmbH (TZS) wurde 1997 mit dem Saarland als Hauptgesellschafter gegründet. Zu den weiteren Gesellschaftern gehören der Regionalverband Saarbrücken, die Landkreise des Saarlandes, das Congress-Centrum Saar GmbH, die IHK Saarland, der ADAC Saarland e.V. und die Flug-Hafen-Saarland GmbH. Der Aufsichtsrat besteht aus 11 Mitgliedern. Als weiteres Gremium wurde ein Regionalausschuss, der sich aus den touristischen Vertreter*innen der Gesellschaftern rekrutiert, gebildet. Viermal im Jahr treffen sich die regionalen Touristiker*innen und Beteiligten, um sich über anstehende Projekte und Themen auszutauschen. Darüber hinaus findet ein weiterer Dialog in den fachlichen Projektkreisen statt.

Die originären Aufgaben der TZS sind im Gesellschaftervertrag definiert:

- Steigerung des Bekanntheitsgrades und Herausstellung der Vorzüge des Saarlandes als attraktives Reiseziel,
- Förderung des Tourismus, touristischer Produkte und Dienstleistungen für das Saarland,
- Gestaltung von Rahmenbedingungen und Koordination touristischer Produkte und Dienstleistungen,
- Pressearbeit und Kommunikation,
- Vernetzung und Bündelung von Kräften aller im Tourismus Tätigen (Synergienbildung),
- Vertrieb von Reiseangeboten für Individual- und Gruppengäste,
- Verkauf von eigenen Pauschalreisen und Angeboten.

Diese klassischen Aufgaben einer Landesmarketingorganisation werden zunehmend durch sich ändernde Rahmenbedingungen transformiert. Dazu gehört die Digitalisierung, die immense Auswirkungen auf Marketing und Vertrieb hat, aber auch rechtliche und wirtschaftliche Entwicklungen beeinflussen die Arbeit. Die TZS als Kompetenzzentrum für den saarländischen Tourismus berät Institutionen und Organisationen im Hinblick auf Professionalisierung und Qualitätssicherung, erarbeitet Konzepte, fördert Innovationen und vernetzt touristische Beteiligte. Das reine Landesmarketing ist um eine Vielzahl von Aufgaben angewachsen, die TZS ist zu einer Destinationsmanagementorganisation geworden, die den Saarland-Tourismus strategisch und zielgerichtet vorantreibt.

Die Kompetenz der TZS wird sowohl regional als auch in bundesweiten Gremien geschätzt. So ist die Geschäftsführerin Vorsitzende des Vergaberates für das Partnerbetriebsprojekt in der Biosphäre Bliesgau und auch im grenzüberschreitenden Nationalpark Huns-

rück-Hochwald, Mitglied des MAB Nationalkomitees und in den Beiräten der Biosphäre Bliesgau und des Museumsverbands Saar. Des Weiteren besteht eine Mitgliedschaft bei dem Deutsche Mittelgebirge e.V.

Auf Bundesebene sind die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) und der Deutsche Tourismusverband (DTV) wichtige Partner. Hier ist die Geschäftsführerin im Vorstand des DTV und in der Arbeitsgruppe „Zukunftsentwicklung“ vertreten. Die Tourismus Zentrale Saarland war an der Entwicklung der „Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele“ als Projektpartner beteiligt und gehört zu den Gründungsmitgliedern. Die Initiative bündelt die Kompetenzen und Fähigkeiten im Bereich Nachhaltigkeit und entwickelt gemeinsam innovative Lösungsstrategien, um nachhaltigen Tourismus gemeinsam mit starken Partner*innen und Kollegen aus ganz Deutschland voranzutreiben. Darüber hinaus dient das Netzwerk der kontinuierlichen Erweiterung unseres Know-Hows sowie dem gezielten Kompetenzaufbaus der Partner*innen durch Etablierung eines Wissenspools, Organisation von und Teilnahme an Trainings sowie Netzwerkveranstaltungen.

Nach zwei erfolgreichen großregionalen Projekten beantragt die TZS erneut im Kooperationsprogramm von Interreg VI-A Großregion ein Projekt. Gemeinsam mit Partnern aus Rheinland-Pfalz, Luxemburg, Ostbelgien, der Wallonie und Grand Est wird das Thema „Transformation im Tourismus“ in allen Facetten angegangen. Sollte dem Projekt seitens der Behörde ein GO bescheinigt werden, erfolgt der Projektstart zum 01.03.2024 für eine Dauer von 5 Jahren.

1.2 Das Team

Geschäftsführung

Birgit Grauvogel
Tel.: 0681/927 20-12
grauvogel@tz-s.de

Arnold Künzer

Verwaltung & Finanzen

Angela Beining
Tel.: 0681/927 20-13
beining@tz-s.de

Buchhaltung

Ulrike Fischer
Tel.: 0681/927 20-36
fischer@tz-s.de

Marketing, Vertrieb & Marktforschung

Miriam Dubois
Tel.: 0681/927 20-44
dubois@tz-s.de

Kampagnen-Management

Annika Meyer
Tel.: 0681/927 20-26
meyer@tz-s.de

Management internationale Märkte und Messen

Joanna Czynny
Tel.: 0681/927 20-27
czynny@tz-s.de

Digital-Management

Kevin Ehm
Tel.: 0681/927 20-37
ehm@tz-s.de

Content- und Marken-Management

Anna Palz
Tel.: 0681/927 20-32
palz@tz-s.de

Content-Management

Isabelle Koch
Tel.: 0681/927 20-15
koch@tz-s.de

Account- und Sales-Management

Stephanie Kaiser
Tel.: 0681/927 20-17
kaiser@tz-s.de

Buchungsservice

Stojanka Lennartz
Tel.: 0681/927 20-18
lennartz@tz-s.de

Buchungsservice Individual

Michelle Braun
Tel.: 0681/927 20-22
braun@tz-s.de

Presse & Kommunikation

Susanne Renk
Tel.: 0681/927 20-16
renk@tz-s.de

Erik Hoffmann
Tel.: 0681/927 20-28
hoffmann@tz-s.de

Sabine Caspar
Tel.: 0681/927 20-11
caspar@tz-s.de

Umsetzungsmanagement

Teresa Thome
Tel.: 0681/92720-42
thome@tz-s.de

Projekt- und Themenmanagement

Aktivtourismus, Motorrad-, Reise-mobil- und Campingtourismus

Klaus Wallach
Tel.: 0681/927 20-23
wallach@tz-s.de

Tourismus-Qualitätssicherung Saarland

Frank Polotzek
Tel.: 0681/927 20-34
polotzek@tz-s.de

Städte- und Kulturtourismus, Saarland Card

Melanie Hertgen
Tel.: 0681/927 20-43
hertgen@tz-s.de

Saarland Card

Lars-Hendrik Baus
Tel.: 0681 / 927 20-39
baus@tz-s.de

Naturtourismus, Nachhaltigkeit, Genuss Region Saarland

Sabrina Deutsch
Tel.: 0681/927 20-24
deutsch@tz-s.de

Qualitätsmanagement

Christina Moon
Tel.: 0681 / 927 20-31
moon@tz-s.de

Barrierefreier Tourismus & Netzwerk Hören

Carola Heimann
Tel.: 0681/927 20-30
heimann@tz-s.de

1.3 Unser Leitbild

- Wir sind Botschafter*innen, Ideengebende und Dienstleistende für den Tourismus im Saarland.
 - Wir arbeiten professionell, menschlich, lebendig und mit Spaß.
 - Unsere Verantwortung ist die Gestaltung des Strukturwandels im Saarland und in der Großregion.
 - Unsere Vision: Das Saarland als Vorreiter für den nachhaltigen Tourismus.
- (Das detaillierte Leitbild mit unseren Leitlinien finden Sie unter www.urlaub.saarland/Das-sind-wir).

2. Rahmenbedingungen

2.1 Tourismuskonzeption 2025

Mit der Tourismuskonzeption 2025 wird die Leitidee „Wir schaffen Werte mit Qualität und Wachstum“ verfolgt; ein Ansatz, der nicht nur die reinen Wachstumszahlen im Blick hat, sondern auch auf eine nachhaltige Tourismusentwicklung abzielt.

Vision und Ziele

Saarland-Tourismus 2025

- Wir schaffen Werte mit Wachstum und Qualität
- Ein starker Wirtschaftsfaktor für einen erfolgreichen Strukturwandel im Saarland

Foto: © Marcus Gloger



Die Prämissen für die zukünftige Tourismusedwicklung im Saarland sind:

- **Nachhaltigkeit** – sowohl im Hinblick auf die ökonomische als auch die ökologische und soziale Nachhaltigkeit
- **Erhöhung der Wertschöpfung je Gast** – statt auf reines Übernachtungswachstum zu setzen, strebt das Saarland eine Erhöhung der Ausgaben und Umsätze pro Gast an
- **Saisonverlängerung** – um die wirtschaftliche Situation vieler Betriebe zu verbessern und auf ganzjährig sichere Beine zu stellen
- **Beitrag zur Lebens- und Standortqualität** – Erhöhung der Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung sowie die daraus resultierende Standortqualität für Unternehmen



Quelle: dwif 2015, Berechnung und Fortschreibung auf Grundlage verschiedener Datenquellen

Handlungsfelder

Um die gesetzten Ziele in den nächsten Jahren zu erreichen, wurden zehn zentrale Handlungsfelder benannt. Die fünf übergeordneten Handlungsfelder zeigen auf, welche touristischen Rahmenbedingungen verbessert werden müssen. Im Anschluss daran werden Aufgabenschwerpunkte und Strategien für die (Weiter-)Entwicklung spezifischer Themensegmente aufgeführt. Als ein Ergebnis der in 2021 erfolgten Zwischenevaluation zum Umsetzungsstand der Tourismuskonzeption wurde das Handlungsfeld 10 „Ausschöpfen der Potenziale im Medizintourismus“ dem Handlungsfeld „Barrierefreiheit im Tourismus“ untergeordnet.

Handlungsfelder für den Saarland-Tourismus 2025 im Überblick

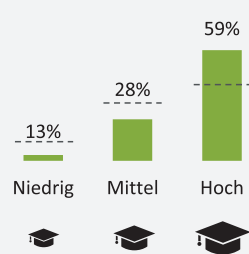
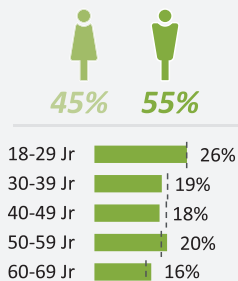
Übergeordnete Handlungsfelder		Themenspezifische Handlungsfelder	
1	Tourismusbewusstsein	6	Inwertsetzung kultureller Leuchtturmstandorte
2	KMU-Netzwerk	7	Ausbau der naturtouristischen Infrastruktur
3	Professionelles Ansiedlungsmanagement	8	Qualitätssicherung im Aktivtourismus
4	Attraktive Ortsbilder	9	Professionalisierung MICE
5	Marken- und Kommunikationsstrategie	10	Barrierefreiheit im Tourismus

Quelle: dwif 2015

2.2 Zielgruppen, Themen und Quellmärkte

Mit der Marken- und Kommunikationsstrategie adressiert die TZS die Zielgruppen Explorers, Nature-Loving-Actives und Short-Breaker. Diese sind auf Basis von Werte- und Verhaltensorientierung im Auftrag vom Projektbüro „Digitales Tourismusmarketing für die Großregion“ (Interreg V-A) vom SINUS-Institut Heidelberg im Jahr 2018/19 erstellt worden.

Explorer



HH-Nettoeinkommen/Monat:
 Ø **2.935 Euro**
 (Gesamt ø: 2.812 Euro)

Beliebte Reisearten

- Kulturreise
- Erlebnis-/Abenteuerurlaub
- Rundreise
- Städtrip / Städtereise
- Kulinarikreise

Reisen

- Explorers sind auf der Suche nach neuen Eindrücken, fremden Ländern und Kulturen, dabei lassen sie sich auch von Sprachbarrieren nicht aufhalten.
- Ziel ist ein Urlaub, der authentisches Erleben der regionalen Besonderheiten bietet und sich dadurch vom Mainstream abhebt
- Abstand nehmen sie von reinem Erholungsurlaub und gleichbleibenden Reisezielen
- Explorers reisen meistens alleine oder mit Freunden

Digital

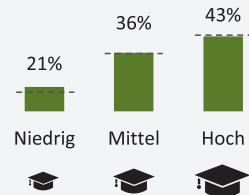
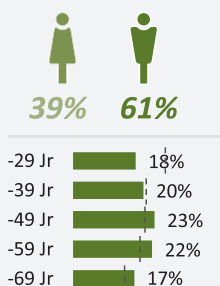
- Internet-Intensivnutzer, sehen sich selbst als erfahrene Nutzer, nutzen alle Bereiche (Information, Kommunikation, Unterhaltung)
- Reisen werden online geplant und individuell zusammengestellt, auch die Buchung erfolgt überwiegend online
- Reiseapps aus allen Kategorien werden häufig genutzt, allerdings wird versucht das Internet während einer Reise weniger zu nutzen
- Etablierte digitale Angebote werden in Anspruch genommen, Explorers sind aber keine „First Mover“

Channel-Affinitäten und Touchpoints

- Social Media, z.B. Facebook, YouTube, Instagram, WhatsApp, Telegram
- Streaming-Plattformen
- Zeitschriften, z.B. Nachrichtenmagazine, Reisemagazine, Lifestyle- und Stadt-Magazine
- Öffentlich-rechtlicher Rundfunk (TV & Radio)
- Szene-Locations, Bars, Restaurants
- Kulturelle Veranstaltungen
- Musikevents, Konzerte, Festivals
- Öffentlicher Nah- und Fernverkehr

Quelle: ©SINUS-Institut 2018/19

Nature-Loving-Actives



HH-Nettoeinkommen/Monat:
 Ø **2.814 Euro**
 (Gesamt ø: 2.812 Euro)

Beliebte Reisearten

- Aktiv-/Fitness-/Sporturlaub
- Urlaub in den Bergen
- Natur-Urlaub
- Winterreise
- Camping

Reisen

- Nature-loving Actives wollen im Urlaub Zeit in der Natur verbringen, (gewohnt) Sport ausüben und dabei etwas für ihre Gesundheit tun
- Reiseziele sollten große Waldgebiete oder Berge zu bieten haben
- Auch im Winterurlaub wird Wert auf Bewegung gelegt
- Sie verbringen ihren Urlaub gerne in der näheren Umgebung und bevorzugen es, wenn sie die Landessprache verstehen können

Digital

- Internet-Nutzung im Vergleich am geringsten, Online-Kompetenz wird eher gering eingeschätzt, Internet spielt keine wichtige Rolle
- Die individuell geplanten und zusammengestellten Reisen werden häufig direkt bei einem Online- oder Offline-Anbieter gebucht.
- Reiseapp-Nutzung durchschnittlich, Bewertungen im Internet nicht sehr wichtig
- Digitale Angebote sind oft bekannt, werden teilweise genutzt, weder Befürworter noch Ablehner

Channel-Affinitäten und Touchpoints

- Lokale Tageszeitungen, Anzeigenblätter
- Programmzeitschriften, Frauenmagazine, Naturmagazine
- Tourenportale (online)
- Reiseführer
- Sport-/Outdoor-Läden
- Lokale Veranstaltungen
- Supermarkt, Baumarkt

Quelle: ©SINUS-Institut 2018/19

Short-Breakers

53% 47%

18-29 Jr	17%
30-39 Jr	15%
40-49 Jr	21%
50-59 Jr	24%
60-69 Jr	23%

22%	41%	37%
Niedrig	Mittel	Hoch

HH-Nettoeinkommen/Monat:
Ø 2.685 Euro
 (Gesamt ø: 2.812 Euro)

Beliebte Reisearten

- Eventreise
- Städtetrip/Städtereise
- Kulinarikreise
- Erholungsurlaub
- Camping

Reisen

- Short-Breakers unternehmen lieber kurze Reisen, wie z. B. Tages- oder Kurzreisen, diese werden als kurze Flucht aus dem Alltag wahrgenommen
- (Aktiv-)Ausflüge in die Natur sind dabei ebenso beliebt wie Shopping-Trips oder Stadtbesichtigungen
- Ihre Reisen gehen gerne auch in die nähere Umgebung
- Weniger wichtig ist die Exklusivität und die weite Entfernung des Reiseziels
- Auch die Suche nach neuen Erfahrungen spielen keine große Rolle

