

▶ Tourismuskonzept Destination Siegtal



Vorstellung der Kernergebnisse

12. März 2012 in Hennef

Präsentation:

Jan-F. Kobernuß

Nils Möller

ift Köln

Goltsteinstraße 87a

50968 Köln

Tel: 0221-98549501

Fax: 0221-98549550

info@ift-consulting.de

ift Büro Potsdam

Benkertstraße 13

14467 Potsdam

Tel: 0331-2008340

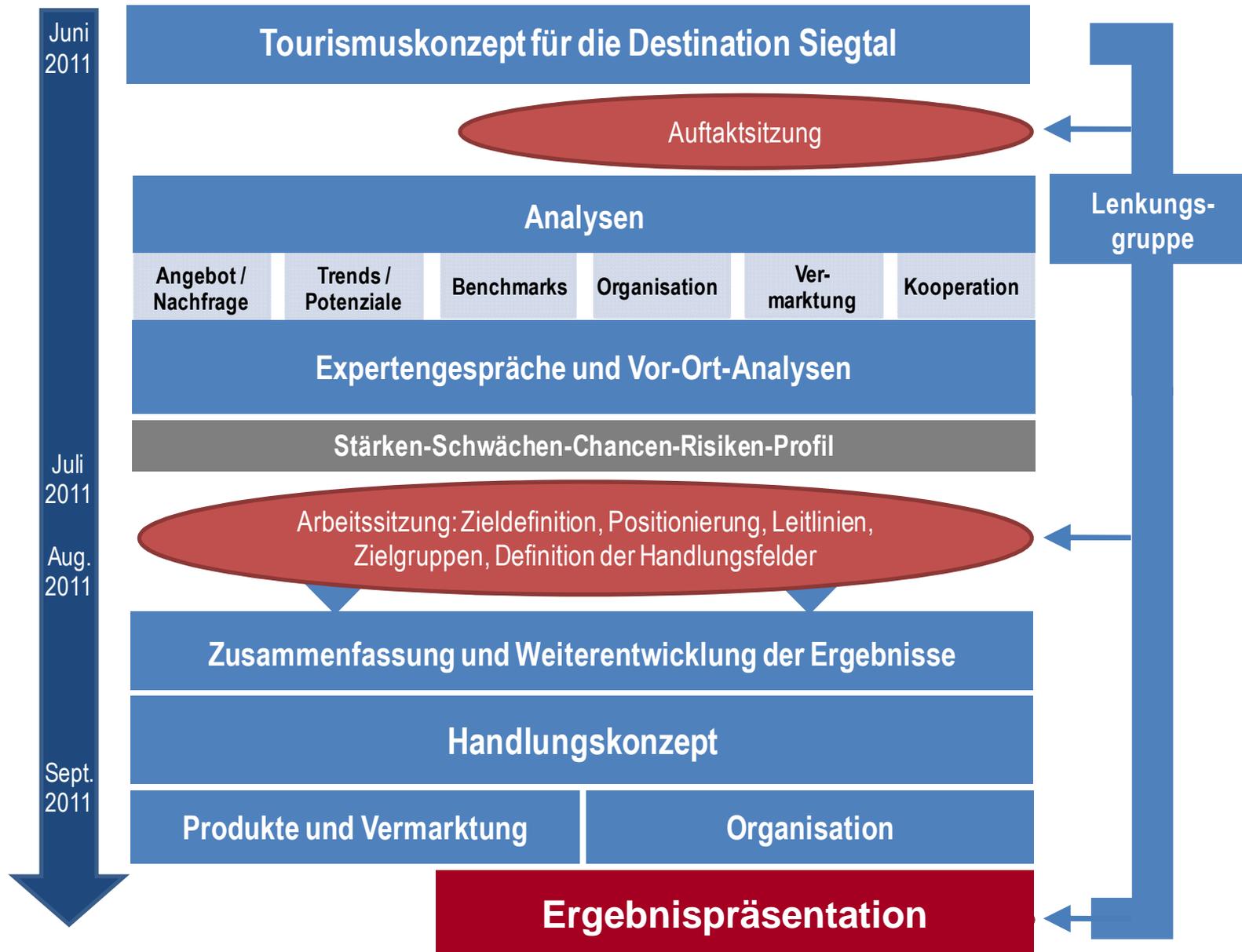
Fax: 0331-2008346

potsdam@ift-consulting.de

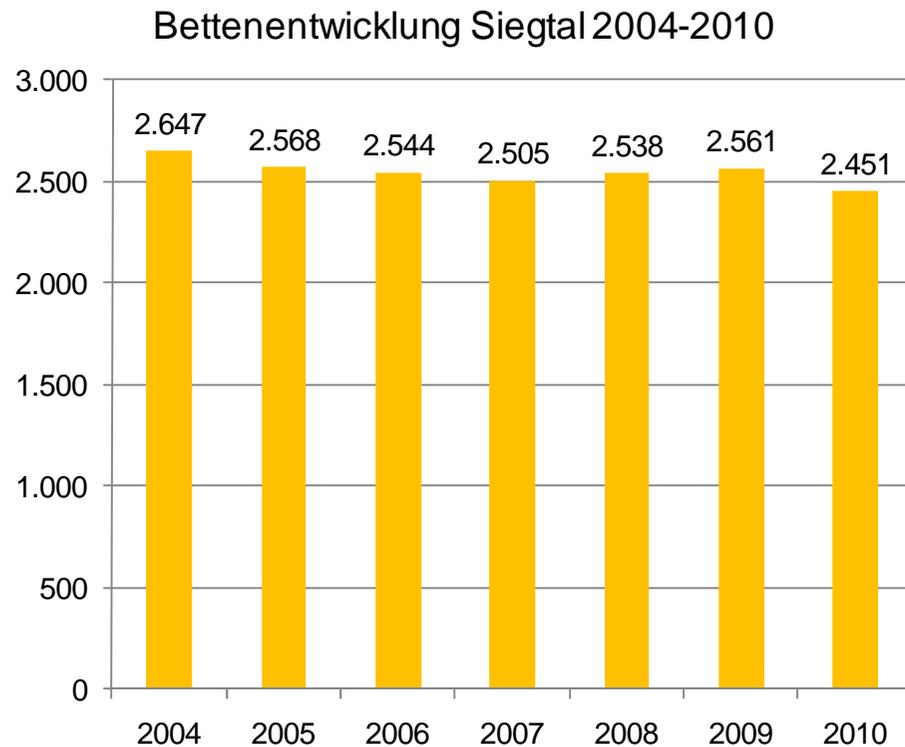
Vorgehensweise

- ▶ **Ausgangssituation/Projektaufbau**
- ▶ **Analyseergebnisse, SWOT**
- ▶ **Ziele und Leitlinien für die weitere touristische Entwicklung**
- ▶ **Positionierung und Festlegung der zentralen Handlungsfelder**
- ▶ **Ausgewählte Projekte und Maßnahmen**
- ▶ **Fazit**
- ▶ **Diskussion**

