



Strategieplan

2013-2017

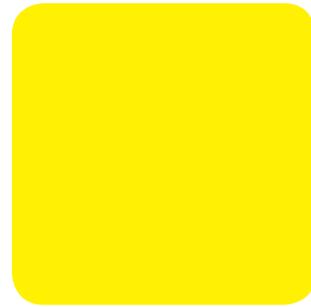
Tourismus & Congress GmbH
Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3	Struktur der Tourismusvermarktung	36
Die Tourismus & Congress GmbH	4	Die Tourismus & Congress GmbH als „Motor“ regionaler Vernetzung	38
Struktur	4	Handlungsfelder	39
Aufgaben	4	Destinationsmarketing und -vertrieb	
Ziele	5	Touristik	39
Leitlinien	5	Schwerpunkte Touristik	41
Die Region Bonn / Rhein-Sieg	6	Zielgruppenansprache über Reisetemen ...	42
Geschichte im Wandel	6	Reisetemen	42
Aktivregion	6	Touristische Themenjahre	48
Kultur- und Freizeitregion	7	Touristisches Projekt	
Wissenschafts- und Kompetenzzentrum	8	Rhein in Flammen®	48
Verkehrsanbindung	8	Destinationsmarketing und -vertrieb	
Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus	8	Kongress	49
SWOT Analyse der Region		Schwerpunkte Congress	51
Bonn / Rhein-Sieg	10	Sustainable Bonn - Konferenzstandort der Nachhaltigkeit	52
Tourismusregion Bonn/Rhein-Sieg	11	Kommunikation	52
Die Region Bonn/Rhein-Sieg als Reiseziel	11	Ziele 2013-2017	53
Die Region Bonn / Rhein-Sieg als Ausflugsziel	15	Qualitative Ziele	53
Zielgruppen	15	Quantitative Ziele	54
Quellmärkte	17	Vision 2020	55
Trends Tourismus	20	<i>Jahresübersicht 2013-2017 (Auszug)</i>	<i>57</i>
Fazit Tourismus	24	<i>Prognose 2013-2017 (Auszug)</i>	<i>58</i>
Kongressregion Bonn / Rhein-Sieg	25		
Kundenanalyse	27		
Quellmärkte	30		
Trends Kongress	31		
Fazit Kongress	34		
Strategische Partner (Auszug)	35		
Regional	35		
Überregional	35		

Vorwort



Vorwort

Allgemeines Vorwort folgt nach Beratungen im Aufsichtsrat der T&C

Die Tourismus & Congress GmbH

Struktur

Die Tourismus & Congress GmbH Region Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler (T&C) wurde am 20. Dezember 1996 im Rahmen der Ausgleichsmaßnahmen Bonn/Berlin gegründet. „Gegenstand des Unternehmens ist die Stärkung der Tourismusregion Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler, die Entwicklung und die Umsetzung einer umfassenden Tourismus- und Eventwerbung“ (Originaleintrag im Bundesanzeiger vom 27. Mai 1997).

Die Gesellschafter der T&C setzen sich zusammen aus Vertretern der Gebietskörperschaften sowie der freien Wirtschaft:

- Bundesstadt Bonn (38,5%)
- Tourismus Förderverein Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler e.V. (30%, Mitglieder sind verschiedene Kommunen im Rhein-Sieg-Kreis, Hoteliers, Gastronomen, Unternehmen und Verbände)
- Rhein-Sieg-Kreis (19,5%)
- Industrie- und Handelskammer Bonn/Rhein-Sieg (6%)
- Hotel- und Gaststätteninnung Bonn/Rhein-Sieg-Kreis r.V. (6%)

Die Ahr Rhein Eifel Tourismus & Service GmbH (TSG) hat als Gesellschafter der T&C zum Ende des Jahres 2011 aufgrund eines Liquidationsverfahrens ihren Geschäftsanteil gekündigt. Die Gesellschafteranteile der TSG wurden von den verbleibenden Gesellschaftern gemeinschaftlich erworben.