Digital

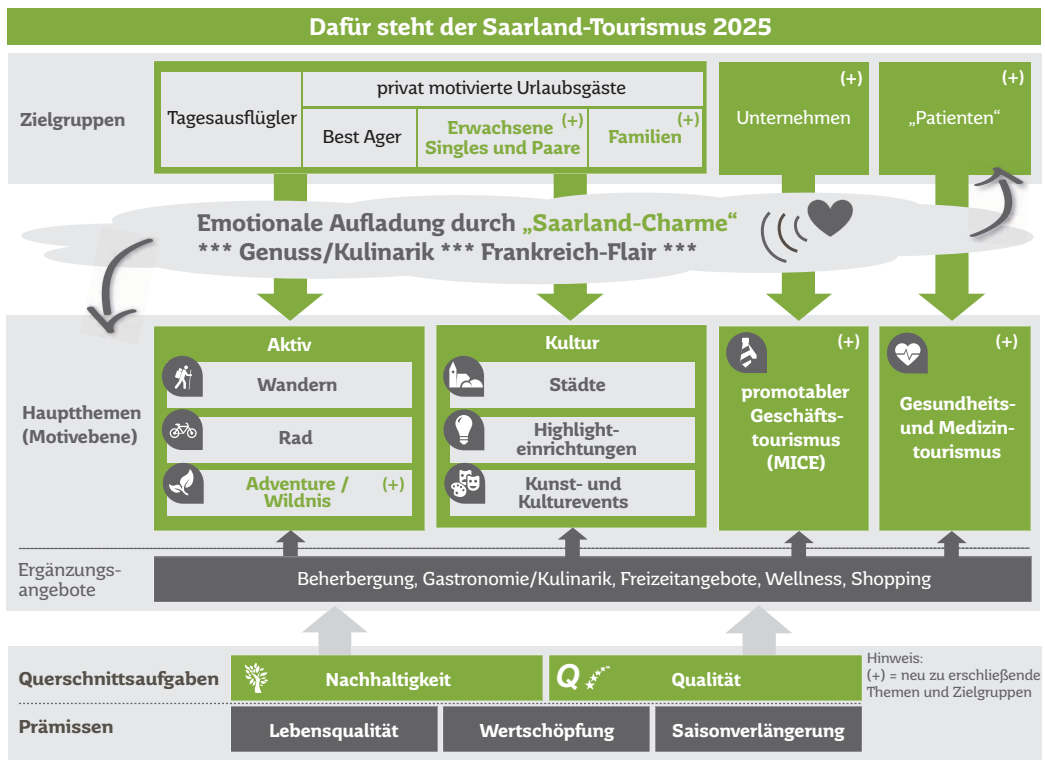
- Regelmäßige, aber nicht besonders intensive Internet-Nutzung, ihre Online-Kompetenz schätzen sie mittelmäßig ein, Internet spielt keine sehr wichtige Rolle
- Nutzung von Online-Angeboten liegt meist im Durchschnitt, soziale Netzwerke sind unterrepräsentiert
- Reisen buchen sie überdurchschnittlich oft offline, allerdings auch hier mittlerweile meistens eine Offline-Online-Mischung
- Große Skepsis gegenüber neuen digitalen Angeboten

Channel-Affinitäten und Touchpoints

- Lokale Tageszeitungen
- Illustrierte, Apothekenzeitschriften, Programmzeitschriften
- Werbeeinlagen
- Öffentlich-rechtlicher Rundfunk
- Reiseveranstalter
- Lokale Vereine
- Lokale Veranstaltungen

Quelle: ©SINUS-Institut 2018/19

Die Themenausrichtung steht ganz im Zeichen der formulierten Leitidee der Tourismuskonzeption. Zum einen werden die bereits erschlossenen Segmente weiterhin im Fokus stehen, zum anderen werden neue, wertschöpfungsintensive und saisonverlängernde Segmente bearbeitet sowie eine zusätzliche Klientel angesprochen.



Die Hauptquellmärkte im Inland sind im Tagestourismus das Saarland selbst und Rheinland-Pfalz. Im Übernachtungstourismus kommen schwerpunktmäßig Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg und Hessen hinzu. Im Ausland konzentriert sich die TZS auf die Top-Quellmärkte Niederlande, Belgien und Frankreich. Die Marketingaktivitäten in der Schweiz werden in den kommenden Jahren weiter ausgebaut.

3. Handlungsfelder für den Saarland Tourismus

3.1 Marken- und Kommunikationsstrategie

Ziel der Marken- und Kommunikationsstrategie ist die deutliche Steigerung des Bekanntheitsgrades und der Sympathie des Reiseziels Saarland. Eine zentrale Rolle spielt dabei die wertorientierte Gästeansprache der drei Zielgruppen Explorer, Nature-Loving-Actives und Short-Breakers (siehe 2.2)

3.1.1 Das Land der grenzenlosen Erlebnisse

Im Saarland wird Wert auf das gelegt, was wirklich zählt: das Leben genießen. Und genau das stellen wir ins Zentrum – eine Savoir-Vivre-Haltung, die wir mit unseren Highlights mit Leichtigkeit unterstreichen. So laden wir Gäste nicht einfach ins Saarland ein, sondern fordern sie auf das Leben bei uns grenzenlos zu genießen. Sei es beim Schlemmen, Wandern, Radfahren oder beim Bestaunen von kulturellen Highlights.

In 2023 werden unter dem Dach „Saarland – das Land der grenzenlosen Erlebnisse“ reichweitenstarke Marketingkampagnen zu den Themen Wandern, Radfahren, Kulturgenuss und Familie lanciert.



Der Kampagnen-Claim

Als übergeordneter Kampagnen-Claim fungiert „Das Land der grenzenlosen Erlebnisse“. Um die verschiedenen Themen in Szene zu setzen, ist dieser deklinierbar.

- Saarland. Das Land des grenzenlosen Radfahrens.
- Saarland. Das Land des grenzenlosen Kulturgenuss.
- Saarland. Das Land der grenzenlosen Wanderns.
- Saarland. Das Land des grenzenlosen Abenteuers.

Die Maßnahmen

Der Fokus liegt auf einer digitalen Mediastrategie mit Maßnahmen im Bereich, Native Ads, Google SEA, Social Advertising und Content-Creator-Kooperationen im Bereich Social Media. Darüber hinaus wird es aber auch Anzeigen und Medienkooperationen im Printbereich geben.

Die Kampagnensujets

Die Kampagnensujets zeigen die Highlights von Erlebnissen im Saarland. Sie zeigen Emotionen durch epische Landschaften, verspielte Details oder Menschen. Grüntöne stehen dabei stets im Vordergrund. Die Headline folgt dabei einem klaren Duktus und beschreibt immer ein „grenzenloses Erlebnis“. Die Headlines sind kurz, aktivierend und immer gleich aufgebaut: „Aufforderung“ + „grenzenlos“ + „Erlebnis“. Der Call-to-Action wird immer im Hängeetikett platziert.

Erlebe grenzenlosen Kulturgenuss

UNESCO Weltkulturerbe
Völklinger Hütte
Musikfestspiele Saar
Festival Perspectives
www.kulturgenuss.saarland



Entdecke grenzenlose Schönheit

Jetzt Reise
buchen und
Saarschleife
besuchen:
www.urlaub.saarland



Entdecke grenzenlose Radtouren

Jetzt Reise
buchen und
Radtour
genießen:
www.urlaub.saarland



Foto: ©Günther Bayert

3.1.2 Big Idea

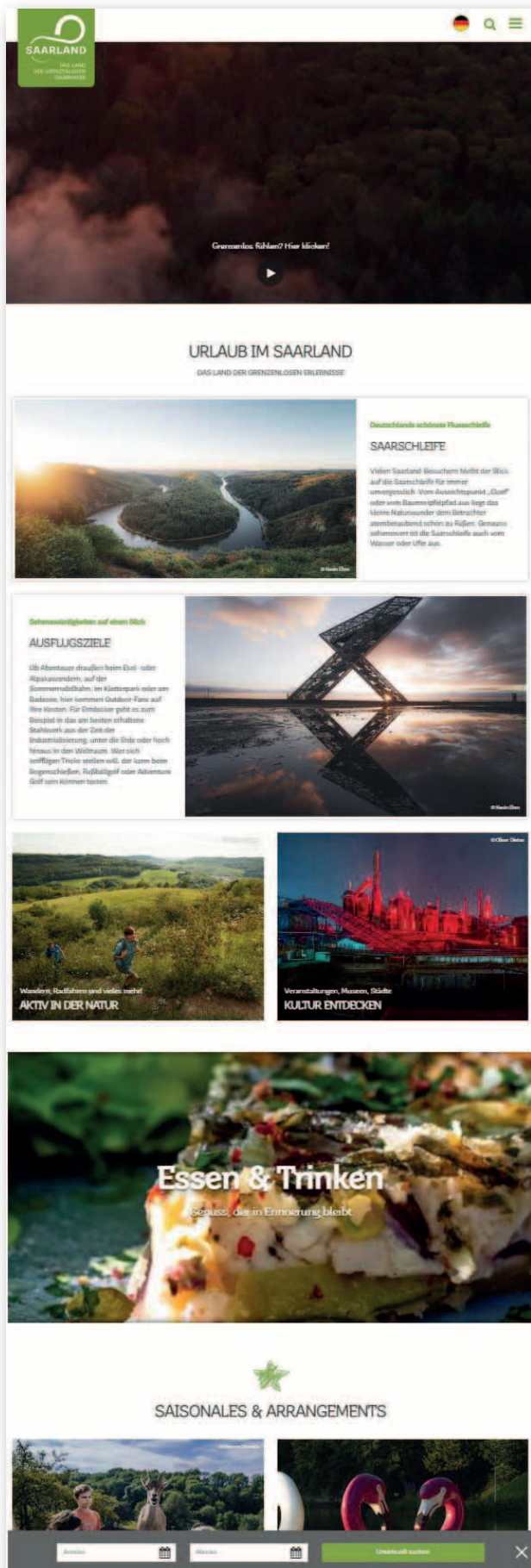
Neben Marketingkampagnen wird es eine kreative und innovative Big Idea geben. Die Strahlkraft der Idee ist national und bringt das Saarland in die Köpfe der Menschen, wenn es um die Buchung des nächsten Kurzurlaubs geht. Das Saarland als Kurzurlaubsziel soll dadurch zum «Stadtgespräch» werden und die Wahrnehmung des Saarlandes als Reiseziel positiv verändern.

Der geplante Start für die Big Idea ist der Frühling 2023.

Ansprechpartnerin: Miriam Dubois, Tel.: 0681/927 20-44, dubois@tz-s.de

3.1.3 Digitales Marketing

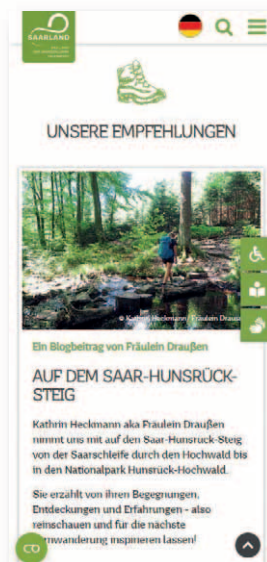
www.urlaub.saarland



Die inspirierende und kommunikationsstarke Website steht im Einklang mit den aktuellen technischen und nachfrageseitigen Anforderungen und Trends. Ein besonderer Fokus liegt auf einer durchgehend hohen Usability und einem intuitiven Bedienkonzept. Die Website ist durch eine neue Navigation klar in vier Hauptrubriken (Was uns gefällt, Aktivitäten & Erlebnisse, Planen & Buchen, Service & Kontakt) aufgebaut, einfach strukturiert und leicht zu bedienen.

Das Erscheinungsbild der Website hat einen sehr inspirativen Charakter. Im Vordergrund stehen großflächige Bilder, Videos und Geschichten. Einen „Da will ich hin-Effekt“ soll die Rubrik „Was uns gefällt“ hervorrufen. Hier erscheinen Blogbeiträge, Listen mit (Geheim-) Tipps und Videos, die das Saarland aus einer sehr persönlichen und authentischen Perspektive als facettenreiche Destination zeigen.

Neben dem inspirativen Charakter liegt ein weiterer Fokus darauf, dem Gast gezielte und aktuelle Informationen zur Verfügung zu stellen, wie zum Beispiel Live-Öffnungszeiten von Points of Interests (POIs) oder Karten mit Tourenverläufen, Höhenprofilen, Bildergalerien, Wegbeschreibungen. Durch das responsive Design ist die Website für alle Endgeräte (PC, Smartphone, Tablet) optimiert. Sie trägt dem „Mobile First“-Ansatz Rechnung, der die Bedürfnisse der mobilen Nutzenden in den Vordergrund stellt. Für einzelne Themen und Zielgruppen werden Microsites für ein gezieltes Marketing ausgespielt, das sind beispielsweise www.wandern.saarland, www.radfahren.saarland, www.genuss.saarland, www.natururlaub.saarland.



Um die Sichtbarkeit im Internet zu verbessern, wird sehr viel Wert auf Suchmaschinenoptimierung in Verbindung mit hochwertigem Content gelegt. Wichtig ist hier auch die technische Weiterentwicklung des Hintergrundsystems der Website. Durch die Nutzung der intuitiven Datenplattform „mein.toubiz“ wird die Pflege der Daten übersichtlicher und einfacher. Für die ausländischen Gäste steht die Website in den Fremdsprachen französisch, niederländisch und englisch zur Verfügung. Um die Auffindbarkeit in den ausländischen Suchmaschinen zu gewährleisten, werden die Sprachversionen der Website in der jeweiligen Landesdomain gehostet.

www.visiter-la-sarre.fr

www.toerisme-saarland.nl

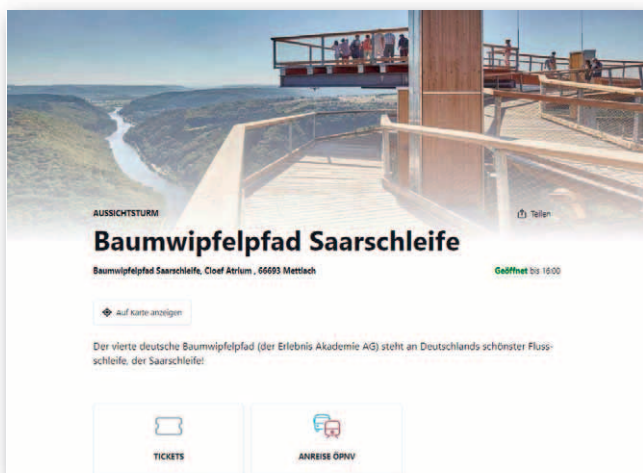
www.visitsaarland.co.uk

Die Inhalte der fremdsprachigen Seiten sind auf die landesspezifischen Urlaubsgewohnheiten und Freizeitaktivitäten der Gäste abgestimmt.

Barrierefreies.saarland

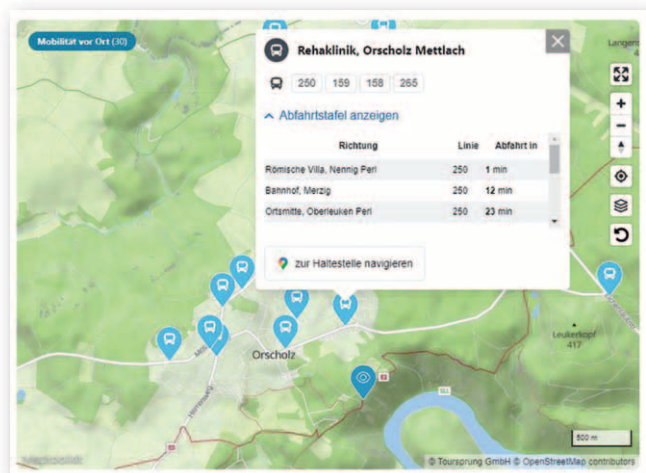
Als wichtige Ergänzung zur Homepage urlaub.saarland finden Menschen mit Behinderung und Komfortliebende unter barrierefreies.saarland besondere Angebote und Informationen für barrierefreie Reisen. Das deutschlandweite Kennzeichnungssystem dient dabei als Wegweiser für das barrierefreie Angebot. Der Gast findet auf den Seiten auf Barrierefreiheit geprüfte und zertifizierte Freizeit- und Übernachtungsangebote und kann damit seinen Aufenthalt im Vorfeld planen. Die Seite bietet darüber hinaus Ideen zur weiteren Freizeitgestaltung und Informationen zu Mobilität.

mein.toubiz



POIs (=Points of Interest), Veranstaltungen, Gastronomiebetriebe, Direktvermarkter und Orte aus dem gesamten Saarland werden strukturiert und maschinenlesbar in der zentralen Datenbank „mein.toubiz“ erfasst und gepflegt. Mein.toubiz wird durch regelmäßige Updates verbessert und erweitert. So wurde das Datenmanagementsystem bereits an die Mobilitätsdatenbank des Landes Baden-Württemberg angeschlossen, wodurch alle POIs und Touren im DACH-Raum ohne weiteren Pflegeaufwand mit Bus- und Bahnfahrplänen verknüpft wurden.