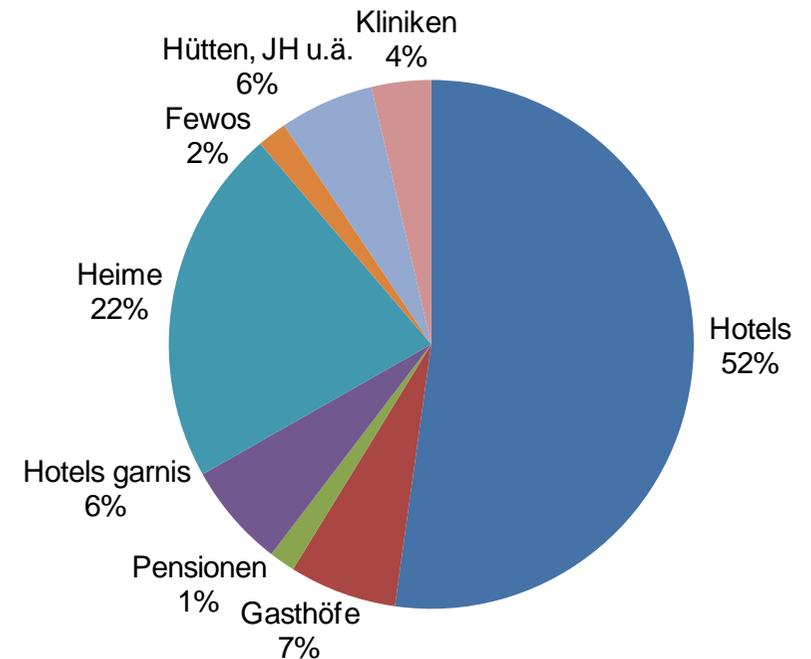
▶ Ausgangssituation/Projektaufbau



► Bettenangebot im Siegtal insgesamt



Betten nach Betriebsarten Siegtal 2010

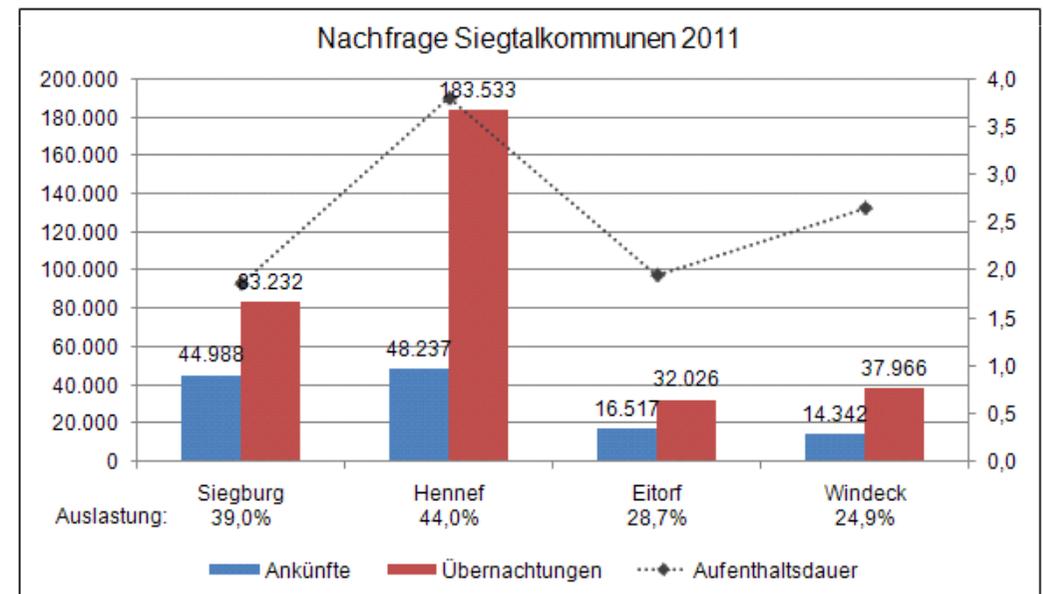
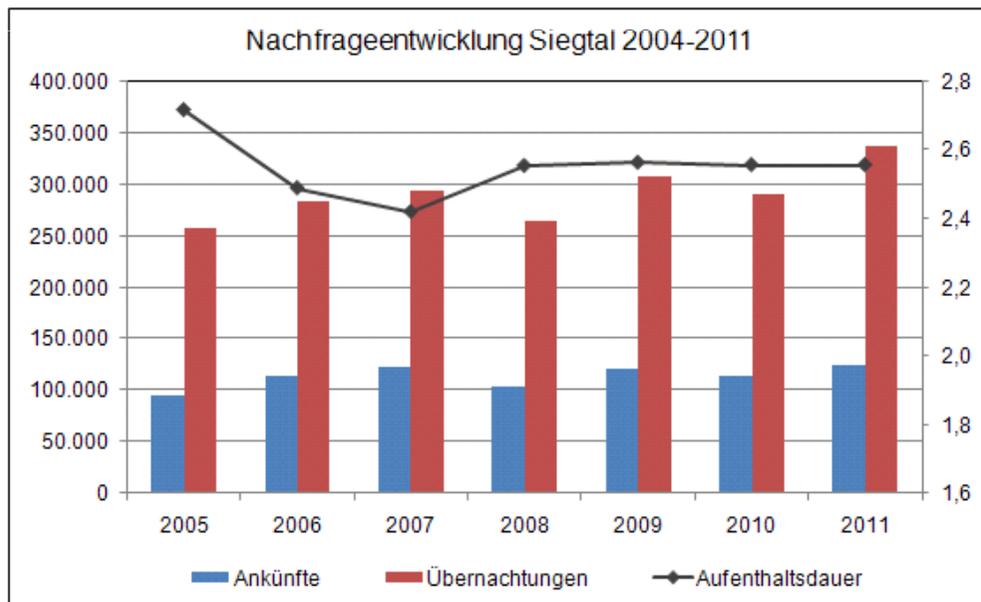


- Entwicklung der Zahl der Betten in den letzten 7 Jahren leicht rückläufig (-7,4%)
- Ab 2008 Camping enthalten (Schlafgelegenheiten)

Quelle: IT.NRW 2005-2011

► Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen 2004-2011

- 124.084 Ankünfte und 336.757 Übernachtungen im Jahr 2011
- Spitzenreiter Hennef mit 48.237 Ankünften und 183.533 Übernachtungen (für diese positiven Werte in