

Tourismus „Post Corona“ -Die touristische Vermarktung der Region Bonn/Rhein-Sieg -

Eine Präsentation der Tourismus & Congress GmbH
Region Bonn/ Rhein-Sieg/ Ahrweiler
im Ausschuss für Wirtschaft, Digitalisierung und Tourismus (AWDT)



THEMEN

Was ist wichtig?

- **Ausblick**
 - Folgen, Herausforderung, Chancen für die Region Bonn
 - Marktforschung
- **Säulen der Vermarktung - EFRE-Förderungen**
 - Touristisches Datenmanagement NRW: offen, vernetzt, digital
 - REACT-EU
- **Säulen der Vermarktung - Kommunikation**
 - Online Marketing, Blog, Social Media
 - Tourismus Kampagne 2021/2022, Ansätze Stufe 1 & 2
- **Weitere Schritte aus der Krise in die Zukunft**
- **Territoriale Tourismuskonzepte EFRE 2021 – 2027 – Chancen für die Region**

AUSBLICK

Folgen – Herausforderungen - Chancen

AUSBLICK

Folgen – Herausforderungen - Chancen

Folgen

- **Einbruch** des Tourismus- und Kongress/Eventgeschäftes
- **Unklare Perspektive** im Tourismus
- Nur **schwere Planbarkeit** im Tourismus
- **Verunsicherung** auf Nachfrager und Anbieterseite
- Pandemisch **verändertes Reiseverhalten**:
 - national statt international
 - Veränderte Buchungsanforderungen/z.B. Stornobedingungen
 - draußen statt drinnen
- Höheres **Sicherheitsbedürfnis**
- Verändertes **Informationsverhalten** – digital
- Neue **Veranstaltungsformate** – digital/hybrid
- Hohe **Auslastung** der touristischen im Outdoor Bereich Hotspots/Bedarf an **Besucherlenkung**

AUSBLICK

Folgen – Herausforderungen - Chancen

Herausforderungen

- **Tagestourismus** – ist stark gewachsen, gerade bei allem, was draußen stattfindet
- Der **Tourismus beginnt vor der Haustüre (Lebensraummanagement)**
- Das **Lebensraummanagement** bekommt eine **immer stärkere Bedeutung** und wird damit zu einer noch wesentlich wichtigeren **hoheitlichen Aufgabe der Kommunen**
- **Gruppentourismus** – wächst langsam wieder
- **Geschäftsreisen** – Entwicklung eher verhalten (Online Meetings)
- **Kongressgeschäft** - Entwickelt sich stetig positiv, Steigerung der Anfragen nach hybriden Formaten
- **Events finden wieder statt** (hoher Nachholbedarf bsp. Open Air Kulturveranstaltungen)
- Das **Besucherverhalten** entlang der Customer Journey hat sich verändert (Informationsquellen + Kurzfristigkeit der Anfragen und Buchungen, Sicherheitsbedürfnis)
- Die **Produktenwicklung** muss den neuen Sachverhalten angepasst werden
- Veränderte **Dynamik** im Wechsel der Anforderungen
- Die **digitale und nachhaltige Entwicklungen** bekommt eine immer stärkere Bedeutung in der touristischen Vermarktung
- **Marktforschung** wird noch wichtiger für eine zielgenaue und effektive Standortvermarktung

AUSBLICK

Folgen – Herausforderungen - Chancen

Chancen

Die Zukunft der touristischen Vermarktung hat folglich seinen Schwerpunkt in den Bereichen:

Digitalisierung,
Nachhaltigkeit und
Lebensraummanagement

basierend auf den zielgruppenspezifischen (Sinus Milieus) Erkenntnissen der

Marktforschung

AUSBLICK

Beispiele der von der T&C genutzten **Marktforschungsinstrumente**



- **Sinus Milieu** Studien in Kooperation mit Tourismus NRW
- Zahlen, Daten, Fakten Deutschlandtourismus – DTV
- Der Deutsche Reisemarkt Zahlen und Fakten - DRV
- EITW Institut für Tagungswirtschaft – **Tagungsbarometer Region Bonn**
- EITW Institut für Tagungswirtschaft, **GCB – Tagungsbarometer Deutschland**
- **Gästebefragung zu Rhein in Flammen**
- Tourismus Digital – DTV
- **Open Data** im Deutschlandtourismus – DZT
- GfK Destination Monitor, Kompetenzzentrum des Bundes
- **TourismusBarometer NRW** vom DWIF sowie Tagesreisemonitor
- **Studie zum Klimawandel** und Tourismus in NRW, vom MWIDE
- GCB Whitepaper, Zukunftsstudie: Tagung und Kongress der Zukunft
- **Big Data** – Analyse und Auswertung von Nutzerverhalten an den digitalen Touchpoints in der Region (Stelen, PWA)

MARKTFORSCHUNG

und daraus abzuleitende Erkenntnisse für das Destinationsmarketing(Auszug)

- **Bestimmung der Zielgruppen** Sinus Milieus
- **Bestimmung der Zielgebiete** (von vor der Haustür bis International)
- **Definition der Anforderungen** der Nachfrager in Bezug auf die Produktgestaltung und Infrastruktur
- **Definition der Rahmenbedingungen** Buchungsvorläufe/-verläufe, Stornobedingungen
- **Frühes Erkennen von Entwicklungs- Veränderungsprozessen** in den zuvor bekannten Parametern
- **Kurzfristige/Flexible Anpassungsmöglichkeit des Angebotes**

CHANCEN FÜR BONN & RHEIN-SIEG

Region punktet mit Stadt-Umland-Kombination

Potenziale der Stadt Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis durch ein vielfältiges Angebot und eine große Erlebnisdichte:



! Die drei häufigsten Urlaubsaktivitäten bei Städtereisen in Nordrhein-Westfalen in den Jahren 2020 und 2021 waren:

- ! Besuch von *kulturellen oder historischen Sehenswürdigkeiten* (91,7%)
- ! Spazieren gehen (44,6 %)
- ! Aufenthalt in der Natur (41,9 %)

! Top-Aktivitäten 2019 bis 2021:

Bonn: Kultur (73 %)

Rhein-Sieg-Kreis: Aufenthalt in der Natur (61 %), Kultur (53 %) und Wandern (53 %)



Quelle: GfK DestinationMonitor 2019–2021. Urlaubsreisen ab einer Übernachtung, ab 50 km Entfernung.

Bilder: Links; Schloss Drachenburg © Tourismus NRW e.V. Rechts; Bonner Südstadt © Johannes Höhn.