Um den steigenden Pflegeansprüchen gerecht zu werden sollen alle Landkreise, Kommunen und einzelne Leistungsträger*innen in die Pflege der Daten aktiv mit einbezogen werden. Das geschieht über einen Editor-Zugriff auf mein.toubiz. Darüber hinaus können Partner*innen auch eigene Lizenzen erwerben und die Daten in Form von Listen auf der eigenen Website als Widget integrieren.

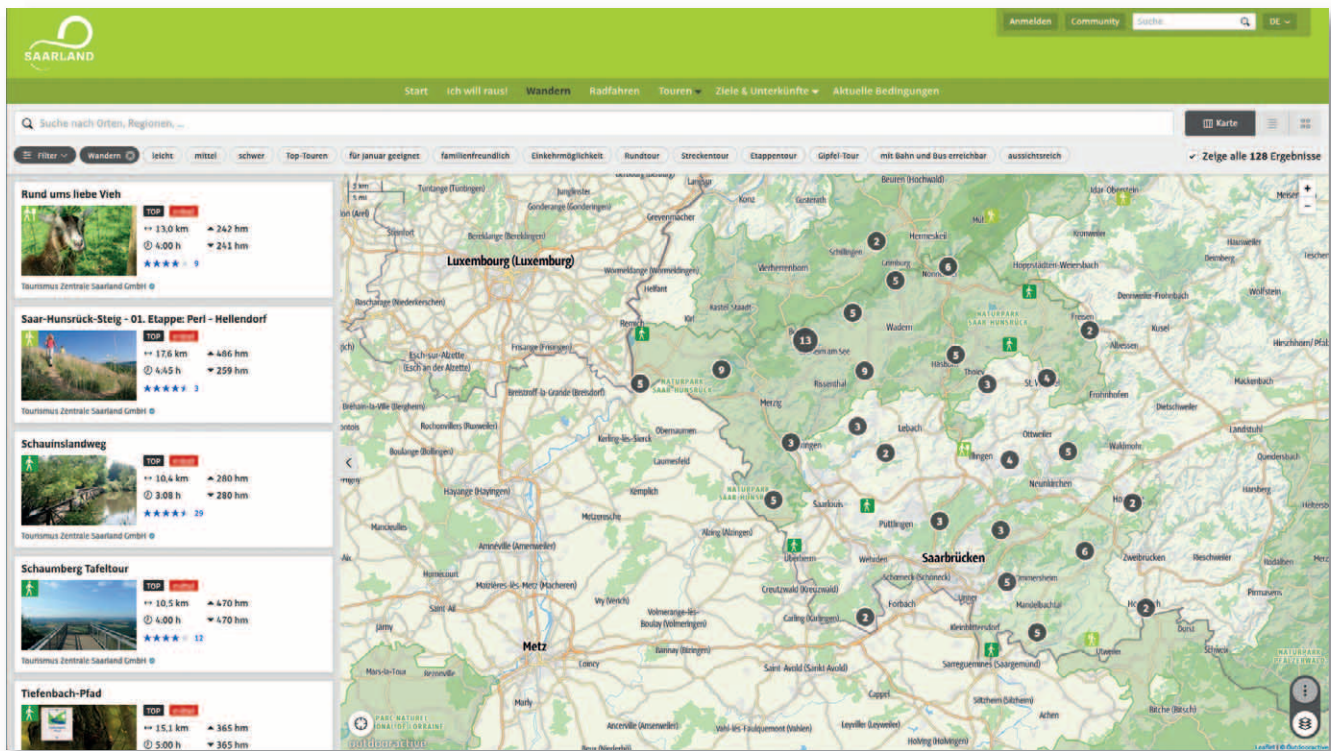


Schnittstelle zum Knowledge Graphen der DZT

Zusammen mit der Deutschen Zentrale für Tourismus, den Bundesländern sowie Hochschulen und Regionen aus Österreich und der Schweiz wird in einem Projekt-kreis an dem Knowledge Graph gearbeitet. Es handelt sich dabei um eine zentrale Datenbank touristischer Daten für den deutschsprachigen Raum. Ziel ist es, touristische Daten standardisiert und maschinenlesbar an einem zentralen Ort zu speichern und diese Daten national und international zu vermarkten.

Die Daten aus dem Saarland werden durch eine Schnittstelle zur mein.toubiz Datenbank bereits in den Knowledge Graphen eingespeist. Im Laufe des Jahres 2023 ist der Live-Gang geplant.

Vollintegriertes Tourenportal



Ein unverzichtbares Element einer jeden touristischen Website ist das Kartenportal. Auf der Website wird das Produkt „Destination Pro+“ des Anbieters „Outdoor-active“ verwendet. Die Einbindung erfolgt vollintegriert, was die Bedienbarkeit für den Nutzenden vereinfacht und eine harmonische Darstellung auf der Website gewährleistet. Eingepflegt sind Wanderwege, Radrouten und Motorradtouren mit Tourenverlauf, Höhenprofil, Bildergalerie, 3D-Flug, Wegbeschreibungen, Auswahllisten sowie Informationen zu Sehenswertem entlang der Strecke. Ein Tourenplaner unterstützt den Gast bei seiner individuellen Reiseplanung. Für unterwegs kann die Karte ausgedruckt oder die Tourdaten als GPS-

Tracks heruntergeladen werden. Die Integration des Kartensystems ermöglicht darüber hinaus Features, wie Content-Relationen (logische Verknüpfung von verwandten Informationen) und eine Community-Anbindung. Neue Module wie „Challenges“ (Wettbewerbe mit Gewinnspiel-Charakter), Digitales Wegemanagement und verbesserte Analysemöglichkeiten erweitern die Möglichkeiten des Systems. Das Kartenportal ermöglicht eine attraktive und umfangreiche Einbindung aller Touren in die Website urlaub.saarland und gibt dem nachfragerelevanten Touren-Content einen ansprechenden Rahmen.

Reisenewsletter Saarland

Der Reisenewsletter wird in regelmäßigen Abständen mehrmals im Jahr an fast 7.000 interessierte Lesende per E-Mail versendet. Der Newsletter erscheint zu bestimmten, jahreszeitlich passenden Themen (z. B. Wandern im Herbst, Weihnachten etc.) mit themenspezifischen Neuigkeiten, Veranstaltungstipps, buchbaren Angeboten und einem Gewinnspiel. Neu dazu gekommen ist die Rubrik „3 Fragen an...“, in der wir einen besonderen Interviewpartner haben und die Lesenden

erraten dürfen, um wen oder was es sich handelt sowie ein Rezept aus der Genuss Region Saarland.



Zudem werden niederländische und französische Gäste mit eigenen fremdsprachigen Newslettern angesprochen. Die Inhalte werden auf die jeweiligen landesspezifischen Interessen der Gäste abgestimmt.



Saarland Touren-App

Die Saarland Touren-App hat sich als Medium für die Tourenplanung etabliert. Bisher wurde die App weit über 150.000 mal installiert. Herzstück der App sind stufenlos zoombaren topografischen Karten im Maßstab 1:25.000 und der Zugriff auf die umfangreiche Touren-Datenbank, die insbesondere für Wandernde und Radfahrende Inhalte für Outdoor-Aktivitäten bietet. Die App bietet für alle Phasen des Aufenthalts entsprechende Funktionen an. Von der Inspiration über die konkrete Planung, den Aufenthalt vor Ort oder für die Zeit danach (z.B. Bewertungen, Empfehlungen).

Im Jahresverlauf werden flexibel unterschiedliche Inhalte ausgespielt (z.B. saisonale Empfehlungen, Tipps für besondere Aktivitäten und Termine). Neue Funktionen für die User wie z. B. die Challenges (Wettbewerbe mit Gewinnspielmöglichkeit) und ein Tool für das Wegemanagement sind mit einem Versionsupdate hinzugekommen.



Der Funktionsumfang hat sich mit der neuen Version erweitert. Auf Basis hinterlegter Karteninformationen (Wegenetze) kann man jetzt eigene Touren anlegen und speichern oder die selbst gegangene oder gefahrene Strecke aufzeichnen, um daraus eigene Tourenvorschläge zu generieren. Eine Sprachnavigation kann optional zugeschaltet werden.

Die bisherige Wegezustandsmeldung („Mängeldetektiv“) wird durch die Möglichkeit ersetzt, jederzeit seine Standortdaten mit einer präzisen Kompassfunktion abzurufen, durch Fotos und Beschreibungen anzureichern. Somit können User*innen weiterhin dokumen-

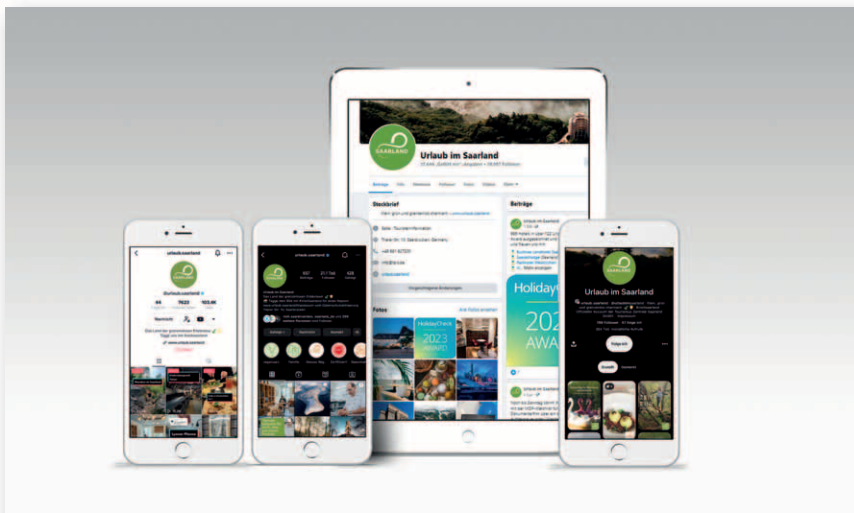
tieren und mitteilen, wenn Schäden oder Mängel auf den Touren auftreten. Mit dem Favoritenmanagement können Merkzettel und Favoritenlisten angelegt und verwaltet werden. Inhalte können für die Community bewertet, kommentiert, geteilt und empfohlen werden, so wie man es aus den sozialen Medien kennt. Links zu responsiven Internetseiten, laufenden Events in der Region, Social-Media-Kanälen der TZS und eine Favoritenliste runden das Angebot der Saarland Touren-App ab. Es sind Infolyer im Einsatz, mit denen Betriebe (Bett&Bike, Q-Gastgeber Wanderbares Deutschland, Motorradfreundliche Betriebe) ihre Gäste auf die Touren-App aufmerksam machen können.

Reiseblog.saarland

Das Saarland ganz persönlich! Der Reiseblog.saarland erzählt Saarland-Geschichten aus erster Hand, persönlich, emotional, informativ und unterhaltend. Das Team der Presseabteilung gibt Tipps und Einblicke in Reiseerfahrungen und berichtet über Kurioses und Besonderes aus dem Saarland. Durch eine gezielte Vernetzung mit ausgesuchten Partner*innen und den Social-Media-

Aktivitäten der TZS ergeben sich Kommunikationskanäle, die die klassische Presse- und Kommunikationsarbeit erweitern und ergänzen und den Saarland Content glaubwürdig und authentisch verbreiten. Der Reiseblog.saarland präsentiert auch auf Facebook und Twitter mit einem eigenen Account saarländische Reisetemen.

Social Media Kanäle



Um eine dialogorientierte Kommunikation zwischen der TZS und den Gästen zu stärken, betreibt die TZS auf verschiedenen Social Media Kanälen eigene Seiten. Ziele des Social Media Marketings sind Imagebildung und -pflege sowie Kundengewinnung und -bindung. Die Hauptmedien Facebook, Instagram und Pinterest werden durch die Videoplattformen Youtube und seit Anfang 2022 auch TikTok ergänzt. Der Fokus des Facebook-, Pinterest-, und YouTube-Kanals liegt auf der deutschsprachigen Community, während der Instagram- und TikTok- Auftritt auch ein internationales Publikum anspricht. Unter dem Facebook-Account „Urlaub im Saarland“ werden mehrmals in der Woche Text, Bilder und Videos, Neuigkeiten und Tipps zu den verschiedenen Themen wie Wandern, Radfahren und Genuss sowie Kultur, Städte und Veranstaltungen oder Gewinnspiele gepostet. Um potentielle Fans auf den Account „Urlaub im Saarland“ aufmerksam zu machen, werden auf Facebook über das Jahr hinweg regelmäßig Anzeigen geschaltet.

Auf Instagram werden unter „urlaub.saarland“ in regelmäßigen Abständen aussagekräftige und emotionale Bilder sowie Videos aus dem Saarland gepostet. Bei Bildern liegt der Fokus auf beeindruckenden Naturaufnahmen und kulturellen Motiven aus der eigenen Community. Damit das Saarland in diesem Medium einen gewissen Wiedererkennungswert erreicht, werden alle Bilder und Videos mit dem Hashtag #visitsaarland getaggt, der innerhalb der Community etabliert ist und zum weiteren Posten von Bildern und Videos anregt. Um die Reichweite zu vergrößern, werden die Bilder und Videos zudem mit reichweitenstarken Community-, Themen- oder touristischen Hashtags versehen.

Zudem werden vereinzelt Beiträge mit Anzeigen beworben, um sie prominenter darzustellen und eine höhere Reichweite zu erhalten. So besteht die Möglichkeit, sehr spezifische Zielgruppen anzusprechen.

Seit 2021 werden vermehrt die Instagram Stories mit den Themen Genuss, Kultur und Wissenswertes bespielt. Jeden Dienstag wird hierzu unter dem Titel „Tasty Tuesday“ das Thema Genuss, jeden Mittwoch unter dem Titel „Typisch Saarland“ verschiedenes Infotainment und jeden Freitag unter dem Titel „FamilyFriday“ Veranstaltungen und Freizeitattraktionen gepostet.

Der Pinterest Account dient seit Dezember 2020 der Generierung höherer Websiteaufrufe und wird mit den Themen Genuss, Familie und Natur bespielt. Außerdem werden Pauschalen und die Saarland Card dort platziert, da Nutzer*innen sich die Pins auf eigenen Pinnwänden merken können und auch nach mehreren Monaten so noch Klicks auf der Website generieren.

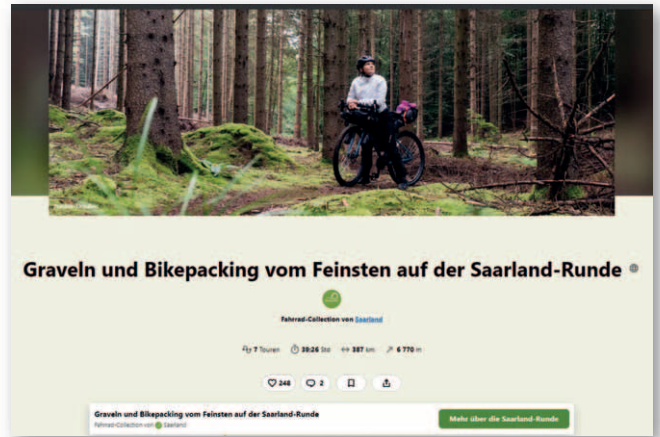
Der TikTok Account „urlaub.saarland“ zeigt seit Februar 2022 mit sympathischen Kurzvideos das Saarland im Vertical Video Format. Hier wird mit Themen wie Wandern, Genuss, Familie und Freizeitattraktionen eine bundesweite, jüngere (13 – 35 Jahre) Zielgruppe erreicht. Die Videos werden auch auf Instagram im äquivalenten Format „Reels“ gecrosspostet.