Hennef sind insbesondere die Sportschule Hennef sowie Eschenberg-Wildpark-Klinik mitverantwortlich)



Quelle: IT.NRW 2005-2011

▶ **Touristische Kennziffern 2010**
(Betten, Ankünfte und Übernachtungen pro 1.000 Einwohner)

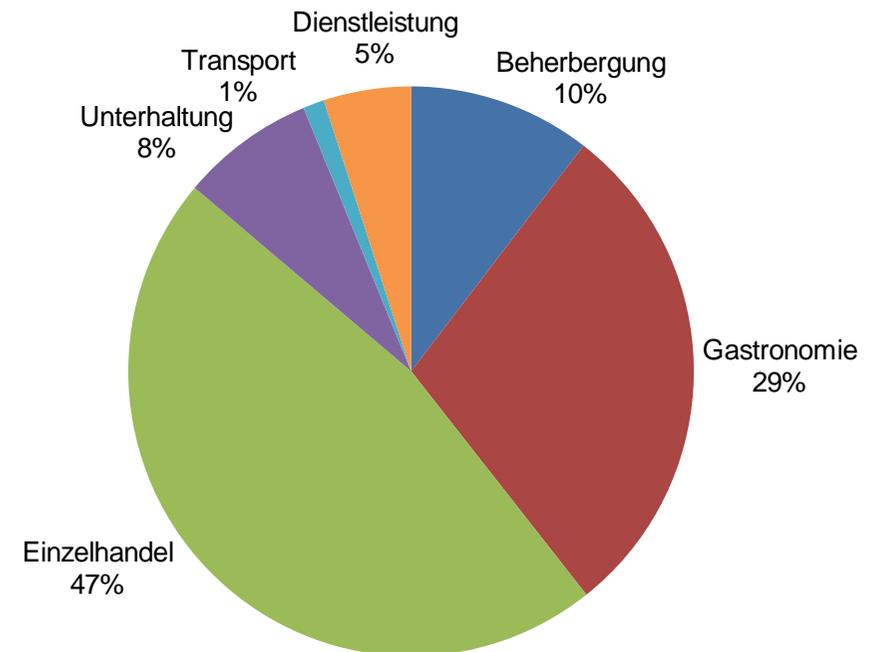
	NRW	Rhein-Sieg-Kreis	Siegtal					Reisegebiet Ahr
			Siegburg	Hennef	Eitorf	Windeck	Gesamt	
Einwohner	17,85 Mio.	598.560	39.764	45.945	19.406	20.493	125.608	102.471
Betten pro 1.000 Einwohner	16	15	15	25	16	20	20	-
Ankünfte pro 1.000 Einwohner	1.041	886	898	1.001	878	719	903	4.420
Übernachtungen pro 1.000 Einwohner	2.359	1.900	1.616	3.464	1.530	1.796	2.308	12.374