EFRE FÖRDERKULISSEN – Förderprojekte zur Stärkung des Destinationsmarketings der Region

**Touristisches Datenmanagement
REACT-Maßnahmen**

EFRE-FÖRDERUNGEN

Status Quo

Starterprojekt Touristisches Datenmanagement NRW:
offen, vernetzt, digital



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung



EFRE.NRW

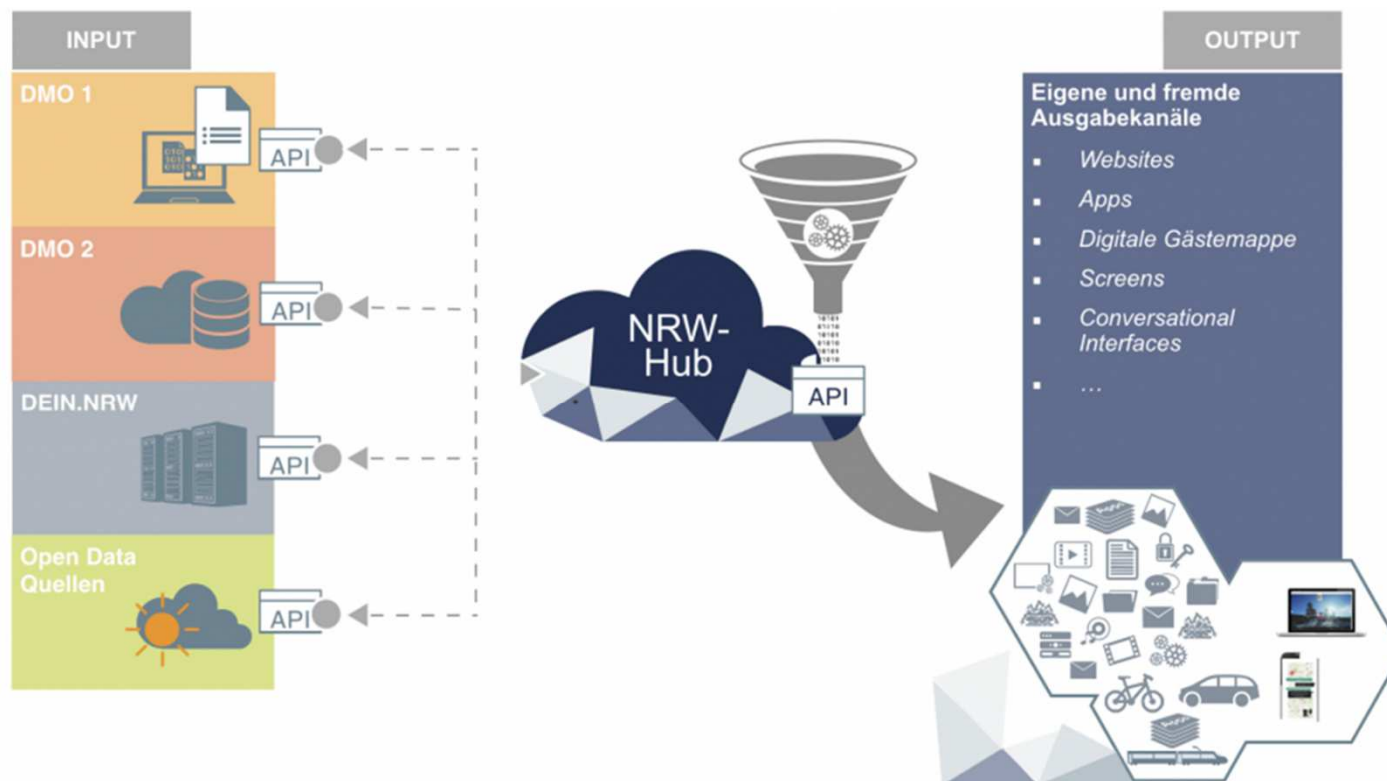
Investitionen in Wachstum
und Beschäftigung

Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitalisierung und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen



DER DATA HUB NRW

Open Data Drehscheibe für touristische Daten aus der Region und Basis für die Entwicklung einer Smart Destination



**Datenvertrieb
und
regionale
Anwendungsfälle**

DIGITALISIERUNG IM TOURISMUS



TOURIST. DATENMANAGEMENT NRW

Status Quo digital erfasster touristischer Datenbestand aus der Region Bonn in der regionalen Datenbank.

	POIs 416
	Gastronomie 177
	Gastgeber 99
	Touren 55
	Veranstaltungen 116

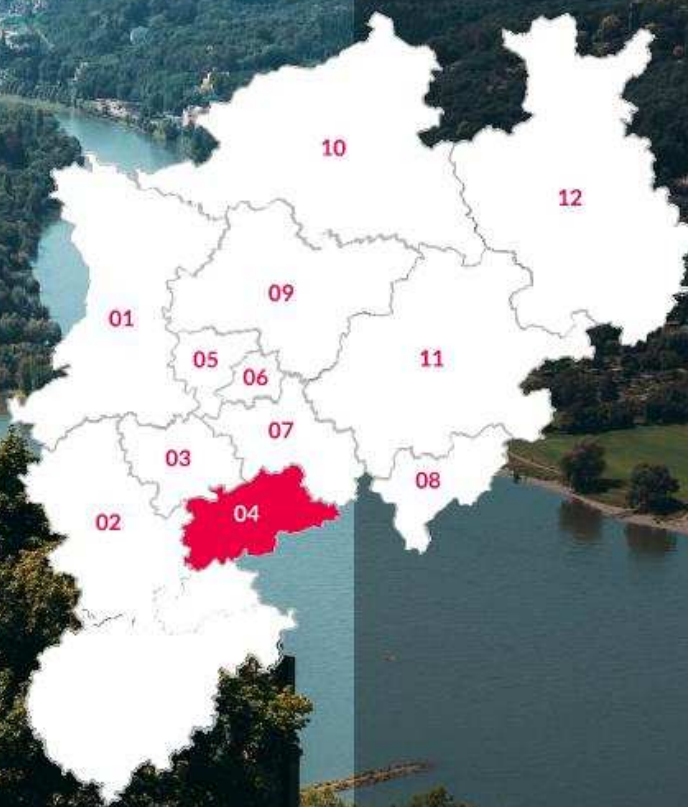
Aktuell wurden über **860** touristisch relevante Datensätze, aus der Region Bonn strukturiert, maschinenlesbar, in Kooperation mit den regionalen touristischen Organisationen erfasst.

(BonnInformation, Naturregion Sieg, Siebengebirgstourismus, Rhein Voreifel Touristik)

TOURIST. DATENMANAGEMENT NRW

Status Quo Datenbestand aus der Region Bonn im Daten Hub NRW

Über **580**
touristische
Datensätze aus der
Region Bonn sind
aktuell als offen
lizenzierte Daten
über den Data Hub
NRW verfügbar und
werden in den
VERTRIEB
gebracht. Tendenz
steigend!



Bonn und Rhein-Sieg-Kreis

Übersicht Datensätze der Tourismus & Congress GmbH Region Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler

265 Sehenswürdigkeiten

156 Gastronomie

128 Touren

19 Gastgeber

13 Veranstaltungen

TOURIST. DATENMANAGEMENT NRW

Der Datenbestand muss organisch wachsen

Ziele

Ziel 1: Kontinuierlich mehr ausgewählte Daten für den Daten Hub NRW aus der Region Bonn qualifizieren und bereitstellen. Im zweiten Schritt auch mehrsprachig.