Im Laufe des Jahres 2023 sind wieder Content Creator Kooperationen geplant, bei denen reichweitenstarke Creator zu verschiedenen Themen das Saarland erkunden und auf ihren Accounts in Text-, Bild- und Videoformaten berichten. Damit soll ein größerer Kreis an Personen angesprochen werden, die so auf das Saarland und den Auftritt aufmerksam werden.

Seit 2022 ist der LinkedIn-Kanal Teil der Unternehmenskommunikation und verfolgt das Ziel, die Onlinepräsenz des Unternehmens zu erhöhen und die Marke ReiseSaarland zu stärken. LinkedIn gilt derzeit als eine der wichtigsten Plattformen im B2B-Bereich.

Contentnutzung mit Komoot

Komoot ist eine der führenden Outdoor-Plattformen auf dem europäischen Markt. In den zurückliegenden Jahren konnte durch die Zusammenarbeit mit dem Plattformbetreiber wertvoller Content aufgebaut werden. Die Inhalte stehen unter dem Saarland-Profil zur Ausspielung und Verlinkung u.a. im Social Media-Bereich zur Verfügung. Es gibt eine hohe Deckung der User mit den Zielgruppen „Explorers“ und „Nature Loving Actives“.



Kooperationen mit Blogger*innen

Um verschiedene Beteiligte der Genuss Region Saarland und ihre Produkte zum Nachkochen für zu Hause abzubilden, wurde im Laufe des Jahres 2022 ein digitales Kochbuch in Zusammenarbeit mit der Content Creatorin Kathi Köstlich erstellt. Die Rezepte wurden auf der Website sowie Social Media veröffentlicht. Für 2023 wurden Rezept-Videos dazu erstellt, die ab April jeden Monat veröffentlicht werden.

Ebenfalls sind neue Kooperationen mit Blogger*innen für die Themenbereiche „Sportives Radfahren“ (Roadbike, Gravelbike, Bikepacking) und Outdoor in Kombination mit Camping geplant.



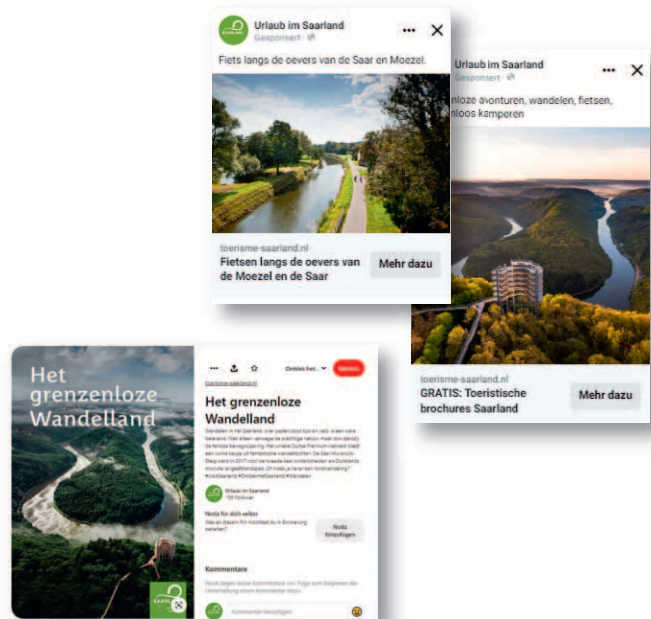
Foto: ©Katharina Schwarz

International

Niederländische Facebook- und Pinterest-Kampagne

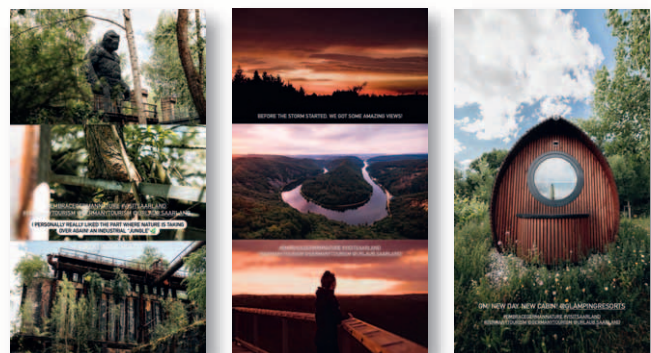
Die TZS führt eine niederländische Facebook-Marketing-Kampagne durch. Hier verfügt das Saarland über einen eigenen niederländischen Facebook-Account und postet ganzjährig relevanten Content zu den Themen Radfahren, Wandern, Städtereisen und Familienurlaub.

Neben den Facebook-Anzeigen wirbt die TZS seit 2022 auch auf Pinterest in den Niederlanden. Die Plattform zählt nach Facebook und Instagram zu den beliebtesten Social Media Kanälen der Niederländer, beworben werden hier die Aktivthemen Radfahren und Wandern im Saarland.



Kooperation mit ausländischen Videoblogger*innen

In Kooperation mit der DZT Paris, Amsterdam, Brüssel und Zürich bereisen französische, niederländische, belgische und schweizer Influencer im Frühjahr/Sommer das Saarland und berichten mit authentischen Geschichten auf ihren verschiedenen Online- und Social Media-Portalen über ihre Erlebnisse in der Region. Die hieraus resultierenden Videos werden auf den Internetseiten der TZS eingebunden und für das Auslandsmarketing verwendet.



Onlinemarketing-Kampagne in den Niederlanden

Da die Niederländer sehr onlineaffin sind, verlagert die TZS ihr Marketing in den Niederlanden immer stärker in den Onlinebereich. So soll in 2023 neben den eigenen Social Media Aktivitäten (Facebook Ads etc.) eine Online-Marketing-Kampagne in Zusammenarbeit mit einer niederländischen Onlineagentur durchgeführt werden, um die Sichtbarkeit in den Niederlanden zu erhöhen und neue Gäste für das Saarland zu gewinnen.

3.1.4 Medienkooperationen, Cross-Media, Out-of-Home

Ausgewählte Medienkooperationen und Anzeigen; im Laufe des Jahres kommen Weitere dazu.

National

- Magazin „Wanderbar!“ (Aufl. 64.000)
 - 8-seitige Darstellung zu Qualitätsregion Wanderbares Deutschland und Saarland-Highlights gemeinsam mit Saarpfalz Touristik/Biosphäre Bliesgau
- Bundesland-Darstellung (1/1-Seite) im Katalog und Online-Portal „Deutschland per Rad entdecken“
 - Laufzeit: 2 Jahre. Cross-Medialer Marketingmix. Online-Darstellung aller Inhalte aus dem Katalog auf der digitalen Plattform. Auflage Print 300.000, 4,9 Mio. Seitenaufrufe Online in 2021

Regional

- Genussführer Ebbes von Hei (Aufl. 20.000)
 - 1-seitige Anzeige
- Spielzeitheft Überzweig Kinder- und Jugendtheater, (Aufl. 4.500)
 - 1-seite Anzeige
- Bundesfilmfestival junger Film, (Aufl. 6.000)
 - 1-seitige Anzeige
- Geographie ohne Grenzen, Programm 2023 (Aufl. 11.500)
 - 1-seitige Anzeige



International

Outdoorbeileger für Belgien

Um das Saarland als attraktive Natur- und Aktivdestination vorzustellen und zu einem Kurzurlaub in der Region zu animieren, wurde ein 20-seitiger Beileger mit verschiedenen Outdoortipps, außergewöhnlichen Übernachtungsmöglichkeiten sowie den Saarland-Highlights herausgebracht. Die Broschüre, die sich an die Zielgruppe der Nature Loving Actives richtet, wird in Belgien in der Fachzeitschrift Pasar in einer Auflagenhöhe von 14.000 Exemplaren beigelegt.



Crossmediale Kampagnen

Crossmediale AKTIV-Kampagne „Embrace German Nature“

In den Niederlanden beteiligt sich das Saarland an der großen globalen Jahreskampagne der DZT „Embrace German Nature“. Hier werden saarländische Naturlandschaften in den Vordergrund gerückt und mit diversen Onlinemaßnahmen aber auch mit Anzeigen/Advertorials in Printmagazinen beworben.

Crossmediale UNESCO-Kampagne in Belgien

In Belgien beteiligt sich die TZS an der globalen UNESCO-Jahreskampagne in Zusammenarbeit mit der Deutschen Zentrale für Tourismus in Brüssel. Hierbei wird ein großflächiges Leitmotiv inkl. Logo eine Woche am Brüsseler Hauptbahnhof sowie eine Woche am Hauptbahnhof in Antwerpen zu sehen sein. Weitere Bestandteile der Kooperation ist die Einbindung in die UNESCO-Onlinekampagne sowie die Integration in die DZT Social Media Kampagne. Die Kampagne spricht die Zielgruppe der Short Breaker an und soll zum Imagegewinn beitragen und die Übernachtungszahlen aus Belgien steigern.

Marketingkampagne im Elsass und Lothringen

Um mehr Gäste aus Lothringen und dem Elsass für das Saarland zu gewinnen, wird in 2023 eine crossmediale Marketingkampagne zu den Themen Wandern, Radfahren, Kulturgenuss und Familie lanciert. Die Maßnahmen werden auf die Zielgruppen Nature Loving Actives, Short Breaker und Explorer ausgerichtet.

Foto: © Lukas Humeke



3.1.5 Messen und Veranstaltungen

Im Bereich der Messen präsentierte sich die TZS, neben der weltweit führenden Tourismusmesse ITB, auf themenorientierten Messen.

Folgende Messepräsenzen wurden von der TZS geplant:

Messen In- und Ausland

Fahrrad- & WanderReisen

14.-16.01.2023

Ort: Stuttgart (im Rahmen der CMT)

Zielgruppe: Outdooraffine Endkundschaft aus Baden-Württemberg

Messe Motorbeus Utrecht

23.02.-26.02.2023

Ort: Utrecht

Zielgruppe: Motorradaffine Endkundschaft aus den Niederlanden

Reisen & Freizeit Saarbrücken

25.-26.02.2023

Ort: Saarlandhalle Saarbrücken

Zielgruppe: Endkundschaft aus dem Saarland, aus Rheinland-Pfalz, Luxemburg und Frankreich

ITB (Internationale Tourismusbörse Berlin)

07.-09.03.2023

Die ITB bietet eine optimale Plattform, um wichtige Kontakte zu Fachpublikum und Multiplikatoren zu knüpfen.

Ort: Berlin

Zielgruppe: Fachpublikum (weltgrößte internationale Tourismusmesse)

Anschließermöglichkeiten: Kommunen, Regionalverbände, touristische Leistungsträger:innen

SaarLorLux Tourismusbörse St. Ingbert

18.-19.03.2023

Ort: St. Ingbert

Zielgruppe: Endkundschaft aus dem Saarland, aus Rheinland-Pfalz und Frankreich

Anschließermöglichkeiten: Kommunen, Regionalverbände, touristische Leistungsträger:innen

ADFC Radreisemesse Siegburg

02.04.2023

Ort: Siegburg

Zielgruppe: Fahrradaffine Endkundschaft aus Nordrhein-Westfalen



Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny, Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

Draussen am See – Outdoorfestival



DRAUSSEN AM SEE OUTDOOR FESTIVAL

Um aus dem Vorhandensein attraktiver Naturlandschaften Wertschöpfung und Übernachtungen zu generieren, braucht es marktfähige Angebote mit hoher Erlebnisqualität und überregionaler Strahlkraft.

Regionale Beteiligte bieten vom 23.–25.06.2023 ein abwechslungsreiches Programm mit verschiedenen Kursen und geführten Exkursionen an; von Mountainbiking über SUP bis hin zu Yoga und Klettern. Das Festival wird durch ein vielfältiges Rahmenprogramm mit einem regionalen Markt der Köstlichkeiten, einer Mitmach-Area für Jedermann und für Familien abgerundet. Während der Veranstaltung wird es auf einer Bühne Vorträge und Musik geben. Parallel findet ein internationaler Trailrunning-Wettkampf, veranstaltet vom HartfüßlerTrail e.V., statt.



Die Gemeinde Losheim fungiert als Veranstalter, die Agentur Erlebnisraum übernimmt die Festivalleitung. Die TZS koordiniert mit Unterstützung der Saarschleifenland Tourismus GmbH und der Gemeinde Losheim das regionale und überregionale Marketing.

Der Vermarktungsschwerpunkt liegt auf dem Online- und Social-Media-Marketing. Als Haupt-Zielgruppe werden Familien, Explorer und Nature Loving Actives angesprochen.

Out of Home:

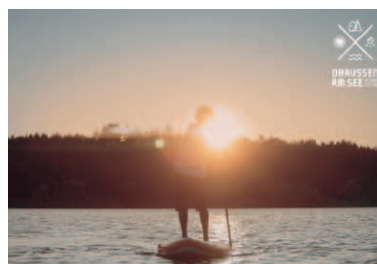
- Plakatierung regional und überregional
- Radiowerbung

Online- und Social-Media-Marketing:

- Homepage www.draussen-am-see.saarland
- Crossmediale Videokampagne
- Eigene Facebook & Instagram Kanäle
- Anzeigenschaltung & Crossposting
- Influencende aus dem Natur- und Outdoorbereich

Print:

- Produktion eines Veranstaltungs-Folders
- Save the Date Postkarten als Beileger
- Einbindung in Printbroschüren der Partner



3.1.6 Printprodukte



Saarland Magazin

Auflage: 30.000

Inhalt: Das Saarlandmagazin zeichnet sich durch großformatige Bilder und kurze Textpassagen aus. Vorgestellt wird das Saarland unter den Themen Natur & Aktiv, Genuss, Städte & Kultur sowie Familien.



Übersichtskarte der Ausflugsziele mit Camping- und Reisemobilstellplätzen

Auflage: 50.000

Inhalt: Information zu den schönsten Ausflugszielen im Saarland, Verortung der Sehenswürdigkeiten auf einer topografischen Übersichtskarte. Verortung der Camping- und Reisemobilstellplätze.



Sehenswertes im Saarland

Auflage: 20.000

Inhalt: Kostenfreier Führer zu den wichtigsten touristischen Sehenswürdigkeiten im Saarland inkl. ÖPNV-Informationen zu jeder Sehenswürdigkeit. Für die Darstellungen der einzelnen Sehenswürdigkeiten wurde ein festes Raster entwickelt. Nachgeordnete touristische Organisationen können die einzelnen Darstellungen nach dem Baukastenprinzip übernehmen und daraus eigene Broschüren erstellen.



Karte Radfahren

Auflage: 20.000

Inhalt: Kostenfreie Übersichtskarte mit allen Radwegen im SaarRadland, inkl. Beschreibungen und Höhenprofilen der Hauptradwege, grenzüberschreitenden Touren und Arrangements.



Karte Wandern

Auflage: 20.000

Inhalt: Kostenfreie Übersichtskarte zu den saarländischen Premiumwanderwegen mit Kurzporträts aller Wege und Image zum Thema Wandern allgemein.



Genuss

Auflage: 10.000

Inhalt: Kostenfreie Übersichtskarte mit den Themen Genuss Region Saarland, Restaurant- und Einkaufsführer, Sterneköche, Erlebnisangebote, saarländische Rezepte und Spezialitäten.



Familie

Auflage: 20.000

Inhalt: Informationen zu familienfreundlichen Attraktionen, Tipps zu Rad- und Wandertouren sowie besondere Übernachtungsmöglichkeiten.



Gruppenreisen

Auflage: 5.000

Inhalt: Inspirierende Mehrtagestouren für Gruppen, außergewöhnliche Gruppenaktivitäten für Incentives und Vereinsausflüge



Best of Camping

Auflage: 35.000 (10.000 Deutsch und 25.000 Niederländisch)

Inhalt: Die neue Faltkarte zeigt die besten Campingplätze des Saarlandes in Kombination mit den umliegenden Sehenswürdigkeiten.



Faltkarte Motorradland Saarland

Auflage: 7.000

Inhalt: Übersichtskarte mit Tourenvorschlägen und motorradfreundlichen Betrieben.



Barrierefreies und komfortables Reisen im Saarland

Auflage: 3.000

Inhalt: Die Broschüre richtet sich inhaltlich an Menschen mit Einschränkungen und Komfortreisende und bildet das auf Barrierefreiheit geprüfte Angebot ab. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf den Betrieben und Freizeiteinrichtungen, die nach dem deutschlandweiten Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“ zertifiziert wurden.