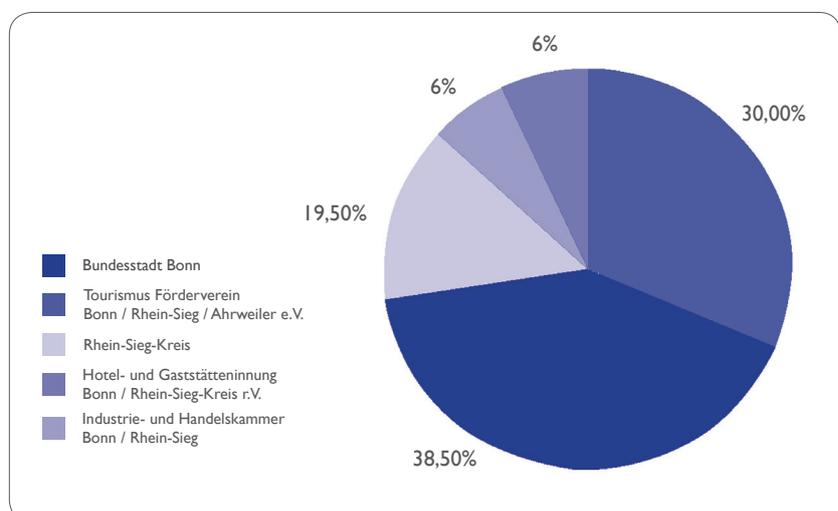
Das Ausgaben-Budget der T&C beläuft sich im Wirtschaftsjahr 2012 / 2013 auf rund 2,24 Mio. Euro. Die Eigenfinanzierung beträgt dabei rund 63%. Die von der T&C erwirtschafteten Um-

sätze in Höhe von rund 1,41 Mio. Euro resultieren hauptsächlich aus den Bereichen Reiseleistungen sowie Provisionen. Damit wurden die für die Vermarktung der Region Bonn / Rhein-Sieg notwendigen Finanzmittel zu großen Teilen aus eigenen Erlösen generiert. Trotzdem ist die T&C auf die Finanzierung durch ihre Gesellschafter angewiesen, um die Unternehmensziele umsetzen zu können. Der Betriebskostenzuschuss beträgt für das Wirtschaftsjahr 2012/2013 rund 0,75 Mio. Euro. Hinzu kommt ein außerordentlicher Ertrag aus der Veräußerung des Geschäftsbereichs BONNTICKET in Höhe von 0,12 Mio. Euro.

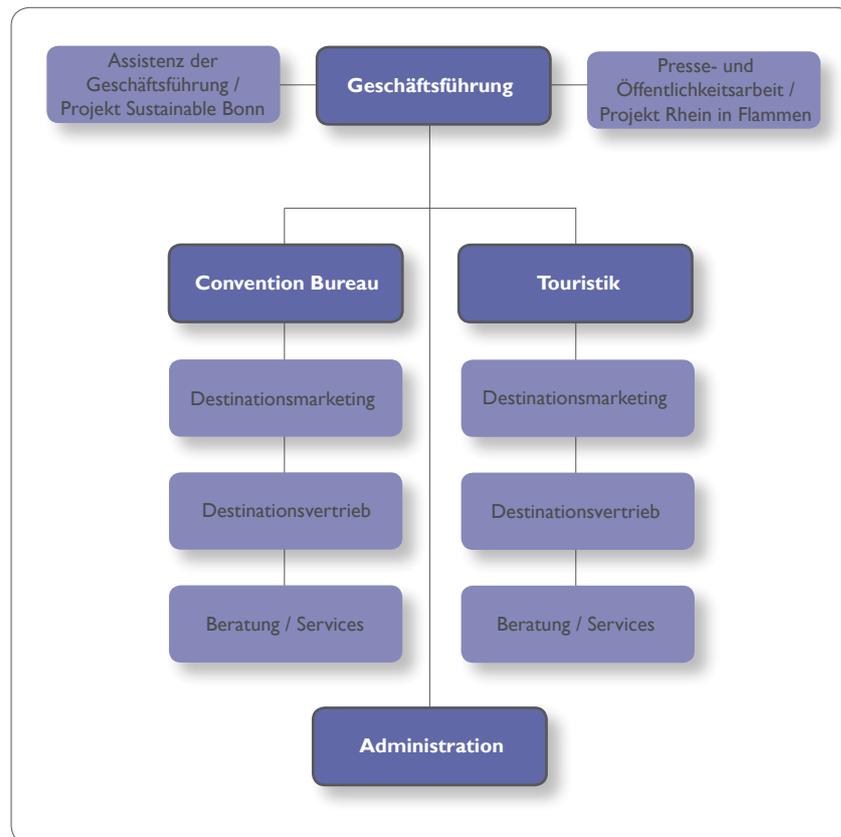
Die Mitarbeiterzahl der T&C beläuft sich auf rund 20 Angestellte. Diese verteilen sich auf die Bereiche Destinationsvertrieb (Congress/Touristik), Destinationsmarketing (Congress/Touristik), Hotelreservierung, Presse und allgemeine Verwaltung.