Ziel 2: kontinuierlich mehr ausgewählte Datenbestände aus der Region Bonn miteinander vernetzen

- Geplant sind u.a. die **Anbindung** regionaler **Veranstaltungsdatenbanken**
- Perspektivisch soll auch eine **Verarbeitung von Echtzeitdaten** im Daten Hub NRW möglich werden (ÖPNV Daten, Belegung Radvermietungsstationen, Parkhäuser, etc.)
- Perspektivisch denkbare **Ausspielung von zielgruppenspezifischen Inhalten** nach Sinus Milieus

TOURIST. DATENMANAGEMENT NRW

Der Daten Hub NRW als Datendrehscheibe für regionale touristische Daten



WER NUTZT DIE DATEN?



... über 150 individuelle Zugriffe auf den Open Data Finder

Deutschland
Das Reiseland



infomax

MAQNIFY
sites worth seeing.



places

con•terra



ONLIM

NORD
RHEIN
WEST
FALEN

Tourismus NRW e.V.

Auswahl aktueller
Datenabnehmer
bei Tourismus NRW e.V.

TOURIST. DATENMANAGEMENT NRW

Der Daten Hub NRW als Datendrehscheibe für regionale touristische Daten

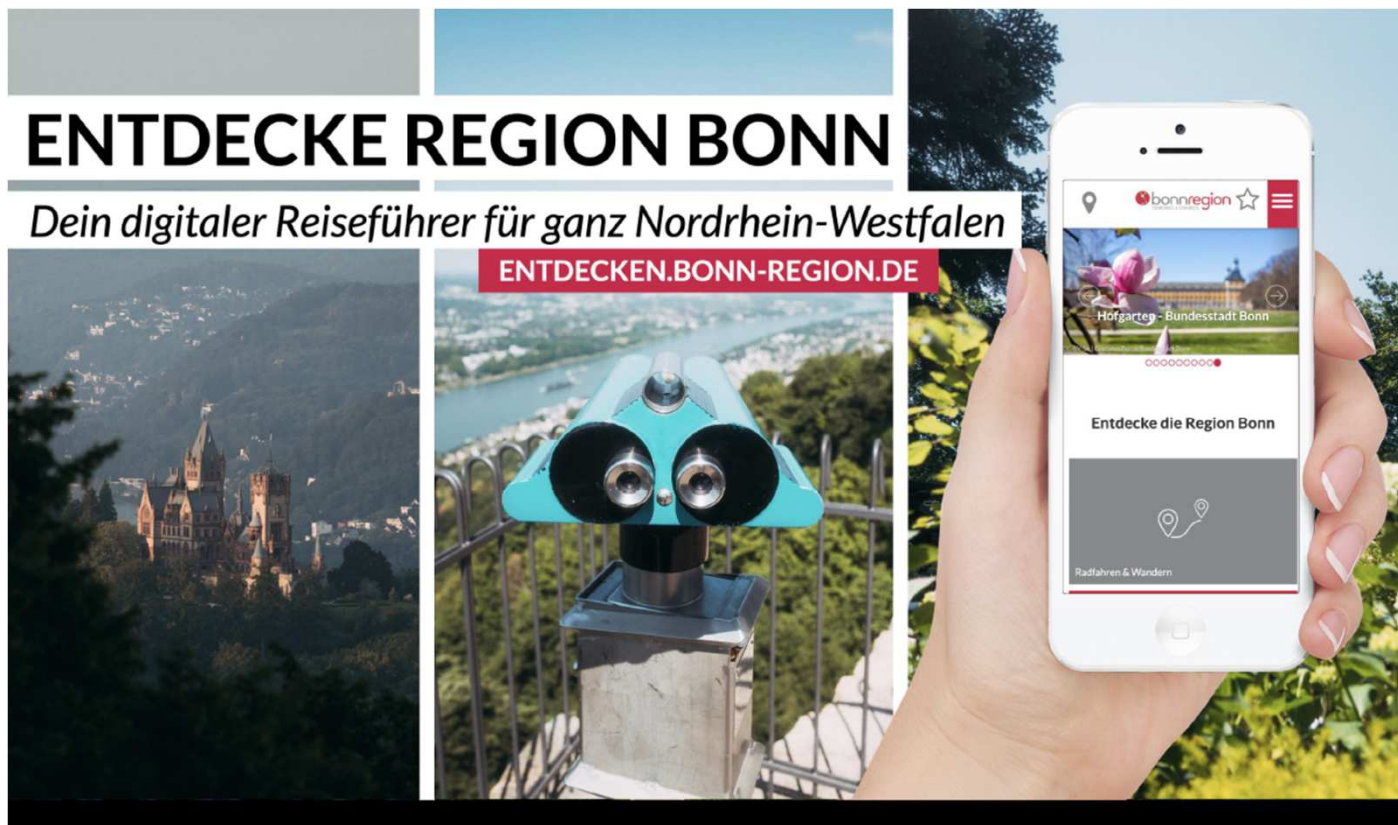
1. **Auf- und Ausbau** des **digitalen Datenvertriebs**. Nutzung der Reichweite/Viralität von Daten für das Destinationsmarketing
2. **Kooperation** mit landesweiten und **nationalen touristischen Datenbanken** als Datendrehscheibe und Multiplikator für Daten aus der Region
3. **Kooperation mit Datenabnehmern** wie OTA`s , Reiseveranstaltern, Buchungsplattformen, Start-Ups, etc.

TOURISTISCHE DATEN ALS MEHRWERT

Beispiel: Ausbau der digitalen Besucherinformation in der Region Bonn

TOURIST. DATENMANAGEMENT NRW

Anwendungsfall für Daten – Der digitale Reiseführer für die Region Bonn (PWA)



Der Reisebegleiter auf dem Smartphone für Gäste in der Region Bonn, zur Visualisierung und Abruf von qualitativ hochwertigen Daten aus der der Region Bonn.

Teil einer vernetzten „PWA Familie“ in ganz NRW!