Saarland Malbuch

Auflage: 10.000

Inhalt: Ausflugshighlights für Familien im Saarland in 14 Malvorlagen

Französisch, Niederländisch, Englisch



Übersichtskarte mit Ausflugszielen (FR, NL, GB)

Auflage: 15.000, 15.000, 10.000

Inhalt: Informationen zu den schönsten Ausflugszielen im Saarland, Verortung der Sehenswürdigkeiten auf einer topografischen Übersichtskarte, Darstellung der Camping und Reisemobilstellplätze im Saarland.



Imagebroschüren (FR, GB, NL)

Auflage: 7.500, 5.000, 6.000

Inhalt: Imagemagazine mit allgemeinen Informationen zu den Städten und Shoppingmöglichkeiten im Saarland, den Rad- und Wanderwegen, Tipps für Familien, Wellness Themen sowie kulinarischen Angeboten.

Niederländisch



Pietsen und Wandelen, Camping (NL)

Auflage: 5.000

Inhalt: Kostenfreie Übersichtskarten mit allen Radwegen inkl. Beschreibungen und Höhenprofilen der Hauptradwege sowie mit allen Premiumwanderwegen sowie Pauschalarrangements, Service, Infos und Übersicht der Bett+Bike-Betriebe bzw. der Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland.

Französisch



Carte – Randonner sans limite und Carte – Pédaler sans limite (FR)

Auflage: 3.000

Inhalt: Kostenfreie Übersichtskarten mit allen Radwegen inkl. Beschreibungen und Höhenprofilen der Hauptradwege sowie mit allen Premiumwanderwegen sowie Pauschalarrangements, Service, Infos und Übersicht der Bett+Bike-Betriebe bzw. der Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland.

3.1.7 Saarland Card

Touristische Übernachtungsgäste erhalten die Saarland Card bei den teilnehmenden Gastgebern ab einem Mindestaufenthalt von 2 Übernachtungen. Mit der Gästekarte sind Freizeit- und Kulturattraktionen im Saarland und über die Grenzen hinaus, sowie Bus & Bahn im Saarland kostenfrei nutzbar. Das System der Saarland Card basiert auf einem Umlageverfahren, bei dem die teilnehmenden Gastgebenden einen übernachtungsbasierten Umlagebetrag pro Gast und Nacht in das System einzahlen und aus dem die teilnehmenden Attraktionen einen Teil ihres regulären Eintritts rückvergütet bekommen. Die Saarland Card wird von einem umfassenden Marketing begleitet (Website www.card.saarland, Bewerbung in On- und Offline-medien, Social Media, Bewerbung bei Reiseveranstaltern, etc.). Sie ist ein innovatives Produkt für die Gesamtdestination Saarland, das Gästen einen entscheidenden Mehrwert für ihren Aufenthalt im Saarland bietet und auf den gestiegenen Qualitätsanspruch der Gäste einzahlt. Für die Partnerbetriebe bietet die Saarland Card eine Chance auf neue Gäste und damit steigende Auslastung, steigenden Umsatz und steigende Wertschöpfung.

Die Zahl der derzeit am System angeschlossenen Gastgebenden liegt bei 67. Auf der Leistungspartnerseite wird die Saarland Card im April 2023 wieder mit über 100 kostenfreien Leistungen in ihre siebte Saison starten und ein sehr attraktives Angebotsspektrum für den Gast und damit auch für die teilnehmenden Partner*innen bieten.

Im Januar 2023 erfolgte eine technische Umstellung im System der Saarland Card auf ein neues technisches Erfassungssystem für Gastgebende und Leistungspartner*innen. Die Saarland Card wird nun nicht mehr über eine App generiert. Die Gäste erhalten ihre persönliche Saarland Card entweder als digitale Version in einem Link per Email oder als ausgedruckte Variante von ihrem Gastgeber vor Ort.



In 2023 soll wie bisher eine ständige Akquise neuer Leistungspartner*innen erfolgen; auch die Akquise der Gastgebenden soll intensiviert werden. Außerdem ist geplant, eine Machbarkeitsstudie für die Umsetzung einer „Einheimischenkarte“ durchzuführen, nachdem die technische Umstellung abgeschlossen ist. Diese soll Aufschluss darüber geben, ob eine Kaufkarte für Einheimische eine sinnvolle und mögliche Ergänzung zum bestehenden Umlagesystem der Saarland Card wäre (so wie in manchen Regionen bereits seit Jahren beide Kartenmodelle erfolgreich nebeneinander bestehen) oder ob dies für das Saarland keine Option ist.



3.1.8 Kommunikation

Pressearbeit

Die Presseabteilung der Tourismus Zentrale Saarland bietet als direkte Ansprechpartnerin für Medienanfragen eine qualitativ hochwertige, informative und medienangepasst aufbereitete Pressearbeit. Diese dient der Unterstützung einer fundierten und positiven Berichterstattung zum Reiseland Saarland, der Profilierung der Marke Saarland und der Unternehmensentwicklung. Innerhalb der bestehenden Kommunikationsstrukturen gibt es fortwährend neue Handlungsspielräume. Die Presse- und Kommunikationsarbeit ist dabei ein wesentliches Instrument der Unternehmenskommunikation.

Im Rahmen des Media-Monitorings beobachtet und analysiert die TZS deutschsprachige Medien und analysiert die Kommunikation zum Reiseland Saarland und der Marke Saarland. Dazu gehören auch Wettbewerbsvergleiche und die Analyse der eigenen Performance. Um die richtigen Botschaften an die passenden Medien zu kommunizieren, nutzt das Pressteam die gesamte Bandbreite an PR-Instrumenten: von informativen Pressemitteilungen über den regionalen Reiseblog bis hin zu persönlichen Pressegesprächen und individuellen Pressereisen.

Zielsetzung ist dabei stets, das Reise- und Urlaubsland Saarland in all seinen Facetten zu präsentieren, gemäß den Bedürfnissen der einzelnen Mediengattungen. Ob Print, Rundfunk oder TV, Onlineplattformen oder Blogs – die Rechercheinformationen werden möglichst individuell aufbereitet.

Schwerpunktthemen im Jahr 2023

Die Pressearbeit orientiert sich an dem Marketing-schwerpunkt, der weiter auf dem Imageaufbau und der Etablierung der Marke Saarland liegt. Das Image des Reiselandes Saarland definiert sich einmal über die Highlight-Kommunikationsthemen:

- Saarschleife
 - Weltkulturerbe Völklinger Hütte
 - Gerhard Richter Kirchenfenster Tholey
 - Kulinarik
- und über das Themenmarketing:
- Wandern
 - Radfahren
 - Kultur und Genuss
 - Abenteuer und Familie

Eine Auswahl touristische Highlights des Jahres

- 1. Leuchtturmprojekte Kultur 2023:** Im Rahmen eines kulturellen Förderprogramms „Inwertsetzung kultureller Leuchttürme“ des saarländischen Wirtschaftsministeriums stehen folgende Veranstaltungen im Fokus der Pressearbeit:
 - das Weltkulturerbe Völklinger Hütte 150 Jahre Völklinger Hütte, ab 15. Oktober „Deutscher Film“
 - das Tanz- und Akrobatikfestival „Encore...Kultur am Ufer“ – 15. August bis 3. September 2023
 - und die Musikfestspiele Saar Mai/Juni 2023
- 2. Entwicklung Mountainbiken im Saarland** mit der Entstehung der Saarland Runde, die PUR St. Ingbert, die grüne Hölle Freisen, der Flowtrail Ottweiler und der Bikepark Perl
- 3. Deutschlandtour im Saarland** (St. Wendel und Merzig): 23.–27. August 2023 Prolog und Etappe
- 4. Zudem forciert die Pressearbeit die Kommunikation zu den Strategiethemen Nachhaltigkeit und Tourismusbewusstsein.**

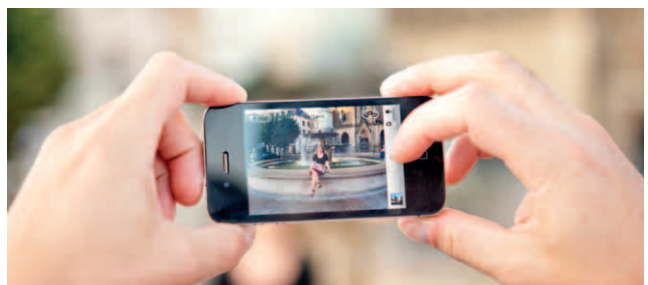
Pressearbeit zu den TZS-Marketingkampagnen:

- Grenzenlos Wandern
- Grenzenlos Radfahren
- Grenzenloser Kulturgenuss
- Grenzenloses Abenteuer und Familie

Medienpool

Die TZS bietet über den Presseservice auf www.urlaub.saarland einen Medienpool an, der für Medienvertretenden, Tourismuspartner*innen und Agenturen frei zur Verfügung steht. Ein zeitgemäßer direkter Download der Top Motive des Reiselandes Saarland ist ohne Login direkt möglich. Weiteres Bild- und Videomaterial steht in thematischen Pressekits und auf Anfrage zur Verfügung.

Foto: © E. Dubois



Ansprechpartnerin: Susanne Renk, Tel.: 0681/927 20-16, renk@tz-s.de

3.1.9 Veranstalterkooperationen und Vertrieb

Vertrieb über Reiseveranstalter oder Reisemittler



Das Saarland ist auf Initiative und Vermittlung der TZS über folgende Veranstalterkataloge und Onlineplattformen buchbar:

Deutschland

Ausgewählte Kataloge und Onlinepräsenz

- DERTOUR
- TUI
- FTI
- ITS
- happyworldtour
- Airtours
- CTS-Reisen (Klassenfahrten)
- Wikinger Reisen Rad- und Wanderurlaub
- Via Soluna Reise- und Wanderservice
- TS Touristik Service e.K.
- Velociped GmbH & Co. KG
- BestFewo
- CASAMUNDO
- Flussreisen24
- Golfundhotel.com

- HRS
- Traumferienwohnungen
- ADAC Reisen
- Ab in den Urlaub
- Sonnenklar TV
- Spar-Mit
- Lufthansa City Center
- booking.com
- airbnb
- Holidu
- Check24
- hometogo
- atraveo
- e-domizil
- berge & meer
- Globista

Ausgewählte Buspakete

- Grimm Touristik Wetzlar
- Behringer Touristik GmbH
- bus-partner
- SERVICE-REISEN GIESSEN
- Eberhardt Travel

Ausgewählte Kataloge und Onlinepräsenz im Ausland

Belgien

- Voyage Léonard
- Active Golf & Thalasso Travel
- Zuiderhuis
- Andersreizen

Niederlande

- Pin High Golftravel
- TUI Niederlande

Frankreich

- LK Tours

Österreich

- Donau Touristik
- Eurotours
- ASI Reisen

und viele weitere kleine und mittelständige Reiseveranstalter.

Gruppenreisen

Egal, ob Busgruppe, Verein oder Club, der Gruppenservice der TZS organisiert die Reise nach den Wünschen der einzelnen Kunden. Zum Gruppenservice gehören die folgenden Leistungen:

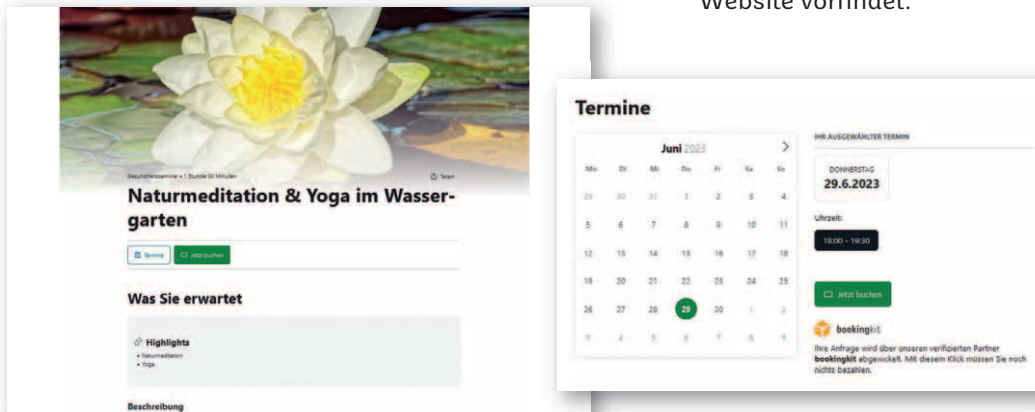
- Ausführliche Informationen und Beratung zu allen Ausflugszielen
- Organisation von Tagestouren, Mehrtagestouren, Betriebsausflügen oder Begleitprogrammen
- Reservierung von Hotels, Restaurants, Gästeführenden, Besichtigungsmöglichkeiten, Schiffsfahrten etc.
- Umfangreiches Informationsmaterial

Ansprechpartnerin: Stephanie Kaiser, Tel.: 0681/927 20-17, kaiser@tz-s.de

Activity Booking Engine – Eintritte, Erlebnisse und Touren im Saarland online buchen

Das Projekt wird von der TZS in Zusammenarbeit mit der Softwarefirma bookingkit realisiert. Bereits im Sommer 2021 ging die Gemeinde Losheim am See als erster Partner von online buchbaren Eintritten, Erlebnissen und Touren an den Start. Saarländische Leistungsträger*innen können so deren Angebote online anbieten und direkt buchbar machen. Die Buchung und Zahlung findet vollintegriert auf der Website statt und die Kundschaft erhalten nach erfolgreicher Buchung ein Online-Ticket.

Derzeit arbeiten neben der Gemeinde Losheim am See auch die Tourismus- und Kulturzentrale Neunkirchen, die Stadt Wadern, die Gemeinde Weiskirchen und der ADAC Saarland mit dem System von bookingkit. Anfang 2022 ist eine eigene Rubrik für buchbare Erlebnisse auf der Website www.urlaub.saarland veröffentlicht worden (vgl. Unterkunftsbuchungen). Dazu wird das Angebot in Kooperation mit Städten, Gemeinden, Tourismusorganisationen und Leistungsträger*innen ständig erweitert, sodass der Gast zukünftig eine große Auswahl von buchbaren Erlebnissen auf unserer Website vorfindet.



Buchungssystem



Über das Buchungssystem deskline ist es für den Gast möglich, sowohl touristische Leistungen direkt zu buchen als auch Informationsmaterial einfach zu bestellen. Ziel des Online-Buchungssystems ist es, das touristische Übernachtungsangebot im Saarland darzustellen und buchbar zu machen. Um Vertrauen und Transparenz zu schaffen, hat die TZS TrustYou in die Buchungstrecke integriert. TrustYou ist eine Metasuchmaschine für Hotel- und Ferienwohnungs-bewertungen. Sie ermittelt eine Gesamtbewertung von Leistungsträger*innen aus verschiedenen Bewertungsportalen.

Um Gastgebende im Saarland noch besser dabei zu unterstützen, möglichst gezielt neue Gäste zu erreichen und zu gewinnen, arbeitet die TZS seit September 2022 mit dem OnlineBuchungService (OBS) zusammen. OBS bietet eine professionelle Beratung der Leistungsträger an, welche die Datenpflege, die Buchungsabwicklung und die Zusammenarbeit mit den buchungsstarken Onlinekanälen beinhaltet. Bereits jetzt nutzen über 80 Unterkünfte den Service von OBS. Ein Einstieg ist jederzeit möglich.

3.2 Tourismusbewusstsein

Ziel ist es, in den nächsten Jahren ein positives Klima für den Tourismus im Saarland und ein lebendiges Tourismusbewusstsein auf allen Ebenen zu schaffen. Aufgabenschwerpunkte sind die Schaffung einer ausgeprägten Servicementalität bei den touristischen Leistungsträger*innen, die Verbesserung des Images des Saarland-Tourismus bei der Bevölkerung und die Schärfung des Bewusstseins für den Tourismus als wichtigen Wirtschaftsfaktor bei Entscheider*innen in Politik und Verwaltung.

Zukunftswerkstatt Tourismus

Gemeinsam mit allen Touristiker*innen im Saarland soll im Rahmen einer moderierten Zukunftswerkstatt an zentralen Themen und Aufgaben im Destinationsmanagement gearbeitet werden, um vor dem Hintergrund aktueller Rahmenbedingungen und Entwicklungen und der in der Tourismuskonzeption Saarland 2025 festgelegten Ziele noch stärker zielorientiert agieren zu können. Methodisch soll zunächst eine Klausur mit den Leitenden der Landkreis-Tourismusorganisationen stattfinden. Darauf folgen vertiefende Veranstaltungen in den jeweiligen Landkreisen und dem Regionalverband Saarbrücken und abschließend eine gemeinsame Abschlussveranstaltung. Ziel der Zukunftswerkstatt ist es, das Bewusstsein für die wichtigsten strategischen und operativen Aufgabenschwerpunkte im Tourismus zu schärfen und das Wir-Gefühl zu stärken.