Aufgaben

Zu den Unternehmensaufgaben der T&C gehören insbesondere die gezielte Werbung in den Bereichen Städtetourismus, Kongresswesen, Tagungen und Veranstaltungen sowie für die Museumslandschaft und das Kultur- und Freizeitangebot der Region Bonn / Rhein-Sieg. Die Durchführung von touristischen Leistungen, die Initiierung und fachliche Begleitung



von Tagungen, Kongressen und Veranstaltungen sowie der Vermittlungs- und Buchungsservice über ein modernes EDV-System gehören ebenfalls zu den Kernaufgaben. Des Weiteren umfasst das Aufgabenspektrum die Beratung und Betreuung der touristischen Leistungsträger sowie die Koordination von touristischen Veranstaltungen und Aktivitäten der Region. (Stand April 2013)



Ziele

Die Unternehmensziele umfassen die Erhöhung des Bekanntheitsgrades und die Herausstellung der Vorzüge der Region Bonn / Rhein-Sieg als attraktives Reiseziel, die Förderung des Tourismus in der Region sowie die Positionierung im nationalen und internationalen Wettbewerb.

Um diese Ziele zu erreichen, werden folgende Maßnahmen durchgeführt:

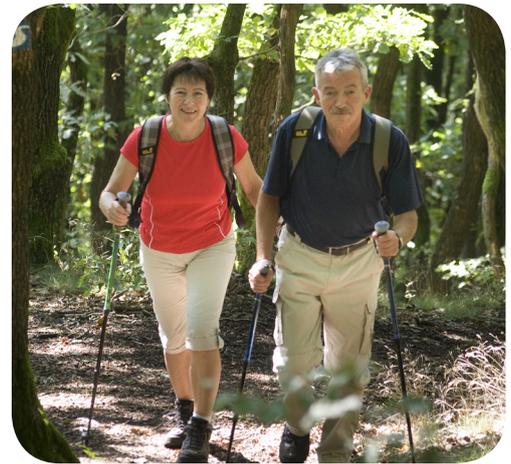
- Marktbeobachtung und -analyse
- Bündelung der Angebote und Ressourcen der Region Bonn / Rhein-Sieg
- Entwicklung von markt- und zielgruppenspezifischen Angeboten
- Auf- und Ausbau von Vertriebsstrukturen zur Absatzoptimierung der touristisch-kulturellen Angebote der Region
- Auf- und Ausbau eines Kompetenzteams für Kongresse und Tagungen unter Nachhaltigkeitsaspekten
- Entwicklung von innovativen Produkten und touristischen Maßnahmen
- Auf- und Ausbau des regionalen, touristischen und interaktiven Hotelreservierungssystems

- Schaffung von Kommunikationsplattformen für die Leistungsträger

Leitlinien

Die Leitlinien geben einen Orientierungsrahmen für das Handeln der T&C:

- Zielorientiertes, strategisches Handeln
- Klare Zielgruppenorientierung
- Positive Synergien entstehen aus
 - o der Vermarktung der Region Bonn / Rhein-Sieg
 - o dem Zusammenwirken der Bereiche Tourismus und Congress
 - o der Zusammenarbeit mit den strategischen Partnern und Leistungsträgern
 - o der Zusammenarbeit mit den privaten Akteuren und Multiplikatoren aus der Tourismus- und Congressbranche
- Qualitätsstandards setzen und einhalten
- Transparentes Handeln
- Kontinuierliche Weiterentwicklung



Die Region Bonn / Rhein-Sieg

Geschichte im Wandel

Nach dem Umzug von Parlament und Teilen der Regierung im Jahr 1999 nach Berlin haben Bonn und der Rhein-Sieg-Kreis den strukturellen sowie den technologischen Wandel der vergangenen Jahre genutzt, um sich zu einer wettbewerbsfähigen Wirtschaftsregion mit großer Dynamik zu entwickeln. Angetrieben wird dieser Prozess von einem starken Mittelstand sowie den beiden weltweit agierenden DAX-Konzernen, der Deutschen Telekom und der Deutschen Post DHL. Im ehemaligen Regierungsviertel stehen die Gebäude wie der Plenarsaal und das ehemalige Wasserwerk für Tagungen und Kongresse zur Verfügung – so auch das international als Gästehaus der Bundesregierung und Ort der Afghanistankonferenzen bekannte Steigenberger Grandhotel Petersberg im Siebengebirge. Darüber hinaus sind sechs Bundesministerien mit ihrem ersten Dienstsitz am Rhein geblieben.