Quelle: IT.NRW 2011

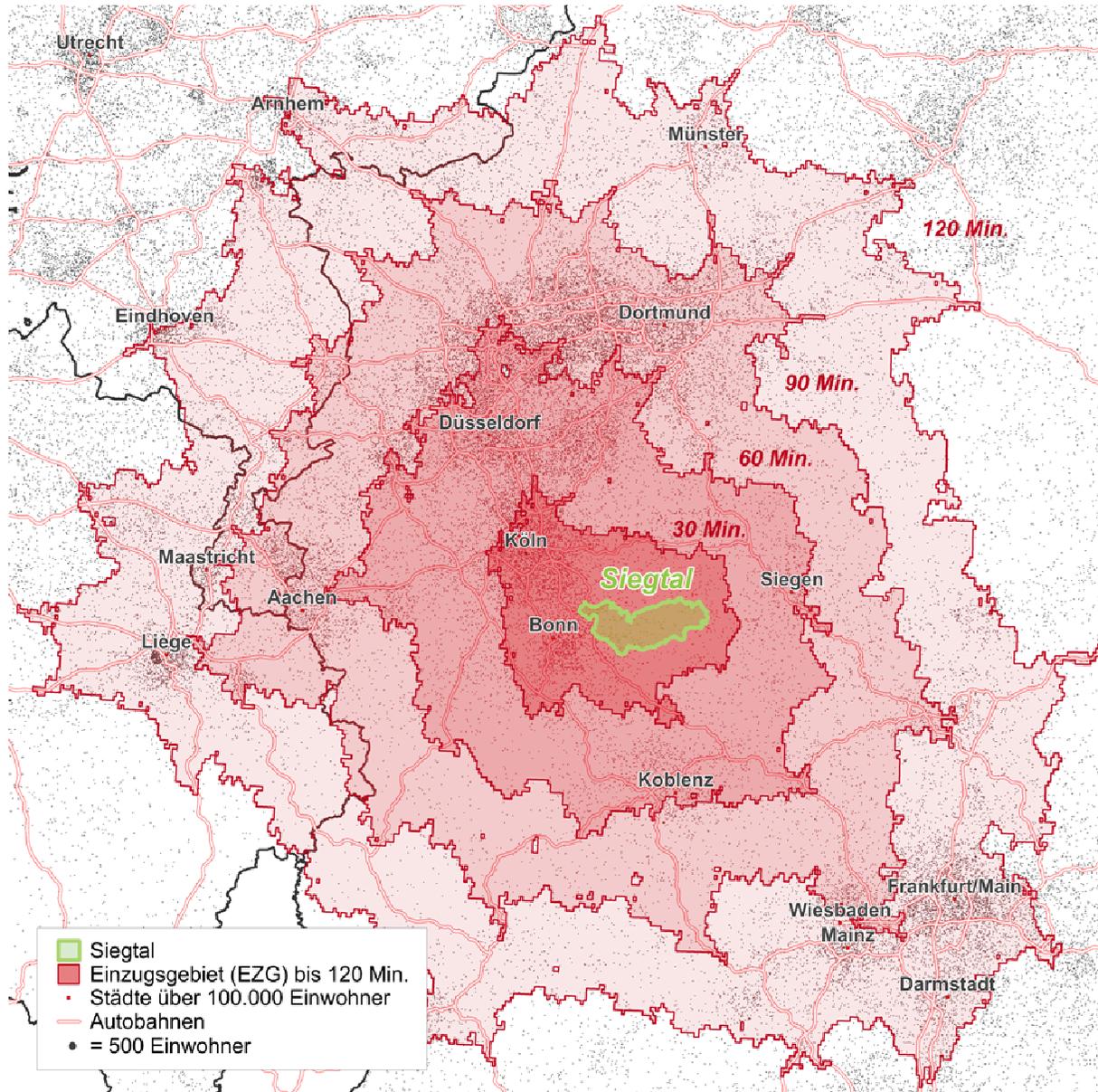
▶ Bedeutung des Tourismus im Siegtal (2010):

- ▶ 290.000 Übernachtungen in gewerblichen Betrieben mit ≥ 9 Betten
- ▶ ca. 6,2 Mio. Tagesgäste pro Jahr
- ▶ Bruttoumsätze mit einem Volumen von 197,5 Mio. Euro
- ▶ eine im Siegtal verbleibende Wertschöpfung (= Löhne, Einkommen und Gewinne) von insgesamt 91,2 Mio. Euro