Unterstützung der Tourismusarbeit in den saarländischen Kommunen

Im November 2019 fand ein erstes saarlandweites Tourismuspolitisches Forum als Auftakt einer Veranstaltungsreihe statt, die sich an alle Vertretende und politischen Entscheider*innen der saarländischen Kommunen richtet. Eine vertiefende Betrachtung und partizipative Bearbeitung der für Kommunen aktuell relevanten touristischen Themen wird sich im Frühjahr 2023 mit Veranstaltungen in den saarländischen Landkreisen und dem Regionalverband Saarbrücken fortsetzen. Die Tourismusdialoge werden vom Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie in Zusammenarbeit mit den Landkreisen und der Tourismus Zentrale Saarland organisiert.

Des Weiteren ist die Herausgabe eines Flyers zum Thema „Tourismus – Was bringt es meiner Kommune?“ und Orientierungshilfen zur Professionalisierung der Tourismusarbeit in den Kommunen über die Informationsplattform Tourismuslotse Saarland geplant. Ziel ist es, den Kommunen das Rüstzeug für eine erfolgreiche kommunale Tourismusentwicklung in den nächsten Jahren mit auf den Weg zu geben.

Unterstützung bei der Erstellung der Infotafeln „SaarErlebnisLand“

Die TZS erarbeitete gemeinsam mit dem MWIDE eine Handreichung für alle saarländischen Kommunen in Form einer umsetzungsorientierten Gestaltungsanleitung für die touristischen Infotafeln „SaarErlebnisLand“, um bestehende und neue Objekte an ihren jeweiligen Standorten adäquat und einheitlich zu beschildern.



Foto: © TZS, Gestaltung Leis&Kuckert

Die Infotafeln mit ihrem hohen Informationsgehalt können mit der Handreichung der TZS zeitgemäß und visuell ansprechend neugestaltet werden.

Videokampagne „Natur im Saarland“

Um der saarländischen Bevölkerung naturnahe Erlebnisse direkt vor der eigenen Haustüre näher zu bringen und darüber das Tourismusbewusstsein zu schärfen, ist für 2023 eine Videokampagne zum Thema „Abenteuer und Natur erleben im Saarland“ geplant.



Foto: © Marcus Gloger

Ansprechpartnerin: Teresa Thome, Tel.: 0681/927 20-42, thome@tz-s.de

Ansprechpartner für Infotafel SaarErlebnisland: Klaus Wallach, Tel.: 0681/927 20-23, wallach@tz-s.de

3.3 KMU-Netzwerk



3.3.1 Tourismuslotse Saarland

Das Projekt „Tourismuslotse Saarland“ wurde 2012 vom saarländischen Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr (MWAEV) initiiert. In einem Jahr wurden 100 ausgewählte Hotel- und Gastronomiebetriebe von den sogenannten „Tourismuslotsen“ (DEHOGA Beratung GmbH) besucht. Die Tourismuslotsen führten eine Initialberatung im operativen Tagesgeschäft durch. Auf Grundlage der Projektauswertung und einer zusätzlichen Befragung der Tourismuslotsenbetriebe entwickelten die Projektpartner TZS, DEHOGA Saarland, IHK Saarland und MWAEV den online-basierten Tourismuslotsen 2.0.

Interaktiv, zeitunabhängig, kostenlos

Auf der Tourismuslotsen-Internetseite können sich alle touristischen Leistungsträger*innen über branchenrelevante Veranstaltungen und Seminare, Qualitätssiegel, Partnernetzwerke, Ansprechpartner:innen im Tourismus und vieles mehr informieren. Darüber hinaus haben sie im Online-Lotsen-Check Zugriff auf interaktive Checklisten, z. B. zu Themen wie „Digitalisierung“, „Nachhaltigkeit“ oder „Servicequalität“,

Erklärvideos aus dem Interreg-geförderten Projekt „Digitaler Marketing-Kompass“, ihre Profileigenschaften und ein Ranking zum Vergleich mit anderen Nutzern. Für bearbeitete Checklisten vergibt der Tourismuslotse „Lotsenpunkte“ und hilft mit „Lotsentipps“ dabei, die touristische Dienstleistungsqualität weiter zu verbessern. In 5 Levels winken virtuelle Auszeichnungen und echte Belohnungen.

Nach dem Relaunch in 2020 und der Logoänderung in Anlehnung an das neue TZS-Design steht der Online-Tourismuslotse nun inklusive barrierefreier Funktionen für Hoteliers, Gastronomen, Ferienwohnungen, Tourist-Informationen sowie Freizeit- und Kultureinrichtungen zur Verfügung. Er soll touristischen Leistungsträger:innen dabei helfen, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken, damit das Saarland als Reisedestination mit einem qualitativ hochwertigen Angebot punkten kann.

Ansprechpartnerin: Christina Moon, Tel.: 0681/927 20-31,
moon@tz-s.de

3.3.2 Betriebsbesuche

Zu Bearbeitung des Handlungsfeldes „KMU Netzwerk“ aus der Tourismuskonzeption 2025 organisiert federführend die IHK Saarland Betriebsbesuche in allen Landkreisen. Dabei werden kleine und mittelständige Betriebe aus dem Hotel- und Gastgewerbe besucht und vor Ort beraten. Das Ziel der Besuche ist es, die Betriebe zu unterstützen und sie auf Angebote der

Kommunen, Landkreise und des Landes aufmerksam zu machen. Neben den regionalen Tourismusorganisationen besuchen auch der DEHOGA Saarland und die IHK Saarland selbst Betriebe.

Ansprechpartnerin: Annika Meyer, Tel.: 0681/927 20-26,
meyer@tz-s.de

3.3.3 Genuss Region Saarland

Die „Genuss Region Saarland“ (GRS) ist eine touristische Vermarktungsinitiative, die auf einem im Jahr 2009 von der TZS beauftragten und vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr finanzierten Konzept fußt. Partner der GRS sind (Stand 31.12.2022) 35 saarländische Produzierende und 34 Gastwirte, die sich der Regionalität verschrieben haben. Die Qualitätscharta, in der die Kriterien zur Mitwirkung im Partnernetzwerk definiert sind, bildet die Grundlage der Initiative.

Kern der Initiative ist es, das kulinarische Angebot des Saarlandes für den Gast erlebbar zu machen. Dazu zählen z. B. Restaurantbesuche, der Einkauf in einem Hofladen direkt beim Erzeuger, kulinarische Seminare, Feinschmeckerabende oder Führungen durch die Betriebsstätten der Genuss-Partner*innen. Vermarktet werden die Partner*innen sowie ihre touristisch relevanten Angebote – darunter auch kombinierte Tages- und Mehrtagesangebote – über verschiedene Marketing-



und Vertriebskanäle der TZS. Dazu zählt beispielsweise der Webauftritt auf www.genuss.saarland, dessen Inhalte auch 2023 fortlaufend aktualisiert und ausgebaut werden. Ebenso die Schaltung von Printanzeigen und der gemeinsame Auftritt auf Messen oder die Ausrichtung eigener Genussveranstaltungen.

Inhaltlicher Schwerpunkt der Netzwerkarbeit bildet die Umsetzung der wertebasierten Kommunikationsstrategie. Ziel ist es, durch eine wertebasierende Innen- als auch Außenkommunikation die Positionierung und Profilierung im Markt zu unterstreichen sowie die Zugehörigkeit zum Netzwerk zu stärken. Neben der Qualitätscharta bildet nun auch das Leitbild einen verpflichtenden Rahmen für die Betriebe. Um die Glaubwürdigkeit und Markenkontinuität zu sichern, müssen Schwachstellen gefunden und behoben werden. Daher spielt 2023 insbesondere auch die Qualitätssicherung und -entwicklung sowie die Sichtbarmachung der Werte der Genuss Region Saarland entlang der touristischen Servicekette in den Betrieben eine große Rolle.

Zur Steigerung der Wertschöpfung in den Betrieben sollen ebenfalls Projekte umgesetzt werden:

NEU Leader-Kooperationsprojekt Geschmacks:Plätze: Im Rahmen des Projekts soll in einem mehrstufigen, partizipativen Prozess ein Erlebnisraum-, sowie Gestaltungs-

und Umsetzungskonzept für Geschmacks:Plätze entwickelt werden. Geschmacks:Plätze sind Installationen im öffentlichen Raum, die wiederkehrend zu finden sind, spezielle Services und Informationen bieten und die Neugier wecken, eine Entdeckungsreise durch die Genuss Region Saarland zu unternehmen. Die Geschmacks:Plätze wiederum sind dramaturgisch miteinander verbunden und laden zu einer genussvollen Entdeckungsreise durch das Saarland ein.

Dibbe Duo – Teil 2: Ein reichweitenstarker Content-Creator geht auf Einkaufstour bei regionalen Produzierenden und stellt eine Black-Box zusammen. Aufgabe des Content-Creators ist es nun gemeinsam mit einem Gastronomen aus der Genuss Region Saarland, anhand der vorgegebenen Black-Box ein Menü zu kreieren. Die gesamte Aktion wird – vom Bewerbungsaufwurf über das Öffnen der Black-Box, Erstellung des Rezepts und Einkauf beim regionalen Produzierenden bis hin zum Probekochen – von einem Content-Creator begleitet und auf verschiedenen Social-Media-Kanälen vor, währenddessen und danach veröffentlicht.

Die GRS ist jederzeit offen für weitere Genuss-Partner*innen.

Ansprechpartnerin: Sabrina Deutsch, Tel.: 0681/927 20-24, deutsch@tz-s.de

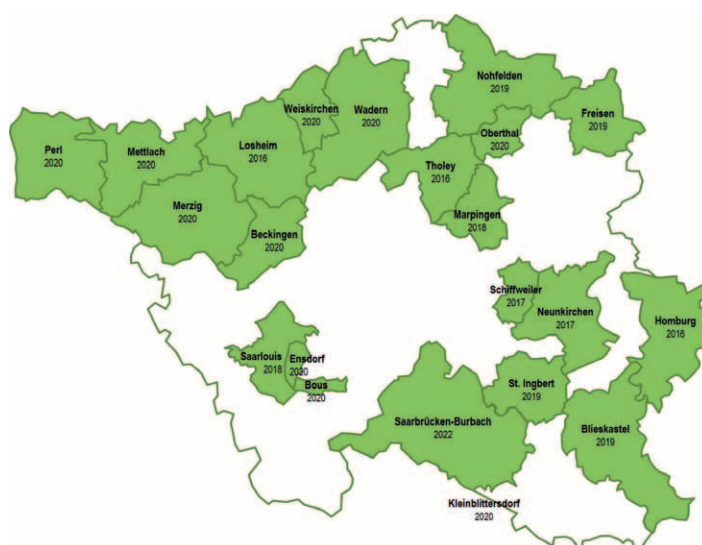
3.4 Aufwertung der Ortsbilder

Attraktive Ortsbilder sind die Visitenkarten der saarländischen Gemeinden und Grundvoraussetzung für ein erfolgreiches Tourismusangebot. Zur Problemsensibilisierung für die Thematik wird der Fokus erneut auf der persönlichen Ansprache der politischen Entscheider:innen in den Kommunen liegen.

Über Gespräche und Veranstaltungen, wie z. B. die geplanten Tourismusdialoge in den saarländischen Landkreisen und dem Regionalverband Saarbrücken oder Sitzungen des Tourismusausschusses des Saarländischen Städte- und Gemeindetags wird auf Projekte und Programme zur Attraktivitätssteigerung saarländischer Gemeinden hingewiesen. Dazu zählt insbesondere das Modellprojekt Atmosphäre-Check.

Bis jetzt – Stand Januar 2023 – haben 22 Kommunen den Atmosphäre-Check erfolgreich abgeschlossen. Die Zahl der Atmosphäre-Check Gemeinden soll in 2023 weiter gesteigert werden.

Abb.: Atmosphäre-Check-Gemeinden im Saarland (Stand Januar 2023), Quelle: eigene Darstellung, Januar 2023



Ansprechpartnerin: Teresa Thome, Tel.: 0681/927 20-42, thome@tz-s.de

3.5 Inwertsetzung Kultureller Leuchtturmstandorte

Inwertsetzung Kultureller Leuchtturmstandorte und Städtenetzwerk

Wie bereits im Jahr 2022 wird die TZS auch 2023 das Thema „Kulturgenuss“ in einer Online- und Printkampagne platzieren und bewerben. Im Jahr 2023 wird sich die Vermarktung insbesondere auch auf die ersten durch das Wirtschaftsministerium geförderten kulturellen Leuchttürme beziehen. Neben Anzeigen und Advertorials in Tageszeitungen und überregionalen Titeln sind auch digitale Out-of-Home Auspielungen

in größeren Städten im Quellgebiet geplant sowie Maßnahmen im Social Media-Bereich.

Das Städtenetzwerk wurde 2022 in zwei thematische Arbeitsgruppen unterteilt. Die eine beschäftigt sich mit dem Bereich „Flusstourismus“ und die andere mit der Thematik „Nachhaltiger Städtetourismus“, hier startet der Auftakt insbesondere mit der Thematik „Nachhaltige Veranstaltungsplanung“.



Zielgruppe Familien

2023 soll ein Fokus auf die Zielgruppe der Familien gelegt werden. Die TZS hat 2022 einen 60-sekündigen Imageclip zum Thema „Familienurlaub im Saarland“ an verschiedenen für Familien spannenden saarländischen Locations gedreht, um eine möglichst große Bandbreite von dem aufzuzeigen, was Familien im Saarland alles erleben und entdecken können. Der Clip und das entstandene Rohmaterial sollen zukünftig zur medialen Bewerbung des Themas eingesetzt werden – entweder in voller Länge, in verkürzter Form für verschiedene Social Media-Formate oder auch zur Bewerbung

spezieller Produkte – wie z. B. der FamilienSafari oder der Saarland Card. Auch 2023 soll es wieder eine Marketingkampagne „Familienabenteuer im Saarland“ geben, in deren Rahmen der Familienurlaub beworben wird. Das in Kooperation mit den saarländischen Jugendherbergen als Corona-Sofortmaßnahme entwickelte Angebot „FamilienSafari“ konnte erfolgreich am Markt platziert werden, sodass es auch im Jahr 2023 wieder im Angebotsportfolio der Jugendherbergen gebucht werden kann.

Foto: © Mischfabrik



Ansprechpartnerin: Melanie Hertgen, Tel.: 0681/927 20-43, hertgen@tz-s.de

3.6 Ausbau der naturtouristischen Infrastruktur

Projektkreis Naturtourismus

Ziele:

- Festigung der Zusammenarbeit von Touristiker*innen, Leistungsträger*innen und Beteiligten aus dem Natur- und Umweltschutz
- Zielgruppenspezifischer Ausbau des Segments Naturtourismus
- Entwicklung und Vermarktung attraktiver naturtouristischer Angebote, insbesondere unter dem Thema Outdoor/Adventure in den Nationalen Naturlandschaften
- Entwicklung von klimafreundlichen Reiseangeboten und -produkten
- Implementierung des Themas Nachhaltigkeit entlang der gesamten touristischen Servicekette

Teilnehmende:

- Vertretende der regionalen Tourismusorganisationen und Verbände
- Vertretende der Naturschutzverbände und Schutzgebietsverwaltungen
- Vertretende der Hotellerie und Gastronomie
- Vertretende weiterer touristischer Leistungsträger*innen
- Vertretende der LEADER-LAGs im Saarland

Projektleitung: Wolfgang Henn, Saarpfalz-Kreis

Ansprechpartnerin: Sabrina Deutsch, Tel.: 0681/927 20-24, deutsch@tz-s.de

Die Projektarbeit wird ergänzt um eine enge Abstimmung und Maßnahmenentwicklung mit den Arbeitskreisen der Nationalen Naturlandschaften.