Die PWA, der kleine Reiseführer vor Ort

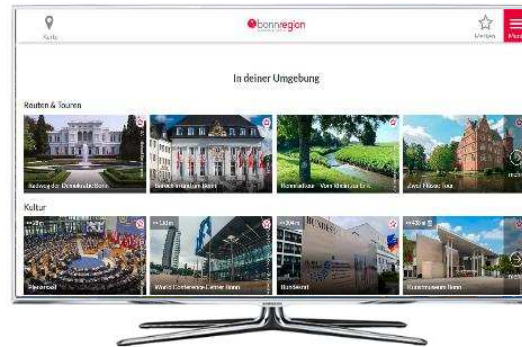
TOURIST. DATENMANAGEMENT NRW

Vernetzte Anwendungsfälle - Die PWA, Digitale Informationsstelen und Webseiten

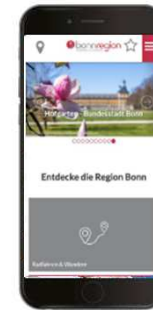
Ausgabe auf Stelen



Ausgabe auf Webseiten
(Widget Einbindung)



Ausgabe auf
Smartphone



Touristische Daten
können auf einer Vielzahl
an Ausspielungskanälen
dank einer PWA
Anwendung, dem Gast
bereit gestellt werden

**Die PWA ein
skalierbares
Multi-Tool!**

TOURIST. DATENMANAGEMENT NRW

Pilot-Projekt Besucherfrequenzmessung in Bonn & Köln



50 WiFi Zähler stehen
zur Erprobung
in der Region Bonn bereit!



EFRE-FÖRDERUNGEN

Status Quo

REACT-EU – Digitalisierung im Tourismus



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung



EFRE.NRW

Investitionen in Wachstum
und Beschäftigung

Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitalisierung und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen



REACT:

Was wird umgesetzt? Bewilligte Maßnahmen im Überblick

Bereich touristische Infrastruktur - Digitale Informationsstelen



Anschaffung von **41** digitalen Informationsstelen (indoor & outdoor) als Touchpoints zur Visualisierung Touristischer Daten aus der Region Bonn an relevanten Standorten in der Region Bonn

10x



Auszug Standorte Outdoor

Variante:

Hennef
Eitorf
Windeck
Bad Honnef
Troisdorf
Rheinbach
Swisttal
Wachtberg
Much
Lohmar

3 x



28 x



REACT:

Was wird umgesetzt? Bewilligte Maßnahmen im Überblick

Content



Produktion von ca. **375** Bildern aus unterschiedlichen Themenwelten

Produktion von Illustrationen, Icons, Symbolbildern (ca. 50 Stück)



Produktion von Audiospuren für Datenbanken



Produktion eines Imagefilm (**4** „Einzelfilme“ inkludiert)

Produktion von **15** Micro Teasern



Produktion von **25** Podcast-Folgen

REACT:

Was wird umgesetzt? Bewilligte Maßnahmen im Überblick

Digitale Services



- Entwicklung einer neuen **Informationsplattform**
- Einführung eines neuen **Tagungsplaners**
- Einführung eines neuen **E-Mail Marketing / Newsletter Tool B2B und B2C**



Produktion von **Informations- und Beschreibungstexten** sowie
Übersetzungsleistung auch für regionale Datenbankinhalte

REACT:

Was wird umgesetzt? Bewilligte Maßnahmen im Überblick

Digitale Medialeistungen



- Anzeigenschaltung auf touristisch relevanten Plattformen
- Es soll themenspezifischer Content auf reichweitenstarken Online Plattform kommuniziert werden
- Digitale Werbekampagnen sollen thematisch sowohl auf den Leisure (B2C) als auch den Kongress – und Tagungsbereich (M.I.C.E, B2B) ausgerichtet werden

REACT:

Was wird umgesetzt? Bewilligte Maßnahmen im Überblick

Schnittstellen Hardware & Technik



Produktion von Schnittstellen zur Bereitstellung von touristisch relevanten Daten an die datendrehscheibe Data Hub NRW



Aufbau eines Studios zur Produktion von Audio, Film und Live Stream Content



Hardware Ausstattung der T&C zur Verarbeitung digitalen Contents

KOMMUNIKATION

Online & Hybrid

Stufe 1: Region Bonn, überrascht?

Stufe 2: Region Bonn überrascht!

„Natürlich Bunt“

Bonn Regio WELCOMECARD

Netzwerktreffen

DIGITALE ENTWICKLUNG

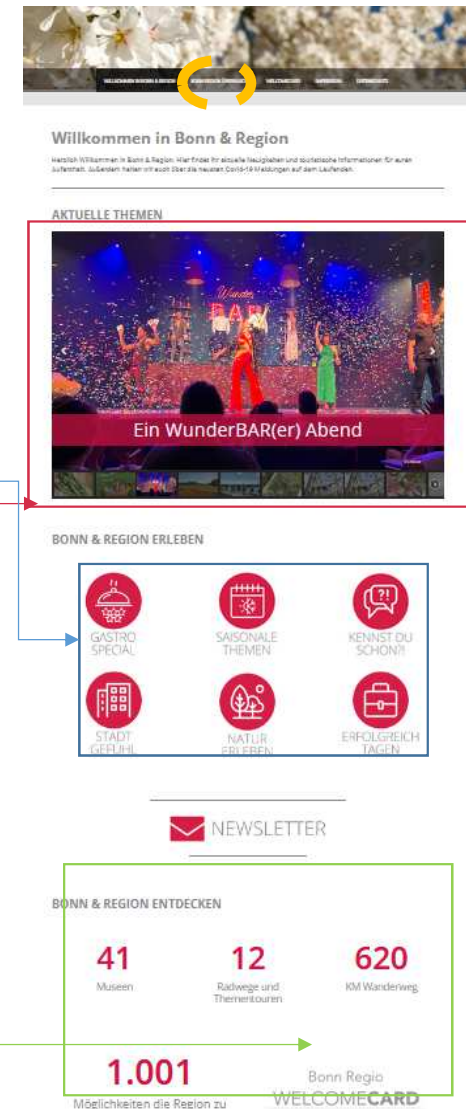
Der Blog

- Weiterentwicklung des Bereichs Social Media & Blogs:
- Neustrukturierung der Inhalte
- optische Überarbeitung des Blogs
- Darstellung der WelcomeCard
- **Integration einer Kampagnen Landingpage**

Entwicklung neuer Kategorien und einer Themenagenda

Einheitlicher Look// klar strukturiert// Fokus auf SLIDER
„wirkt aufgeräumter und aus einem Guss“

Counter gibt Keyfacts zum Angebot der Region



MESSEN & DIGITALES

Auszug für 2022



Messen

ITB Berlin
Digital Business Day
17.03.2022

GTM Oberammergau
01.05.-03.05.2022

Ideenmarkt Maritim Hotels
März 2022

DZT Workshops Auslandsmärkte
Niederlande, Belgien, Österreich
Jan – Juni 2022

RDA Köln
26.04.-17.04.2022

IMEX Frankfurt
31.05.-02.06.2022

Messen noch offen:

DZT Nordeuropa Workshop (Norwegen,
Dänemark
Oktober 2022

Deutscher Verbändekongress Berlin
Oktober 2022

DZT Jahresabschlussveranstaltung Schweiz
22.11.2022

Netzwerktreffen

April 2022
Aktuelle Trends & Produkte

Juni 2022
Elebnis & Verantwortung in der Natur –
Besucherinformation und Besucherlenkung

Sept. 2022
Instrumente der Marktforschung – Kennzahlen und deren
Erhebung

Nov. 2022
Sustainability – wie nachhaltig kann Tourismus sein?