Auf Basis der Umsatzverteilung profitierende Wirtschaftszweige



▶ Potenzialanalyse

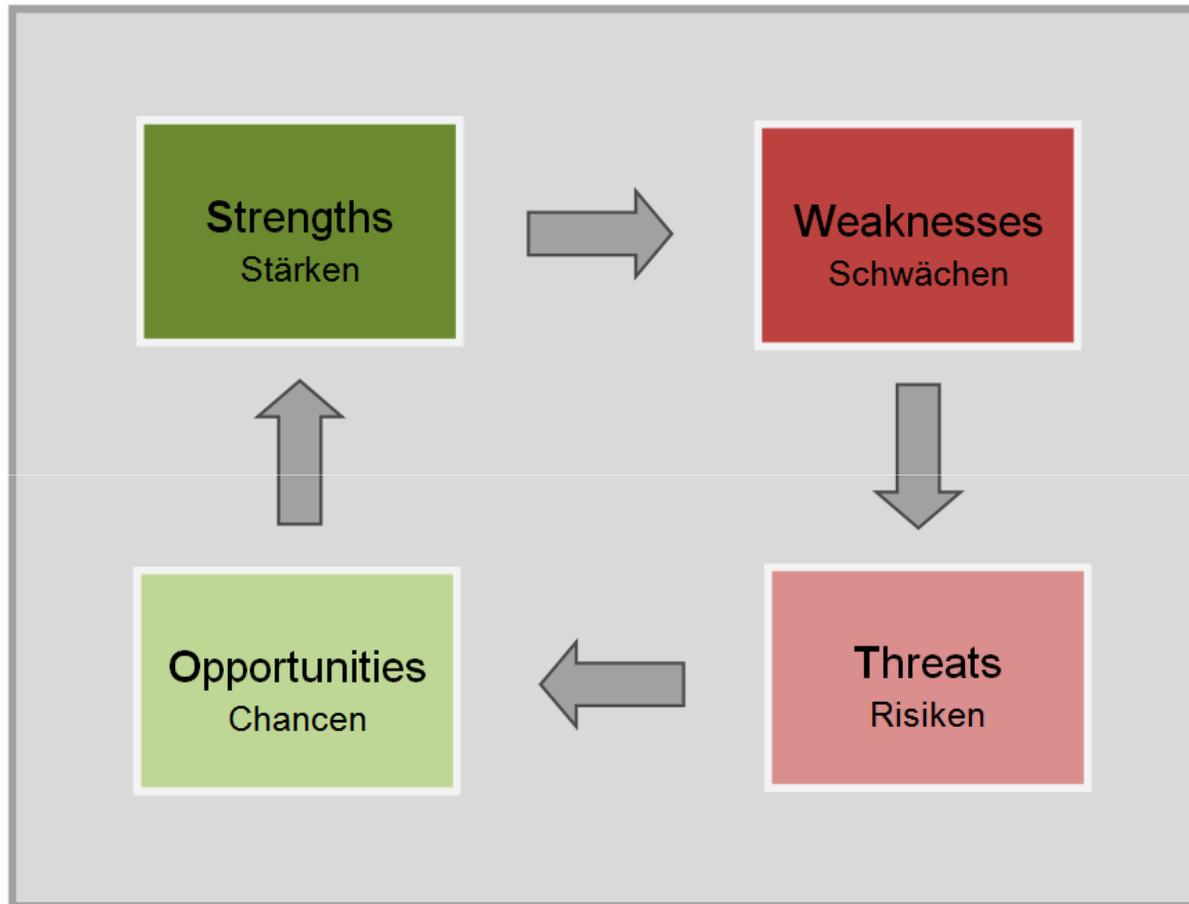


- ▶ Ballungsraum Köln-Bonn in direkter Nachbarschaft
- ▶ 60 Minuten-Radius: Düsseldorf, Teile des Ruhrgebietes, Siegen, Koblenz
- ▶ 90 Minuten-Radius: Teile des Ruhrgebietes, Aachen, Maastricht
- ▶ 120 Minuten-Radius: Rhein-Main-Gebiet, Münster, Liège

Deutschland + Niederlande + Belgien			
Standort	Radius in Min.	Einwohner	Einwohner kumuliert
Siegtal	30	2.261.668	2.261.668
	60	5.623.861	7.885.529
	90	8.273.742	16.159.271
	120	8.949.805	25.109.076

Quelle Karte: ift GmbH, Daten: GfK

▶ SWOT-Analyse



- ▶ **Landschaft**
- ▶ **Lage**
- ▶ **Infrastruktur**
- ▶ **Touristische Angebote**
- ▶ **Qualität und Service**
- ▶ **Vermarktung und Vertrieb**
- ▶ **Organisation**

Basis: Analysen, Erhebungen, Vor-Ort-Besuche, Expertengespräche

Kernziel: Deutliche Steigerung der Bedeutung des Tourismus im Siegtal

Qualitative Ziele

- ▶ Steigerung Identität, Tourismusbewusstsein
- ▶ Erhöhung des Bekanntheitsgrades
- ▶ Nutzung des Tourismus zur Imageprofilierung der Destination Siegtal (insbesondere Nutzung der ‚neuen‘ Angebote (Natursteig und Siegtalradweg) zur Profilierung als natur- bzw. aktivtouristische Destination)
- ▶ Steigerung der weichen Standortfaktoren
- ▶ Erhöhung der Lebensqualität für Bürger und Gäste
- ▶ Kooperative Zusammenarbeit der Kommunen mit Leistungsträgern