Arbeitskreis Tourismus Marketing Nationalpark Hunsrück-Hochwald

Teilnehmende:

- Tourismus Zentrale Saarland GmbH
- Nationalparkamt Hunsrück-Hochwald
- Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH
- TI Sankt Wendeler Land
- Hunsrück Touristik
- Naheland Touristik
- Vertretende der „Nationalparkregion“

Maßnahmen:

- Entwicklung und Vermarktung des touristischen Partnerbetriebs-Netzwerkes
 - Entwicklung markt- und zielgruppengerechter Naturerlebnis-Angebote
 - Abstimmung der Aktivitäten mit den touristischen Beteiligten auf kommunaler Ebene
 - Marketing: Präsentation der Nationalparkregion auf Websites der touristischen Partner*innen und Kampagnen wie z.B. Content-Kampagnen sowie Blogger- und Medienkooperationen.
-

Arbeitskreis Fahrtziel Natur / Team Marketing Biosphäre Bliesgau

Teilnehmer:

- Tourismus Zentrale Saarland GmbH
- Biosphärenzweckverband Bliesgau
- Saarpfalz Touristik
- Saarpfalz-Kreis – Abteilung Mobilität
- Regionalverband Saarbrücken
- Ministerium für Umwelt und Verbraucherschutz

Maßnahmen:

- Entwicklung und Vermarktung des touristischen Partnerbetriebs-Netzwerkes
- Entwicklung markt- und zielgruppengerechter Naturerlebnis-Angebote
- Fortführung und Weiterentwicklung der Kooperation Fahrtziel Natur
- Organisation von Multiplikatoren-Schulungsfahrten
- Durchführung und Auswertung von Gästebefragungen
- Umsetzung von Marketingmaßnahmen und -kampagnen wie z.B. Content-Kampagnen sowie Blogger- und Medienkooperationen

Ansprechpartnerin: Sabrina Deutsch, Tel.: 0681/927 20-24, deutsch@tz-s.de

3.7 Qualitätssicherung und -ausbau im Aktivtourismus

Wandertourismus

Ziele:

- Etablierung des Saarlandes als bundesweit bekannte wandertouristische Destination
- Profilschärfung des wandertouristischen Angebots (z.B. Wandern & Kulinarik mit Saarland Tafeltouren)
- Aufbau und nachhaltige Sicherung der Wegequalität (Beschilderung, Wegebau, ergänzende Infrastruktur)
- Entwicklung Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland
- Entwicklung von Produktbausteinen (Services, Veranstaltungen etc.)
- Aufbereitung und Bereitstellung wandertouristischer Informationen (Print und Online)
- Erhöhung der Wertschöpfung entlang der Wege und des Freizeitwertes für die einheimische Bevölkerung
- Ausbau digitaler Services (Saarland Touren-App, Tourenplaner, Digitales Wegemanagement)

Maßnahmen:

- Kontinuierliche Verbesserung der Informationsqualität im Saarland-Tourenplaner. Ausspielen des Contents über diverse Kanäle z. B. für Online-Marketing auf Plattform www.outdooractive.com. Nutzung der Saarland Touren-App zur mobilen Verfügbarkeit aller Tourendaten.
- Distribution des aufgebauten Contents im Bereich Wandern über eine Sponsored Collection des Plattformanbieters „Komoot“. Regionales und zielgruppengenaues Targeting.
- Einführung Digitales Wegemanagement (Modul „Facility“ in Outdooractive). Anpassung des digitalen Wanderwegenetzes als Grundlage für die Erfassung. Pilotregion Saarpfalz-Kreis (Q-Region Wanderbares Deutschland)
- Das Projekt „WanderCent“ wird in modifizierter Form fortgeführt.
- Bearbeitung der Handlungsfelder aus dem in 2022 durchgeführten Workshop „Zukunft des Wandertourismus“. Die bisherigen Kriterien für die Auswahl der aus der Produktkombination Wandern und Kulinarik entstandenen Saarland Tafeltouren werden erweitert und in einem Zertifizierungsprozess durch das Deutsche Wanderinstitut überprüft. In Einzelgesprächen mit den Landkreisen sollen so neue Tafeltouren aufgebaut und bestehende verbessert bzw. ersetzt werden.

Teilnehmende:

- Vertretende der regionalen Tourismusorganisationen
- Vertretende der Hotellerie
- Vertretende von Interessenverbänden

Projektleitung: Peter Klein, Landkreis Merzig-Wadern

Ansprechpartner: Klaus Wallach, Tel.: 0681/927 20-23, wallach@tz-s.de

Radtourismus

Ziele:

- Komplettierung des Radwegenetzes
- Qualitätsverbesserung und -sicherung der Radwegeinfrastrukturen, Zertifizierung der beiden Hauptwege Saarland-Radweg und Saar-Radweg
- Entwicklung touristischer Produkte
- Bereitstellung radtouristischer Informationen
- Aufwertung des Serviceangebotes (Bsp. Pedelecs Willkommen)
- Stärkung des Leistungsträger:innen-Verbundes (Bett+Bike) und zielgruppengerechte Schärfung des Angebotes (Bsp. Fahrradfreundliche Campingplätze)
- Erhöhung der Wertschöpfung entlang der Wege und des Freizeitwertes für die saarländische Bevölkerung
- Profilierung SaarRadland über thematische Bezüge (Storytelling)

Maßnahmen:

- Fortführung des grenzüberschreitenden Projektes „Lauschtour Saar-Radweg“ (Audioguide mit Erlebnispunkten an der Strecke) und Online-Bereitstellung über App-Stores.
- Entwicklung und Umsetzung des Projektes „Storyteller am Radweg“. Aufbau von zunächst zwei Stahlskulpturen an ausgewählten Standorten der in der Radverkehrsanalyse ermittelten Hot-Spot-Regionen. Aufbereitung der Inhalte (Stories), die am jeweiligen Standort abrufbar sein sollen (in Bild, Text und/oder Ton). Technische Lösung entwickeln (Augmented Reality oder QR-Code).
- Distribution des aufgebauten Contents im Bereich Radfahren über den Plattformanbieter „Komoot“.
- Entwicklung einer permanenten MTB-Strecke (Arbeitstitel „Saarland-Runde“) mit Einbindung bestehender Routen auf kommunaler Ebene. Ausbau der sportiven Radinfrastruktur und Schaffung neuer radtouristischer Angebote für die Segmente MTB, Cross-Country und Gravelbiking.
- Unterstützung bei der konzeptionellen Entwicklung des Gesamtproduktes „Mountainbiking“ im Saarland MWIDE und MUKMAV.

Teilnehmende:

- Vertretende der regionalen Tourismusorganisationen
- Vertretende von Interessenverbänden und Verkehrsbetrieben
- Privatwirtschaft

Ansprechpartner: Klaus Wallach, Tel.: 0681/927 20-23, wallach@tz-s.de

Projektkreis Motorradreisen

Ziele:

- Steigerung des Bekanntheitsgrades des Saarlandes und der umliegenden Regionen als Motorrad-Reiseregion
- Professionalisierung des Angebotes
- Einbindung der regionalen Beteiligten und Multiplikatoren
- Zielgruppengerechte Aufbereitung der Informationen
- Themengerechte Qualifizierung ausgewählter Übernachtungsbetriebe (ADAC-zertifizierte motorradfreundliche Betriebe)
- Kooperation mit Wirtschaftspartnern (z. B. Handel, Reiseveranstalter, Verlage)
- Unterstützung des Transformationsprozesses hin zu elektrifiziertem Motorradfahren (PR, Entwicklung Routenvorschläge mit Ladeinfrastruktur, etc.)

Maßnahmen:

- Evaluierung Motorradtourismus im Saarland in Zusammenarbeit mit dem ADAC und der Hochschule Worms. Ermittlung der Wertschöpfung durch Motorradfahrende, insbesondere Übernachtungsgäste, in den 19 motorradfreundlichen Betrieben. Betrachtung möglicher Konfliktfelder wie Lärmemission in Schutzgebieten. Die Evaluierung mit Befragung wird durchgeführt, sobald die pandemische Lage dies wieder zulässt.

- Verteilung der neu entstandenen, großräumigen Touren-Übersichtskarte
- Beteiligung an einem Tourenplaner mit ausgewählten Routenvorschlägen (Print) des ADAC Saarland
- Pressearbeit und Medienkooperation

Teilnehmende:

- Vertretende der regionalen Tourismusorganisationen
- ADAC Saarland
- Engagierte Privatpersonen und Leistungsträger*innen
- Medienvertretende

Projektleitung: Dieter Ruck, Landkreis Saarlouis

Ansprechpartner: Klaus Wallach, Tel.: 0681/927 20-23, wallach@tz-s.de

Projektkreis Camping und Reisemobiltourismus

Ziele:

- Förderung und Beratung der Potenzialbetriebe
- Aufbereitung und Verteilung segmentspezifischer Informationen (Infopakete etc.)
- Ausbau der Qualität u.a. durch Zertifizierung BVCD/DTV

Maßnahmen:

- Akquise zur Zertifizierung der einzelnen Campingbetriebe (BVCD/DTV)
- Fachliche Arbeit (z. B. Anpassung der Landesverordnung Camping, Vorbereitung und Begleitung von Fachveranstaltungen)
- Beratung der in 2018 eruierten Potenzialbetriebe (und Durchführung von Projektkreissitzungen vor Ort bei ausgewählten Campingbetrieben)
- Verteilung/Vertrieb der neuen Broschüre „Best of Camping“
- Suche nach neuen Marktzugängen
- Stärkung der Präsenz des Saarlandes und seiner Anbieter auf nationalen und internationalen Online-Plattformen

Teilnehmende:

- Vertretende der regionalen Tourismusorganisationen
- VCRS Rheinland-Pfalz / Saarland
- Campingplatzbetreiber
- Vertretende der Kommunalverwaltung

Projektleitung: Wolfgang Henn, Saarpfalzkreis

Ansprechpartner: Klaus Wallach, Tel.: 0681/927 20-23, wallach@tz-s.de

Tourismus-Qualitätssicherung Saarland (TQS)

Die Aufgaben der TQS umfassen:

- Qualitätssicherung und Sauberhaltung der zertifizierten Wanderwege, Verbesserung der Wegebeschaffenheit, Überprüfung der Beschilderung, Erfassung von Mängeln und Schäden und das Auffinden von Optimierungsmöglichkeiten
- Kontrolle von über 60 Premiumwanderwegen und des saarländischen Teils des Saar-Hunsrück-Steigs
- kleinere Pflegearbeiten im Rahmen der Regelbegehungen (Freischneiden, Nachbeschilderung, ergänzende Wegpflege)
- Beschwerdemanagement für das SaarRadland-Tourennetz
- Übertragung und Veröffentlichung der aktuellen Bedingungen (z. B. Umleitungen der Wege) auf die Tourendatenbank
- Kooperation mit dem Landesbetrieb für Straßenbau
- Beratung bei der Einrichtung neuer bzw. bei Veränderung bestehender Wanderwege
- Pflege der Touren-Datenbank

3.8 Ausbau barrierefreier Tourismus

Die Nachfrage nach barrierefreien und komfortablen Freizeit- und Reiseangeboten für Alle wächst seit Jahren. Um dieses Feld zu stärken und aufzubauen wurde das Netzwerk Hören im Oktober 2018 um den Fachbereich „Barrierefreier Tourismus“ erweitert.

Die TZS hat sich als Lizenznehmerin dem deutschlandweiten Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“ angeschlossen und bringt damit barrierefreies Reisen als Querschnittsthema in die Handlungsfelder der Tourismusstrategie ein.



Gemeinsam mit der LAG Pro Ehrenamt werden touristische Betriebe zum barrierefreien Aus- und Umbau beraten und nach dem Kennzeichnungssystem erhoben und zertifiziert. Die Resonanz der beratenen Betriebe ist sehr gut und die Bereitschaft, sich zertifizieren zu lassen wird vielfach signalisiert. Saarlandweit sind mittlerweile 50 Betriebe nach „Reisen für Alle“ zertifiziert.

Ziele des Projekts

- Erhebung und Zertifizierung touristischer Leistungsträger*innen nach dem Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“
- Aufbau und Verbesserung der barrierefreien Infrastruktur
- Information und Sensibilisierung von touristisch Beteiligten zu allen Bereichen des barrierefreien Tourismus und den Bedürfnissen der Gäste
- Ansprache neuer Gästegruppen und Schaffung von Angeboten für Gäste mit Handicap zum selbstbestimmten Reisen
- Bekanntmachung der vorhandenen Angebote über die Kanäle der TZS
- Einbindung des Themas in alle Handlungsfelder der Tourismusstrategie auch unter Berücksichtigung des gesetzlichen Rahmens zur Inklusion nach der UN-Behindertenrechtskonvention und des saarländischen Behindertengleichstellungsgesetzes
- Touristische Wertschöpfung durch die Erschließung neuer Gästegruppen bzw. Stabilisierung des vorhandenen Potentials unter Berücksichtigung des demografischen Wandels

Aktivitäten und Maßnahmen 2023

- Schwerpunkt: Akquise, Erhebung und Zertifizierung von Betrieben
- Weiterführung der Zusammenarbeit mit der LAG PRO EHRENAMT bei der Beratung und Zertifizierung von Betrieben
- Weiterführung der Marketingaktivitäten auch in Kooperationen mit anderen Landesmarketingorganisationen (z. B. Prospektauslage auf der RehaCare)
- Schulung / Infoveranstaltung barrierefreier Tourismus
- Sichtbarmachung der vorhandenen Angebote für den Gast durch die Einbindung ins Internetportal der TZS, Social Media Kanäle, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Austausch mit touristischen Beteiligten und Behindertenbeauftragten sowie -verbänden in Form eines Arbeitskreises und gezielten Veranstaltungen in den Landkreisen
- Scouting und Prüfung von Radwegen auf Barrierefreiheit und die Umsetzung des Kennzeichnungssystems „Reisen für Alle“.
- Ausarbeitung von Angebotsbündeln nach „Reisen für Alle“ und Anerkennung des Saarlandes als Tourismusregion nach den Kriterien des Kennzeichnungssystems „Reisen für Alle“

Foto: © Jens Wegener



Netzwerk Hören

Das „Netzwerk Hören“ schafft durch den Einsatz von hörunterstützender Technik für hörbehinderte Menschen einen barrierefreien Zugang zum touristischen Leistungs- und Angebotsspektrum des Saarlands. Gemeinsam mit drei weiteren Netzwerkpartnern aus Medizin und Hörgeräteakustik und dem Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie als Projektträger baut die Tourismus Zentrale Saarland seit 2015 das Netzwerk auf. Neben dem Serviceangebot ist auch die professionelle medizinische und therapeutische Hörversorgung verankert. Synergien beider Fachrichtungen werden in diesem Projekt genutzt.

Seit 2016 findet ein bis zwei Mal pro Jahr das Praxisseminar „Hören mit Herz“ statt. Es wurden bisher mehr als 200 Teilnehmende geschult. In 2023 sind 26 Betriebe und Gästeführer*innen mit dem Qualitätssiegel „Hören mit Herz“ ausgezeichnet.

Für den Gast bietet sich damit ein qualitativ hochwertiges, nachvollziehbares und inklusives Angebot, das einer unabhängigen Prüfung nach festgelegten Kriterien unterliegt. Im Seminar lernen die Teilnehmenden etwas über die medizinischen Indikationen und die Versorgung mit Hörprothesen (z. B. Cochlear Implantate), die Herausforderungen und Bedürfnisse der Betroffenen sowie den Einsatz hörunterstützender Technik wie FM-Anlagen (Kommunikationsanlagen) für besseres Verstehen bei Gästeführungen oder auch Ausstattungen wie Lichtwecker, Rauchmelder etc. in Unternehmungen.

Ein wichtiger Bestandteil des Netzwerk Hören sind die Veranstaltungen. Aufgrund der Coronapandemie wurden in 2022 Gästeführungen und Veranstaltungen mit Hörkomfort weiterhin im eingeschränkten Umfang angeboten.

Die Internetplattform hoeren.saarland des Netzwerk Hören kommuniziert alle Themenfelder des Netzwerks an den Nutzer und ist damit deutschlandweit einmalig. Das Projekt deckt das Handlungsfeld Medizin- und Gesundheitstourismus der Tourismusstrategie ab. Gleichzeitig leistet es einen wichtigen Beitrag zum barrierefreien Tourismus.