KAMPAGNE 2021

Resümee

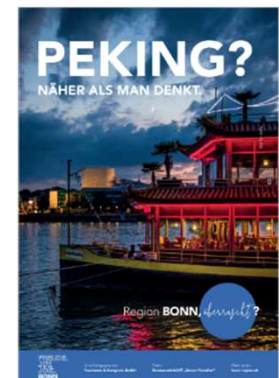
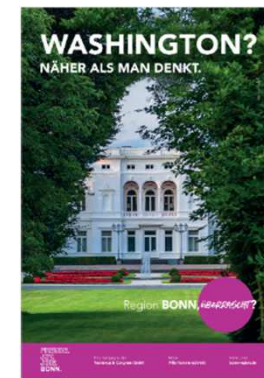
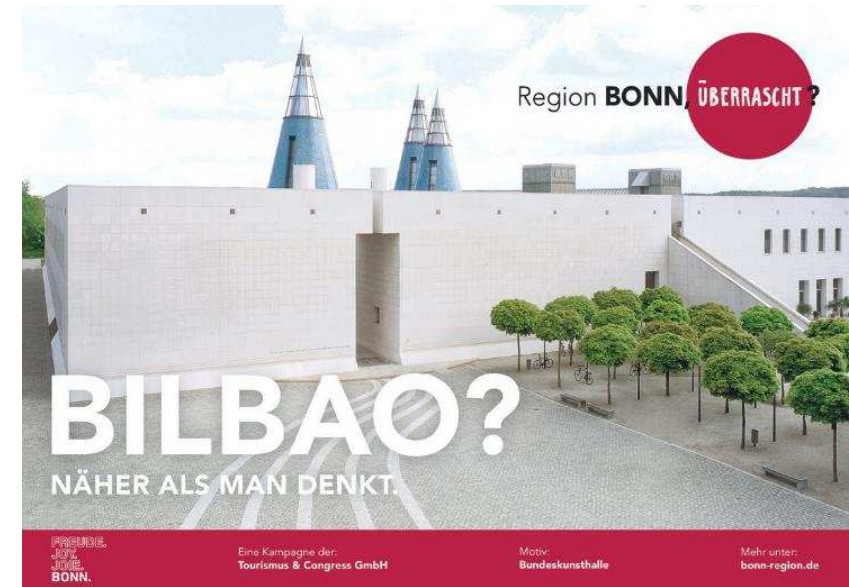
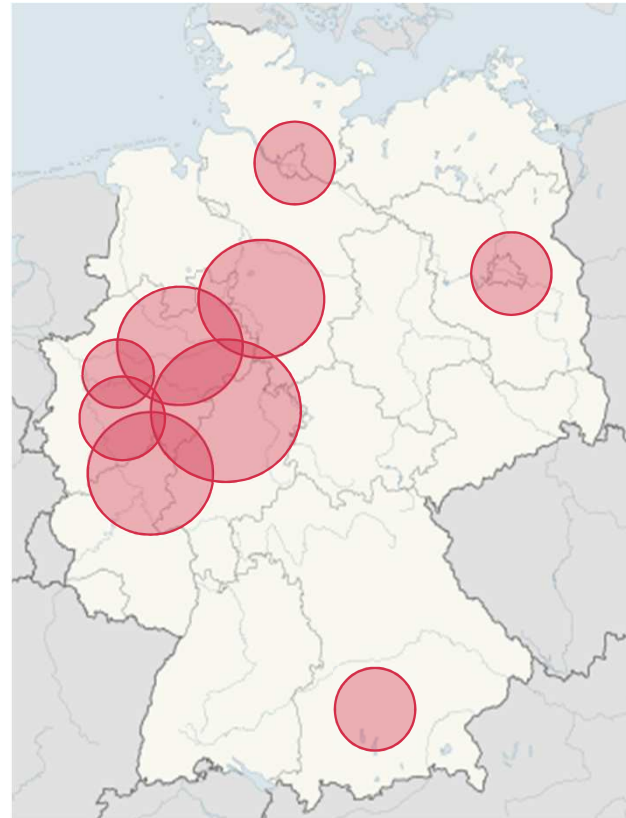
Ausprägung Out-of-Home Werbung

4 Motive
3 x Citylight Poster
1 x Großfläche

Mediavolumen
ca. 300.000 Euro

Technische Kosten
ca. 30.000 Euro

Distribution
ca. 400 Flächen in
ca. 1150 Belegungseinheiten
7 Bundesländern
13 Städte bzw. Großräume



KAMPAGNE 2021

Resümee

Reichweite
Out-of-Home Werbung

Zielgruppe:
Bevölkerung ab 14 Jahre

Grundgesamtheit im Einzugsgebiet: 8,58 Mio.

Reichweite: 4,80 Mio. (56,0%)

TKP: 9,21

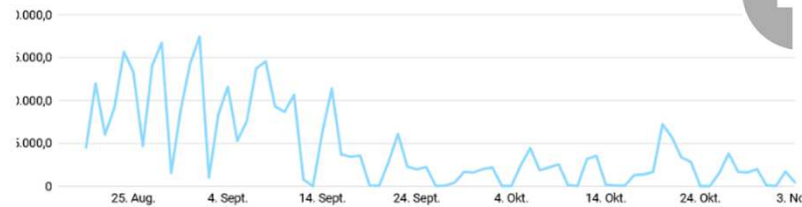
Weitere **150.000 Euro** nutzbares Media in 2022



EINORDNUNG: Im Belegungsgebiet mit ca. 8,5 Mio. Einwohnern mehr als jeden 2. erreicht. Das im Schnitt mit 6 Wiederholungskontakten. Hiermit liegen wir im guten bis mittleren Bereich // Ströer Statistiken

IM VERGLEICH: Hätte das Belegungsgebiet z.B. mit Zeitungen bespielt werden sollen, hätte das Media-Budget deutlich höher ausfallen müssen (TKPs hier häufig deutlich über 20€)

Social Media Ergebnisse



Reichweite ab
Start der
Kampagne
2021
Aug-Nov

Anzahl der Post
jeweils 39

Reichweite per Post
6227



Reichweite per Post
1349



REGION BONN ÜBERRASCHT!