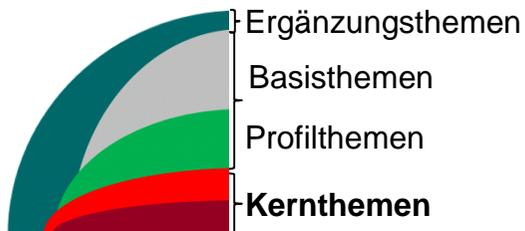
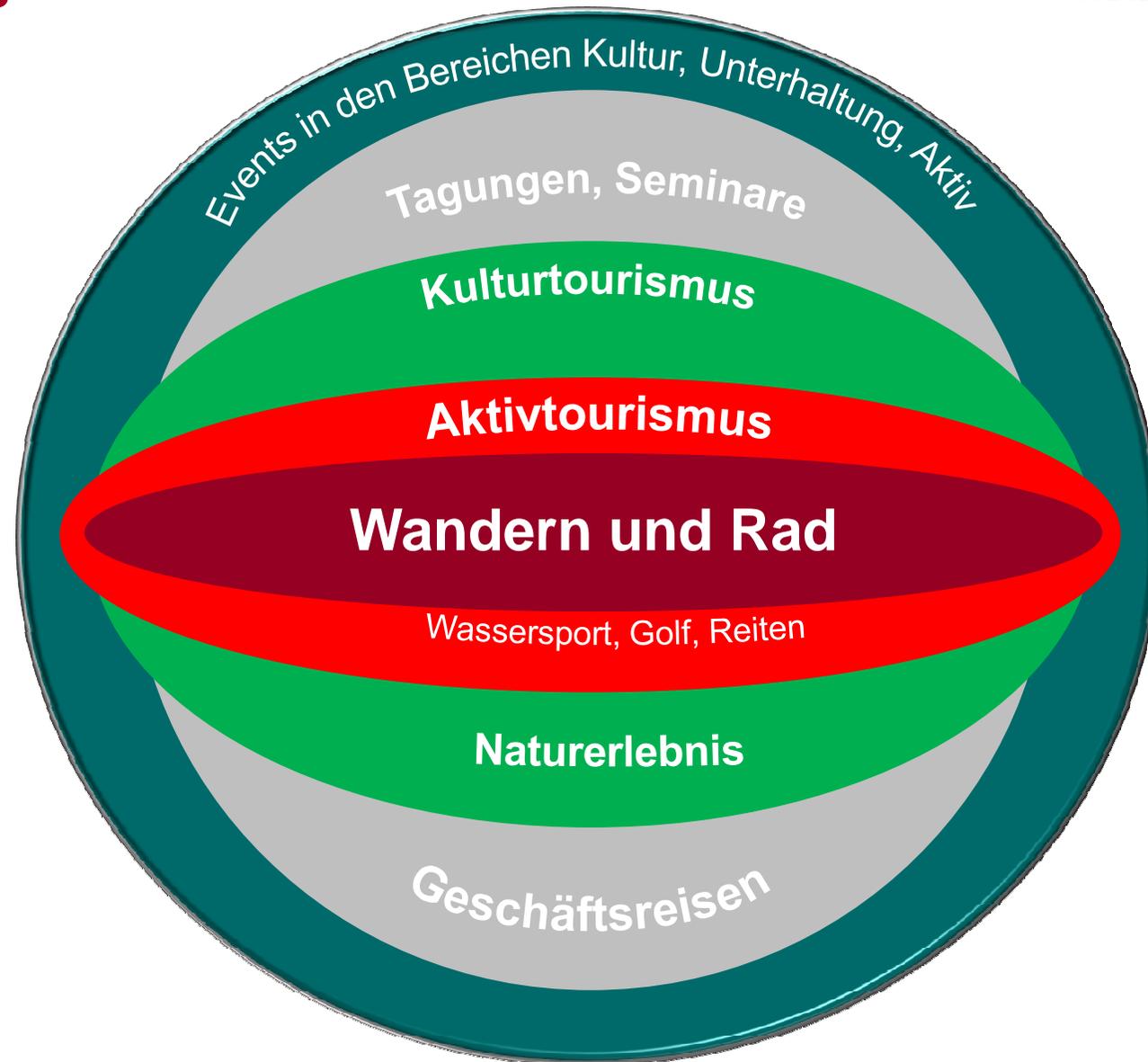
Ökonomische und quantitative Ziele

- ▶ Steigerung der Zahl der Arbeitsplätze, Umsätze
- ▶ Ausbau der Wertschöpfung (Löhne, Einkommen, Gewinne aus Tourismus)
- ▶ Marktgerechter Ausbau Beherbergungskapazität
- ▶ Erhöhung der Zahl der Tagestouristen
- ▶ Deutliche Steigerung der Zahl der Übernachtungen in einzelnen Segmenten bis 2020
- ▶ Steigerung der Tagesausgaben der Gäste



Ergebnis auf Basis des Workshops vom 18.7.2011

► Positionierung



Ergebnis auf Basis des Workshops vom 18.7.2011

▶ Ausgewählte Projekte und Maßnahmen

**Auf Basis der geschaffenen touristischen Infrastruktur
Natursteig Sieg (Investition 2,2 Mio. €) und Siegtalradweg
(Investition 4,5 Mio. €) inklusive Erlebniswege →**