Ziele des Projekts

- Nutzung von Synergien zwischen medizinisch-therapeutischen Angeboten und Tourismus
- Ausbau von touristischen Angeboten für Menschen mit Hörbehinderung und deren Angehörigen
- Kooperationen mit den Kliniken, Hörgeräteakustikern und touristischen Partner*innen
- Wissensvermittlung, Sensibilisierung und Qualitätssicherung
- Unterhaltung der Informations- und Marketingplattform (hoeren.saarland)
- Erlangung eines Alleinstellungsmerkmals

Maßnahmen und Aktivitäten in 2023

- Kooperationen mit und Werbemaßnahmen in Fachmagazinen und auf Social Media Kanälen
- Gewinnung weiterer touristischer Betriebe zur Umsetzung des Qualitätssiegels „Hören mit Herz“ und/oder Beratung zu Investitionen in hörunterstützende Technik
- Praxisseminar „Hören mit Herz“
- Kooperationen mit Netzwerkpartner*innen und touristischen Partner*innen (z. B. Planung von Aktivitäten auf Social Media Kanälen bzw. Zoom-Veranstaltungen)
- Verstärkung der Kommunikation im Gruppenreise-sektor durch Bekanntmachung der Angebote bei Reiseunternehmen, Vereinen und Verbänden
- Stabilisierung und Ausbau des vorhandenen Angebots / der Veranstaltungen

Ansprechpartnerin: Carola Heimann, Tel.: 0681/927 20-30, heimann@tz-s.de

Foto: ©Jens Wegener



4. Querschnittsaufgaben für den Saarland-Tourismus

4.1 Nachhaltiger Tourismus

Das Saarland ist seit 2018, als erstes Bundesland überhaupt, mit der TourCert Destinationszertifizierung als nachhaltiges Reiseziel ausgezeichnet. Die TourCert Destinationszertifizierung ist die erste Zertifizierung im deutschsprachigen Raum, welche die Destination als Ganzes betrachtet und die touristischen Anbieter einer Destination mit ins Boot nimmt. Der Kriterienkatalog des TourCert-Systems wurde offiziell vom Global Sustainable Tourism Council (GSTC) anerkannt.

Wichtige Handlungsfelder sind dabei nachhaltige Angebots- und Produktgestaltung, ökonomische Sicherung und lokaler Wohlstand, Natur- und Umweltschutz, Klimaschutz- und Klimawandelanpassung, Förderung der nachhaltigen Mobilität, Ressourcenmanagement, Schutz und Inwertsetzung des materiellen und immateriellen Kulturerbes sowie Gemeinwohl und Beschäftigungsqualität.

Zu diesem Zweck wurden zwei Gremien ins Leben gerufen:

Nachhaltigkeitsrat

Teilnehmende: Dr. Anselm Römer (Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie), Patrick Ginsbach / Dr. Steffen-Werner Meyer (Ministerium für Klima, Mobilität, Agrar und Verbraucherschutz), Christoph Hassel (BUND), Helmut Harth (NABU), Dr. Gerhard Mörsch (Biosphärenzweckverband Bliesgau), Dr. Harald Egidi (Nationalpark Hunsrück-Hochwald), Herbert Hamele (Ecotrans), Michael Buchna (DEHOGA Saarland), Prof. Dr. Peter Heck (Institut für angewandtes Stoffstrommanagement IfaS), Dr. Michael Brand / Nadja Becker (IZES gGmbH).

Aufgaben: Strategisches Expertengremium: Beratung, Prozessbegleitung, Projektentwicklung und Sicherung einer kontinuierlichen und konsistenten Umsetzung des Nachhaltigkeitsprozesses.

Steuerungskreis Mobilität & Tourismus

Teilnehmende: Vertretende der Tourismus Zentrale Saarland, des Zweckverband Personennahverkehr Saarland, des Ministeriums für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie sowie des Ministeriums für Umwelt, Klima, Mobilität, Agrar und Verbraucherschutz und des SaarVV

Aufgaben: Steigerung der Angebotsqualität und der Sicherstellung der Erreichbarkeit touristischer Leuchttürme und (Saarland Card-) Gastgebende, Kommunikation nach innen und außen.

Die TZS pflegt einen kontinuierlichen Austausch mit ihren Partner*innen und initiiert Projekte.

Exzellenzinitiative nachhaltige Reiseziele

Die TZS war an der Entwicklung der Exzellenzinitiative nachhaltige Reiseziele als Projektpartner beteiligt und ist Gründungsmitglied. Die Initiative bündelt die Kompetenzen und Fähigkeiten touristischer Beteiligter im Bereich Nachhaltigkeit und entwickelt gemeinsam innovative Lösungsstrategien, um nachhaltigen Tourismus gemeinsam und kohärent mit starken Partner:innen und Kollegen aus ganz Deutschland voranzutreiben. Gemeinsam mit weiteren Mitgliedern setzt die TZS mit Unterstützung der Initiative ein Pilotprojekt zur Erstellung von Treibhausgasbilanzen für Destinationen anhand der Multiplikationsmethode um. Weitere Arbeitsgruppen und Projekte zum Schwerpunktthema Klimaschutz und Klimawandelanpassung sind vorgesehen.

Interreg Nordwesteuropa Projekt: „Modal shift, routing and nudging solutions in nature areas for sustainable tourism“

Zur weiteren Förderung eines nachhaltigen Tourismus beteiligt sich die Tourismus Zentrale Saarland im Rahmen des Interreg Nordwesteuropa-Programms an dem Projekt „Modal shift, routing and nudging solutions in nature areas for sustainable tourism (MONA)“. Während der Projektlaufzeit werden gemeinsam mit niederländischen, belgischen und französischen Partnern Schlüssellösungen für eine nachhaltige Transformation in Schutzgebieten (wie z. B. dem Nationalpark Hunsrück-Hochwald) entwickelt und erprobt. Die Schwerpunktsetzung des Saarlandes innerhalb des Projektes liegt auf der Entwicklung und Umsetzung von Nudging-Maßnahmen, um Tourist*innen, Bewohner*innen und touristische Akteur*innen zu einem nachhaltigeren Verhalten zu motivieren.



Partnernetzwerk nachhaltiges Reiseziel

Eine nachhaltige Destination ist immer auch ein Gemeinschaftswerk, das von einem partnerschaftlichen Zusammenwirken aller beteiligten Institutionen und Betriebe lebt. Daher haben sich engagierte Betriebe und Einzelpersonen zu einem Nachhaltigkeitsnetzwerk zusammengeschlossen. Die Partnerbetriebe bekennen sich zur nachhaltigen Entwicklung des Saarland-Tourismus, bieten ihren Gästen ein authentisches,

nachhaltiges Reiseerlebnis und sind Botschafter des nachhaltigen Reiseziels Saarland. Das Netzwerk ist offen für weitere Partner*innen.

Ansprechpartnerin: Sabrina Deutsch, Tel.: 0681/927 20-24,
deutsch@tz-s.de



4.2 Qualität

ServiceQualität Deutschland im Saarland

Das Schulungs- und Zertifizierungsprogramm von ServiceQualität Deutschland steht vor allem kleinen und mittleren touristischen Dienstleistungsbetrieben als kostengünstige Alternative zu echten Qualitätsmanagementsystemen zur Verfügung. Mit Hilfe von individuell kombinierbaren Q-Werkzeugen gestalten teilnehmende Betriebe ihr Qualitätsmanagement aktiv und stoßen eine kontinuierliche Verbesserung ihrer Servicequalität an. Der Betrieb kann selbst entscheiden, wie intensiv er in sein Qualitätsmanagement einsteigen möchte. Dazu kann er aus Zertifizierungspaketen in drei Q-Stufen wählen. Das Know-how für die Teilnahme am Zertifizierungsprogramm wird im Q-Seminar vermittelt.

Seminartermine unter
www.q-deutschland.de/q-seminar

Die Teilnehmenden erhalten im Anschluss an ihr Q-Seminar die Zugangsdaten für das SQD Online-Tool. Hier können sie sich ein individuelles Q-Zertifizierungspaket zusammenstellen und mit den Q-Werkzeugen bis zur erfolgreichen Zertifizierung des Betriebs arbeiten. Diese ist drei Jahre lang gültig. Jährlich muss ein neuer Q-Maßnahmenplan eingereicht werden.

Weitere Informationen zur Q-Zertifizierung unter
www.q-deutschland.de

Die Tourismus Zentrale Saarland ist seit 2008 Ansprechpartnerin für ServiceQualität Deutschland im Saarland. Seit Januar 2022 übernimmt die Deutscher Tourismusverband Service GmbH (DTVS) die zentrale Koordinierung des Schulungs- und Zertifizierungsprogramms. Die Tourismus Zentrale Saarland bleibt Partnerin von ServiceQualität Deutschland und somit Anlaufstelle für Betriebe mit Zertifizierungswunsch im Saarland. Ihr Ziel ist es, mit der Q-Zertifizierung ein Qualitätsbewusstsein bei den touristischen Leistungsträger:innen zu schaffen, die Kundenzufriedenheit zu erhöhen und das Saarland als serviceorientiertes Reiseland zu positionieren.

Zusätzliche Vorteile für Q-Betriebe

Die Anschlussgebühr an das TZS-Buchungssystem entfällt. Zusätzlich werden sie in den TZS-Printprodukten und online mit dem Q-Logo gekennzeichnet.

Ansprechpartnerin: Christina Moon, Tel.: 0681/927 20-31,
moon@tz-s.de

Analyse des TrustScore

Die Tourismuskonzeption Saarland 2025 definiert u. a. das Ziel, die „Qualität“ zu steigern. Sie formuliert aber nicht aus, worauf sich „Qualität“ konkret bezieht (Betriebsform, Leistungsträger*innen oder Infrastruktur) und bestimmt auch keine Indikatoren (KPI's) bzw. Werte, an denen wir „Qualität“ messen sollen. Um ein konkretes Ziel bis 2025 anstreben zu können, definieren wir die Zielsetzung im Sinne der Tourismuskonzeption Saarland wie folgt:

Wir steigern den TrustScore im Saarland bis 2025 mindestens bis auf den zu diesem Zeitpunkt aktuellen Bundesdurchschnitt.

Der TrustScore ist eine Punktzahl von 0 bis 100, die aus allen zu einem Übernachtungsbetrieb abgegebenen Online-Bewertungen ermittelt wird. Er wird jährlich im Sparkassen Tourismusbarometer Saarland vorgestellt und soll auch für unsere weitere Qualitätsarbeit als Hauptindikator herangezogen werden. Das heißt, dass die „Qualität“ fortan nicht mehr ausschließlich an Zertifizierungen und Klassifizierungen gemessen wird. Dafür sprechen folgende Gründe:

- Zertifizierungen und Klassifizierungen sind größtenteils rückläufig.

- Online-Bewertungen finden auch ohne eine kostenpflichtige Teilnahmebereitschaft seitens der Leistungsträger*innen und ohne deren Zutun statt.
- Zertifizierungen und Klassifizierungen bilden nicht die echte Leistung an der Kundschaft ab, auch wenn sie „Qualität“ objektiv zu einem bestimmten Zeitpunkt bestätigen.
- Leistungsträger*innen können auch andere QM-Systeme zur Qualitätssicherung einsetzen, die uns nicht bekannt sind.

Die TZS nutzt das Analysetool TrustYou Analytics, um die Qualität von Übernachtungsbetrieben im Saarland zu messen. Die Daten können Aufschluss über eventuelle Defizite geben, die für einen vergleichsweise schlechteren TrustScore im Saarland verantwortlich sind. So hat sich gezeigt, dass wir im Vergleich zum Bundesdurchschnitt schlechter abschneiden, weil Ausstattungsmerkmale der Unterkünfte (z. B. Zimmer) schlechter bewertet werden. Um den TrustScore zu erhöhen, sollen Maßnahmen entwickelt werden, die Unterkünfte bei der Verbesserung ihrer Ausstattung unterstützen.

Saarland Styleguide

Der Gestaltungsleitfaden „Saarland Styleguide“ (Arbeitstitel) soll Tipps und Wissenswertes rund um das Thema „Inneneinrichtung von Unterkünften“ vermitteln. Mit Hilfe von Referenzbetrieben aus dem Bereich Hotellerie und Ferienwohnungen wird ein Architekturbüro Gestaltungsbeispiele erarbeiten. Diese werden mit Checklisten und hilfreichen Hinweisen, zum Beispiel zu den Zielgruppen im Saarland, ergänzt. Der Styleguide soll eine zum Saarland passende Ausgestaltung von Innenräumen begünstigen und über den Online-Tourismuslotsen sowie die Tourismuslotsen-Projektpartner MWIDE, DEHOGA und IHK Saarland transportiert werden.

Foto: © Hanna Wifite



Ansprechpartnerin: Stephanie Kaiser, Tel.: 0681/927 20-17, kaiser@tz-s.de

Qualitätszirkel

Aus dem Zwischenbericht der Tourismuskonzeption 2025 hat sich ergeben, dass eine koordiniertere, strukturiertere und intensivere Bearbeitung des Themas „Qualität“ notwendig ist. Aus diesem Grund wurde der „Qualitätszirkel“ gegründet, welcher aus Vertretenden der Landkreise, IHK Saarland, DEHOGA Saarland und TZS besteht.

Ziele:

- Entwicklung von Maßnahmen zur Erhöhung des TrustScores
- Förderung der betrieblichen Qualität im Saarland

Teilnehmende:

- Vertretende aus den regionalen Tourismusorganisationen
- IHK Saarland
- DEHOGA Saarland

Ansprechpartnerin: Christina Moon, Tel.: 0681/927 20-31, moon@tz-s.de

Ergänzende Infrastruktur

Überarbeitung der Infotafeln des Typ „SaarErlebnisland“. Bestandsanalyse, Entwicklung eines neuen, zeitgemäßen Layouts/Designs, Leitfaden zur Umsetzung für Landkreise und Kommunen.

Ansprechpartner: Klaus Wallach, Tel.: 0681/927 20-23, wallach@tz-s.de

5. Umsetzungsmanagement

Um den Erfolg der Tourismuskonzeption Saarland 2025 zu gewährleisten, wurde in 2018 ein Umsetzungsmanagement installiert, das bei der TZS angesiedelt ist. Dem Umsetzungsmanagement kommt in erster Linie eine steuernde und begleitende Funktion zu: Zentrale Aufgaben sind die Evaluierung des Umsetzungsstandes der Tourismuskonzeption, die Prüfung von touristischen Maßnahmen und Umsetzungsprojekten auf ihre Strategiekonformität und die Erfassung von Handlungsbedarfen. In einem Steuerungskreis unter Leitung des Ministeriums für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie wird der Umsetzungsstand jährlich diskutiert und das weitere Vorgehen abgestimmt.

In 2021 wurde zur Halbzeit der Tourismuskonzeption eine Zwischenevaluation durchgeführt. In der ersten Jahreshälfte 2023 soll erneut eine Evaluation des Umsetzungsstands durch ein Maßnahmen- und ein Wirksamkeitsmonitoring erfolgen. Die Ergebnisse sollen zu Beginn der Planung der saarländischen Tourismusstrategie nach 2025 – der Prozess soll Mitte des Jahres starten – als Diskussionsgrundlage für die weitere Planung vorliegen.

Die Zwischenevaluation zur Halbzeit der Tourismuskonzeption benannte die Analyse und Anpassung der Arbeitsstruktur und Kommunikationswege durch die

Veränderung der Aufgabenprofile im Destinationsmanagement als einen wichtigen Handlungsbedarf. Um die Frage zu klären, für welche touristischen Themen welches Bearbeitungsformat auf Landesebene (z.B. Projektkreis, Netzwerk etc.) mit welchen Akteur*innen entsprechend den definierten Aufgaben im jeweiligen Thema gebraucht wird, wird das Umsetzungsmanagement in 2023 eine Analyse der vorhandenen Arbeitsformate auf Landesebene durchführen.

Mit ihrer Arbeit trägt die TZS in vielfacher Weise zur Erreichung der in der Tourismuskonzeption benannten Ziele und Erfüllung der Querschnittsaufgaben bei. Bei der jährlichen Projekt- und Marketingplanung wird seit 2019 ein Bewertungsraster angelegt, das eine Einschätzung dazu gibt, wie strategiekonform und damit zielführend eine geplante Maßnahme sein wird. Diese Maßnahmenbewertung wird als Entscheidungsgrundlage für die finale Jahresplanung herangezogen. Das bedeutet, dass alle Maßnahmen und Projekte in dem hier vorliegenden Fahrplan für das Destinationsmanagement 2023 bewertet wurden und auf ein oder mehrere Ziele und Querschnittsaufgaben der Tourismuskonzeption einzahlen.

Ansprechpartnerin: Teresa Thome, Tel.: 0681/927 20-42,
thome@tz-s.de

Foto: © Timo Rende





Tourismus Zentrale Saarland GmbH
Trierer Straße 10, 66111 Saarbrücken
Tel.: +49 (0)681/92720-0, E-Mail: info@tz-s.de
www.urlaub.saarland