Stufe 2

Online Fokus: Social Media

Content-Marketing



Zusätzlich zu **starken Bildern** auch **Informationen**, Tipps, Events, Veranstaltungen, Aktivitäten

User Generated Content



Aufruf zum Mitmachen und interagieren. Flankiert durch **Gewinnspiele**. „Zeig uns deine Lieblingsbar“

Storytelling Content



Ausgewählte Persönlichkeiten aus der Region Bonn erzählen **Ihre Geschichte** in Bezug auf einen bestimmten Ort, ein Ereignis oder eine Attraktion

Fokus
Authentizität, Insider-Tipps, spannende Geschichten, **Verschneidung mit Blog**

Influencer Content



Fokus
Einbindung regionaler und Überregionaler Influencer und Partner



KAMPAGNE 2022

Resümee

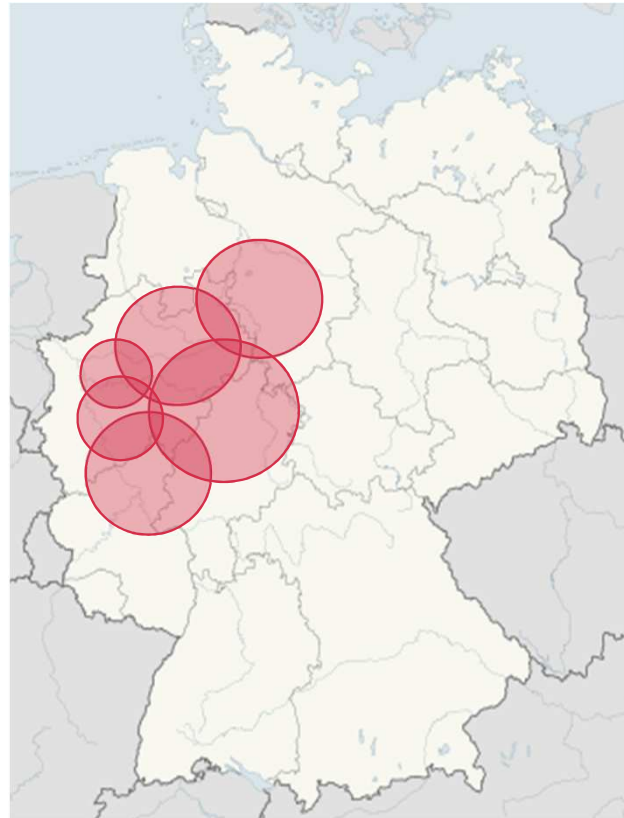
Ausprägung Out-of-Home Werbung

4 Motive
3 x Citylight Poster
1 x Großfläche

Mediavolumen
ca. 125.000 Euro

Technische Kosten
ca. 20.000 Euro

Distribution
ca. 415 Flächen in
ca. 651 Belegungseinheiten
4 Bundesländern
13 Städte bzw. Großräume



Region BONN **ÜBERRASCHT?**



KAMPAGNE 2022

Resümee

Reichweite
Out-of-Home Werbung

Zielgruppe:
Bevölkerung ab 14 Jahre

Grundgesamtheit im Einzugsgebiet: 6,09 Mio.

Reichweite: 3,27 Mio. (53,7%)

TKP: 9,51



EINORDNUNG: Im Belegungsgebiet mit ca. 8,5 Mio. Einwohnern mehr als jeden 2. erreicht. Das im Schnitt mit 6 Wiederholungskontakten. Hiermit liegen wir im guten bis mittleren Bereich // Ströer Statistiken

IM VERGLEICH: Hätte das Belegungsgebiet z.B. mit Zeitungen bespielt werden sollen, hätte das Media-Budget deutlich höher ausfallen müssen (TKPs hier häufig deutlich über 20€)

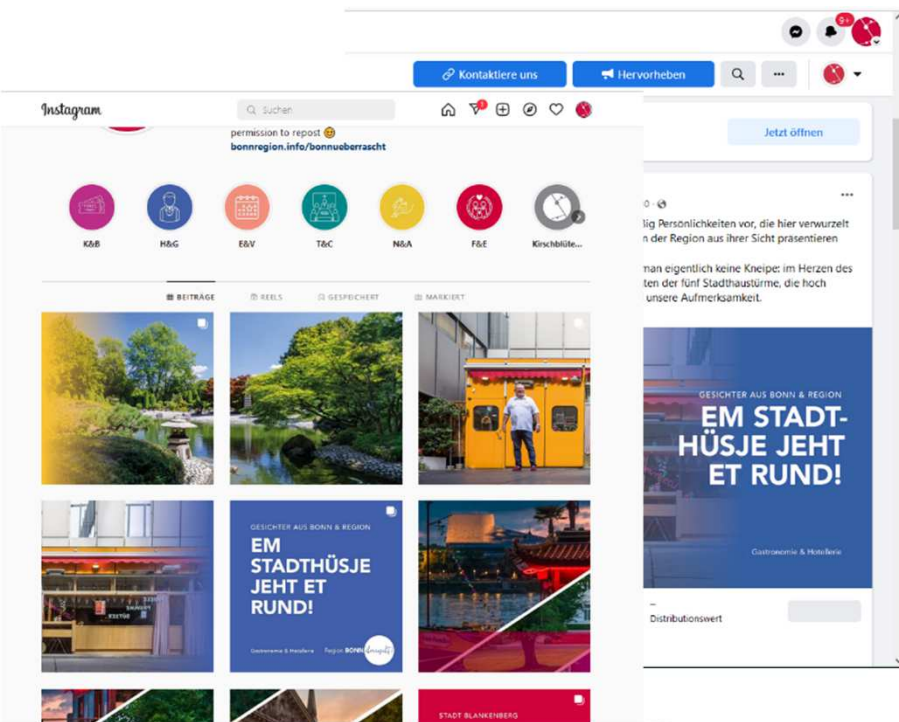
KAMPAGNE 2022

Social Media Postings (Auszug)



KAMPAGNE 2022

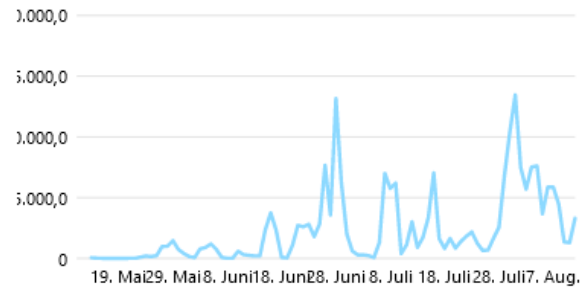
Social Media Ergebnisse



Reichweite

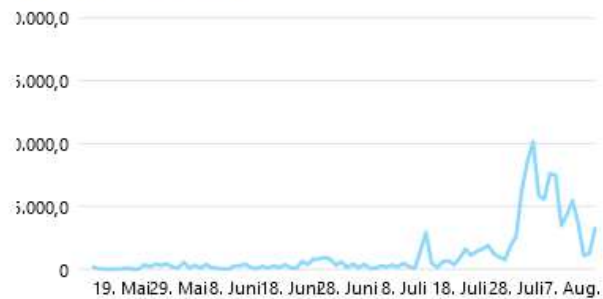
Reichweite der Facebook-Seite 1

138.241 ↑ 1.533,1 %



Reichweite auf Instagram 1

65.751 ↑ 4.741,8 %



Reichweite ab
Start der
Kampagne
2022
Mai-August

Anzahl der Post
Instagram 39
Facebook 13

Reichweite per Post
10.633



Reichweite per Post
1686



NATÜRLICH BUNT

Region **Bonn**, überrascht! #bonnregionüberrascht



NATÜRLICH BUNT

Region **Bonn**, überrascht!
#bonnregionüberrascht



Aufgreifen der **Kampagnen-Designelemente**: Verweis auf **bunte Kreise** aus den Claims