Marktorientierte Weiterentwicklung der Kernthemen



Wandern

Aktivtourismus

Rad

Natur

Kultur

▶ Ausgewählte Projekte und Maßnahmen

Marktorientierte Weiterentwicklung der Kernthemen



Wandern

Aktivtourismus

Rad

- ▶ Nachhaltige Weiterentwicklung **Natursteig Sieg**
- ▶ Nachhaltige Weiterentwicklung **Siegtalradweg**
- ▶ Ausbau geführter **Wanderungen und Radtouren**
- ▶ Ausbau **Elektrofahrradangebote**

Natur

Kultur

- ▶ Nachhaltige Weiterentwicklung der **Erlebniswege** (Kultur und Natur)
- ▶ Ausbau und Profilierung des **naturnahen Beherbergungsangebotes**
- ▶ Errichtung und Weiterentwicklung von **Aussichtspunkten**
- ▶ Optimierung **kulturtouristischer Angebote** im Siegtal
- ▶ Weiterentwicklung kulturtouristischer **Veranstaltungen**



▶ Ausgewählte Projekte und Maßnahmen

Marketing und Vertrieb



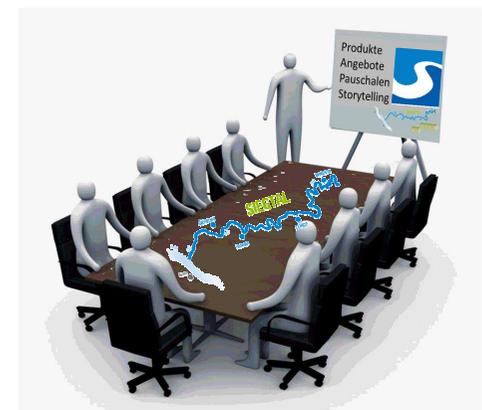
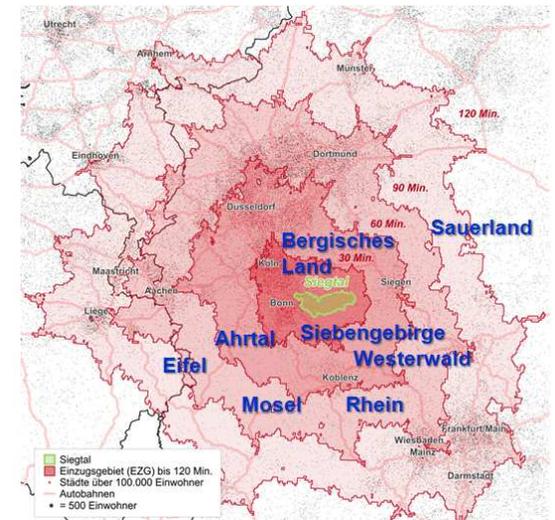
Notwendigkeit:

Um in **verschärften Wettbewerb der Tourismusdestinationen** zu bestehen, muss das Siegtal gemeinsam

- ▶ ein **eigenständiges, professionell aufbereitetes und gemanagtes Angebot** bieten sowie
- ▶ eine **kundenorientierte, schlagkräftige Vermarktung**.

Ausgewählte Projekte und Maßnahmen:

- ▶ Durchführung kreativer **Produktwerkstätten** (Storytelling, Pauschalen)
- ▶ Konsequente Einführung des neuen **Corporate Designs** (wird bereits umgesetzt)
- ▶ Optimierung **Internetseiten** und Onlinemarketing (in Bearbeitung)



► Ausgewählte Projekte und Maßnahmen

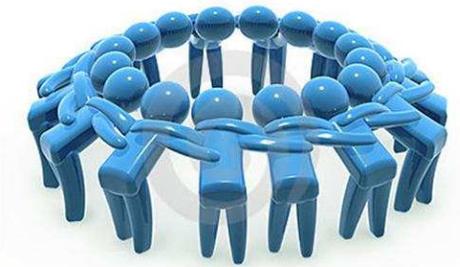
Organisation und Management



Notwendigkeit:

Im **Wettbewerb touristischer Destinationen** geht es immer stärker um die **Bildung wettbewerbsfähiger Einheiten**. Deswegen müssen im Siegtal

- ▶ bestehende **Organisations- und Managementstrukturen optimiert** und
- ▶ mittelfristig auf eine **Institutionalisierung der Siegtal-Kooperation** hingearbeitet werden.