Sie symbolisieren **Vielfalt, Nachhaltigkeit, Diversität Lebensfreude, Angebotsreichtum etc.** und wir tragen das Aktiv nach außen

Saatgutkonfetti lässt sich perfekt auf mehreren Ebenen mit #bonnregionüberrascht und der vergangenen Kampagne in Verbindung bringen

WELCOMECARD

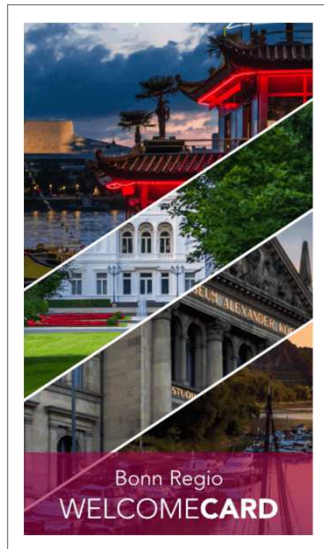
Flexible Bilderwelten



Bilder stellen nur einen beispielhaften Auszug dar

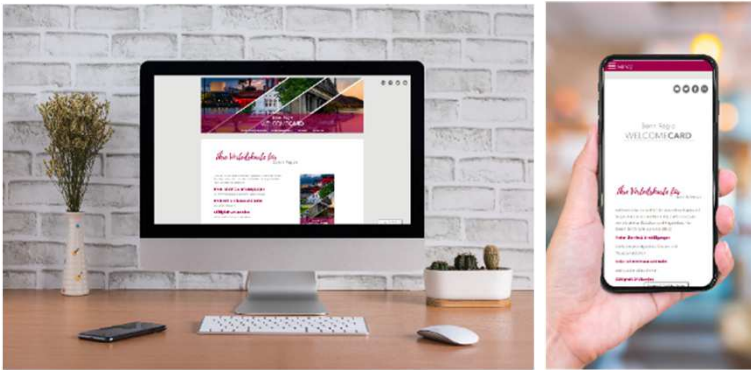
WELCOMECARD

Social Media Adaption



WELCOMECARD

Landingpage



<https://bonnregion.info/welcomecard/>



Ihre Vorteilskarte für Bonn & Region

Entdecken Sie die Vielfalt der gesamten Region und Sie profitieren mit der Bonn Regio WelcomeCard von attraktiven Rabatten und Angeboten. Hier finden Sie Vorteile auf einen Blick:

Freier Eintritt & Ermäßigungen

bei Sehenswürdigkeiten, Museen und Freizeitangeboten

Freie Fahrt mit Bus und Bahn

auch zu den Attraktionen

Gültigkeit 24 Stunden

ab Inanspruchnahme der ersten Leistung



NETZWERKTREFFEN

Next steps

4 Digitale/Analoge Netzwerktreffen in 2022

April 2022

Aktuelle Trends & Produkte

Juni 2022

Elebnis & Verantwortung in der Natur – Besucherinformation und Besucherlenkung

NOV. 2022

Netzwerktreffen Mice - Markt – Chancen und Herausforderungen der Mice - Destination Region Bonn

DEZ. 2022

Sustainability – wie nachhaltig kann Tourismus sein?

Jan. 2023

Instrumente der Marktforschung – Kennzahlen und deren Erhebung

NÄCHSTE SCHRITTE aus der Krise in die Zukunft

SCHRITTE IN DIE ZUKUNFT

Umstellung der Vermarktungsstrategie

1. Ausbau der Marktforschung

2. Intensivierung der digitalen Entwicklung und digitalen Transformation im Tourismus

- Touristisches Datenmanagement
 - Ausbau der Content-Strategie
- Erweiterung der digitalen Infrastruktur
- Teilnahme und Durchführung digitaler - hybrider Messeformate
- Ausbau des Blogs als Kommunikationsplattform
- Ausbau der Social Media Aktivitäten
- Ausbau des digitalen/analogenen Netzwerktreffen als Hilfestellung durch und aus der Krise

3. Kommunikation/Vertrieb

- Schnelle Kommunikationswege (Vertrieb und Partnerschaften)
- Digitale Informationsmöglichkeit vor während und nach der Reise – (Folgetermin - Kundenbindung)
- Auf- und Ausbau des digitalen Vertriebs in diesem Zusammenhang (Nutzung der Viralität in diesem Zusammenhang)
- Umsetzung der Kampagne Stufe1/2/3 „Region Bonn Überrascht!“

SCHRITTE IN DIE ZUKUNFT

Umstellung der Vermarktungsstrategie

4. Ausbau der Nachhaltigen Entwicklung der Region

- Nachhaltige Gästemanagement/Besucherlenkung
- Nachhaltiger Ausbau der Infrastruktur analog der Anforderungen

5. Intensivierung der Teilnahme an Förderungen zum Ausbau der zuvor benannten Themenkomplexe

REGION KÖLN BONN

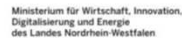
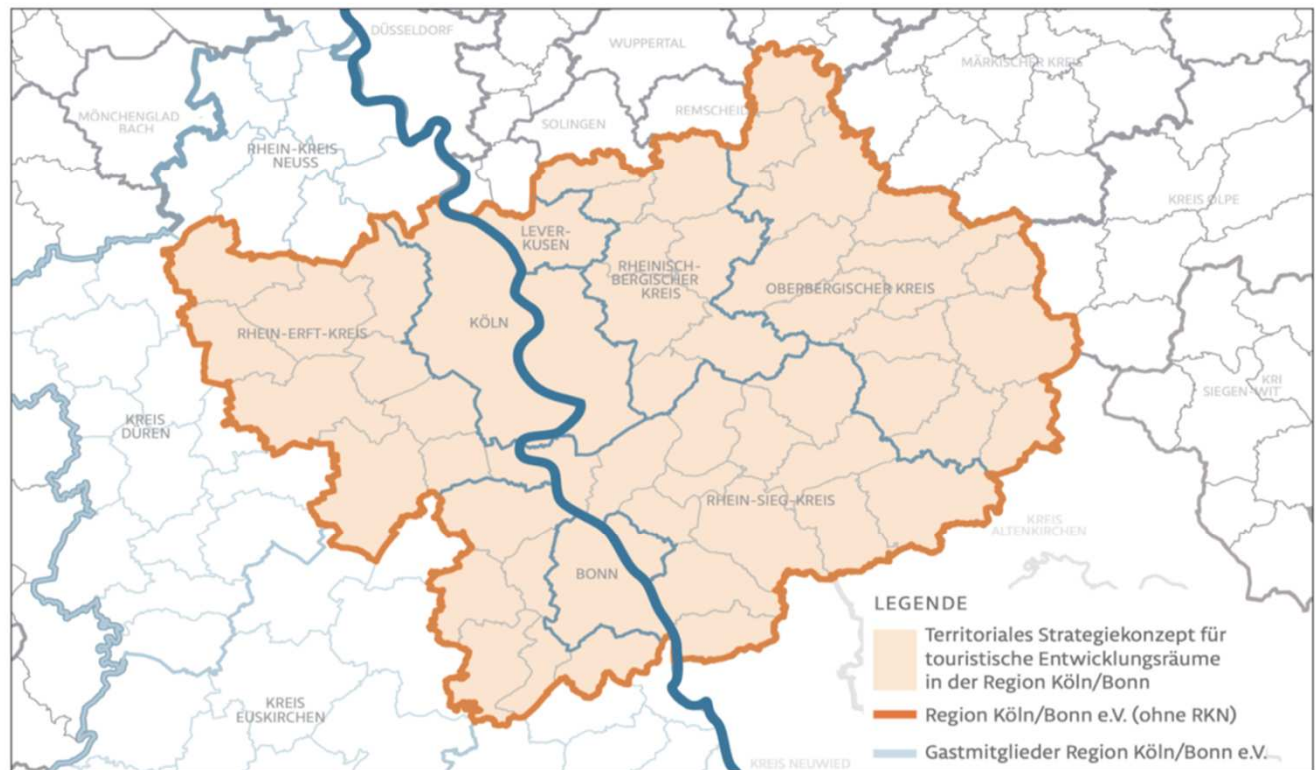
Territoriales Strategiekonzept für die Region Köln/Bonn

Version vom
18. Februar 2022
zur Einreichung bei der
Bezirksregierung
Detmold

Gefördert durch das Land
Nordrhein-Westfalen unter Einsatz
von Mitteln aus dem Europäischen Fonds für
regionale Entwicklung (EFRE) 2014-2020
„Investitionen in Wachstum und Beschäftigung“

EFRE-Förderkennzeichen: EFRE-0300256

Antragsteller: Region Köln/Bonn e.V.

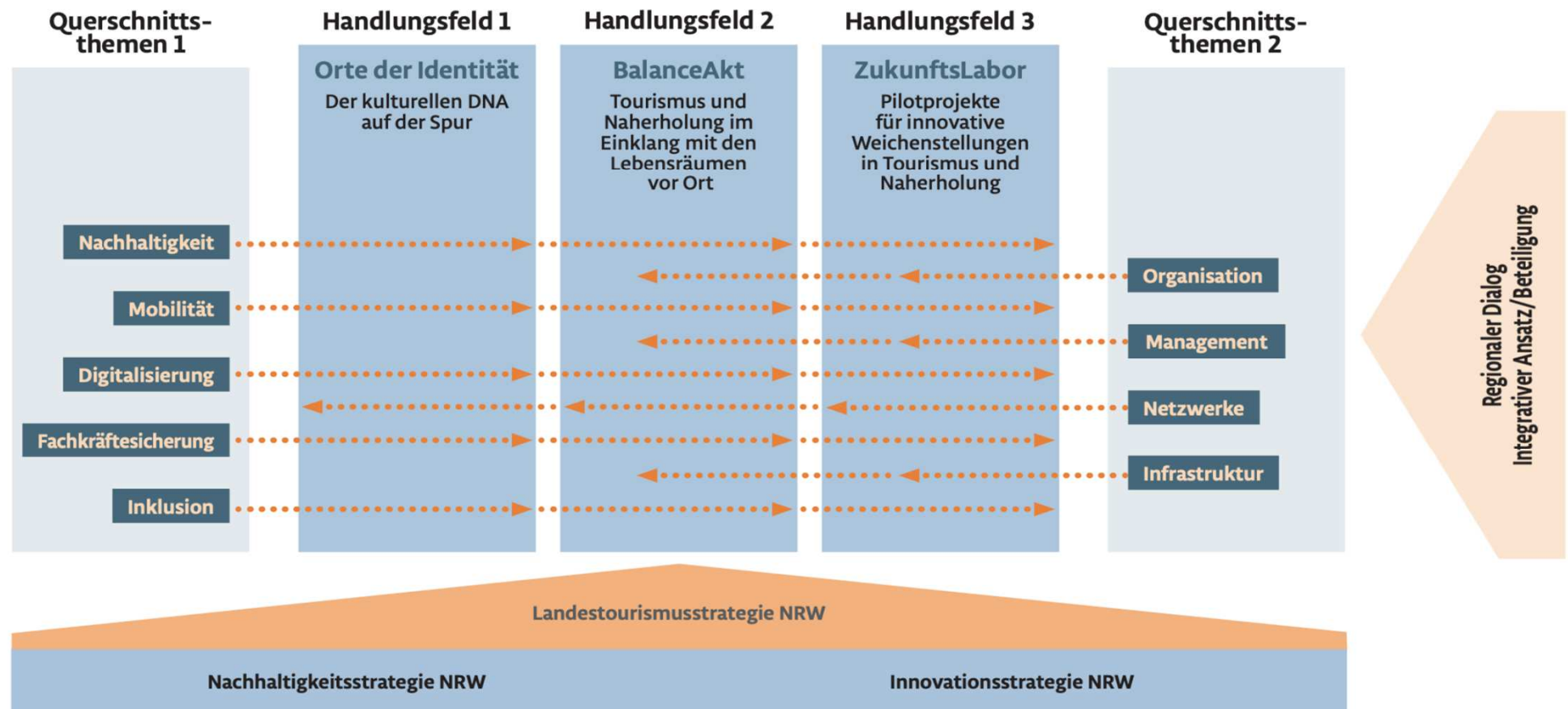


SCHRITTE IN DIE ZUKUNFT

EFRE.NRW 2021-2027

- Laufzeit **6 Jahre**, EFRE Call zur Einreichung von **Projektskizzen ab Juni 2022** erwartet
- Ideen entwickeln, Projekte fördern, Vorhaben realisieren und Potenziale in **Nordrhein-Westfalen** entfalten
- Inhaltliche Schwerpunkte im Segment Tourismus: **Nachhaltigkeit, Mobilität, Digitalisierung, Inklusion und Infrastruktur, integriertes Lebensraummanagement**
- Neue Ausrichtung von EFRE Förderprojekten im Tourismus durch die **Förderung der Vernetzung** mit Organisationen der Zivilgesellschaft
- Regionale Abstimmung von Förderideen beim Köln/Bonn e.V. im Dezember 2021, auf **Basis** des für die Region Köln/Bonn entwickelten „**Strategischen Territorialkonzepts**“, welches die Möglichkeit einer qualitativ verbesserten und lebenswerteren **Entwicklungspolitik für die Region** bietet

Handlungsfelder des Territorialen Strategiekonzeptes



VIELEN DANK
für Ihre Aufmerksamkeit !