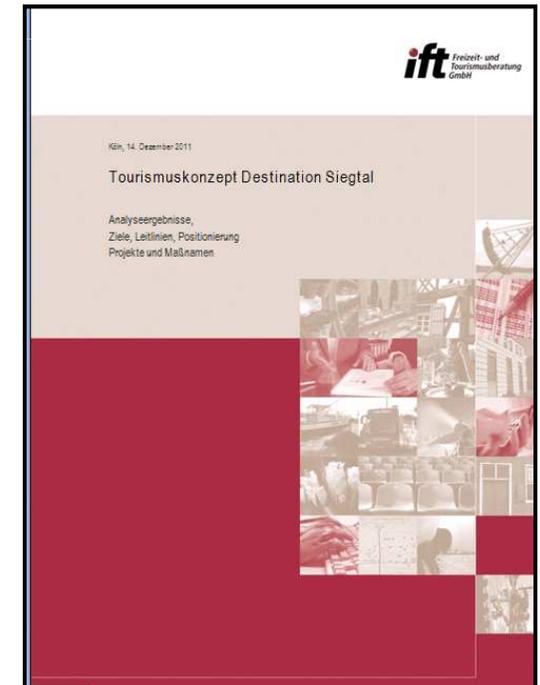
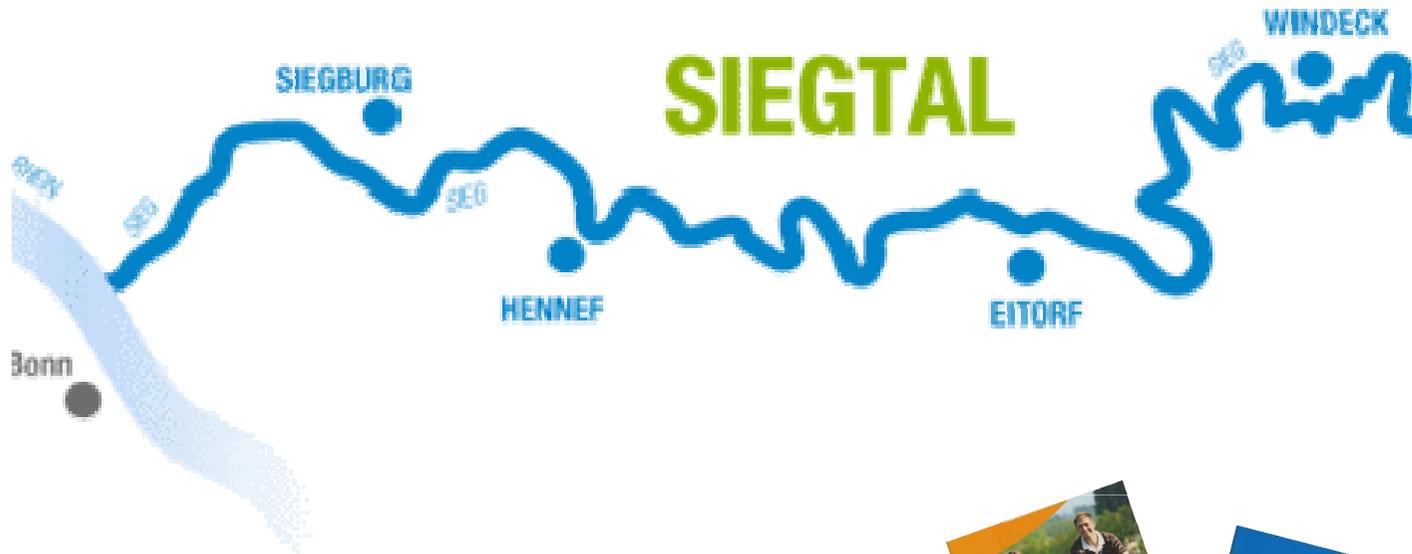


Ausgewählte Projekte und Maßnahmen:

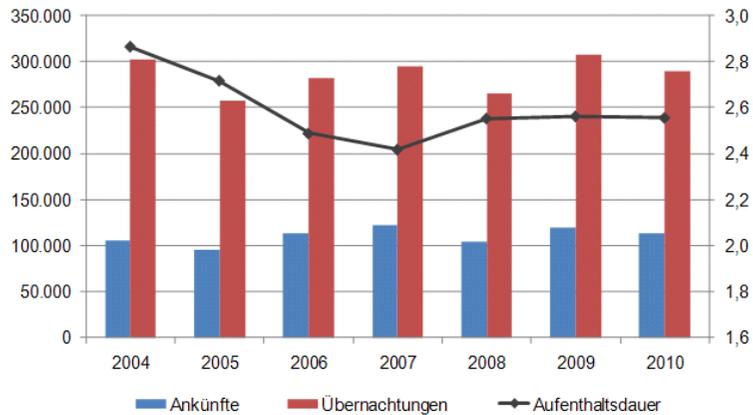
- ▶ **Bündelung Marketing und Vertrieb** für die Destination Siegtal (Einrichtung einer operativen Stelle mit adäquater finanzieller und personeller Ausstattung)
- ▶ Prüfung **Institutionalisierung der Siegtal-Kooperation**



Fazit



Nachfrageentwicklung Siegtal 2004-2010



Kernziel: Deutliche Steigerung der Bedeutung des Tourismus im Siegtal

Qualitative Ziele

- ▶ Steigerung Identität, Tourismusbewusstsein
- ▶ Erhöhung des Bekanntheitsgrades
- ▶ Nutzung des Tourismus zur Imageprofilierung der Destination Siegtal (insbesondere Nutzung der ‚neuen‘ Angebote (Natursteig und Siegtalradweg) zur Profilierung als natur- bzw. aktivtouristische Destination)
- ▶ Steigerung der weichen Standortfaktoren
- ▶ Erhöhung der Lebensqualität für Bürger und Gäste
- ▶ Kooperative Zusammenarbeit der Kommunen mit Leistungsträgern

Ökonomische und quantitative Ziele

- ▶ Steigerung der Zahl der Arbeitsplätze, Umsätze
- ▶ Ausbau der Wertschöpfung (Löhne, Einkommen, Gewinne aus Tourismus)
- ▶ Marktgerechter Ausbau Beherbergungskapazität
- ▶ Erhöhung der Zahl der Tagesgäste
- ▶ Deutliche Steigerung der Zahl der Übernachtungen in einzelnen Segmenten bis 2020
- ▶ Steigerung der Tagesausgaben der Gäste