Aktivregion

Die Region Bonn / Rhein-Sieg ist eingebettet in eine vielseitige Naturlandschaft, die ein breites Spektrum an Outdoor-Aktivitäten bietet.

Der Bergische Rhein-Sieg-Kreis ist als E-Bike-Region aktiv, hier können Familien und „Nor-

mal-Trainierte“ die Gegend entspannt erkunden, das Spektrum der sportlichen Aktivitäten reicht in dieser touristischen Teilregion von Golfen bis Drachenfliegen. Anspruchsvolle Wanderstrecken und gut ausgebaute Radwege erwarten Gäste in der Naturregion Sieg. Die abwechslungsreiche Mittelgebirgslandschaft bietet neben der Naturschönheit auch zahlreiche kulturelle Sehenswürdigkeiten. Zwischen Rhein und Eifel gelegen, besticht die Region Rhein-Voreifel im Naturpark Rheinland durch ihren Abwechslungsreichtum und vereint das Vorgebirge, die Voreifel und das durch uralte Rheinterrassen und Vulkanismus geprägte Drachenfelder Ländchen. Besonders Radfahrer und Wanderer schätzen die Region als Ausflugs- und Reiseziel. Das Siebengebirge ist besonders bei Wanderfreunden beliebt. Der Naturpark Siebengebirge dient als Erholungsgebiet und zieht sowohl Ausflugs- wie auch Übernachtungsgäste an.

Die Region Bonn / Rhein-Sieg bietet hochwertige Produkte für die touristische Vermarktung. Auf den Qualitätswanderwegen Rheinsteig in Bonn und dem Siebengebirge, Natursteig Sieg in der Naturregion Sieg und zahlreichen weiteren zum Teil thematischen Routen erwandern aktive Reisende die Region Bonn / Rhein-Sieg. Auf dem lückenlos beschilderten Rhein- und Siegtalradweg und der Wasserburgenroute sind sowohl Tages-



touren als auch mehrtägige Radwanderungen möglich. E-Bikes ermöglichen in der gesamten Region den Niveaueingleich von Radgruppen und Familien auch in anspruchsvollerem Terrain. Im Zuge der Regionale 2010 bzw. der EFRE-Förderung (Strukturprogramme des Landes und der EU) wurde die touristische Infrastruktur der Region Bonn / Rhein-Sieg erweitert und zahlreiche neue Angebote und Produkte geschaffen. Hierzu zählen beispielsweise das Aufsetzen einer freizeitrelevanten Radverkehrsinfrastruktur (RadRegionRheinland), die Gesamtperspektive Königswinter mit dem Ausbau des Drachenfels, der Freizeitplaner 2010, die Schaffung der Naturregion Sieg, die Entwicklung des Bergischen Wanderlandes sowie die Freiraumgestaltung beidseitig entlang des Rheins im Projekt Grünes C.

Kultur- und Freizeitregion

Schon die Römer waren begeistert von dem schönen Fleckchen am Rhein, so begann die Geschichte der Stadt Bonn bereits vor mehr als 2000 Jahren. Aus Zeiten der Kurfürsten, als Bonn Residenzstadt war, stammen heute noch viele Bauwerke der Stadt. So ist die Universität im ehemaligen Residenzschloss beheimatet und das im Rokostil erbaute Rathaus steht prominent am Marktplatz. Als Beethovens Geburtsstadt ist Bonn weltbekannt. Sein Geburtshaus ist heute ein Museum, erzählt Geschichten aus dem Leben des Musikers und beherbergt die größte Beethoven-Sammlung weltweit.

Besucher können im ehemaligen Regierungsviertel über den „Weg der Demokratie“ auf den Spuren der politischen Geschichte wandeln. Die Villa Hammerschmidt, bis heute Bonner Dienstsitz des Bundespräsidenten, das Palais Schaumburg, Bonner Dienstsitz der Bundeskanzlerin, der Kanzlerbungalow, ehemalige Botschaften in Bonn Bad Godesberg sowie das Adenauer Haus in Bad Honnef öffnen als authentische, zeithistorische Orte die Türen für interessierte Gäste. Die Museumsmeile mit ihren fünf Häusern Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland, Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, Kunstmuseum Bonn, Deutsches Museum Bonn und Museum Koenig sowie die, für eine Stadt dieser Größenordnung, außergewöhnlich hohe Museumsdichte (beispielsweise mit dem August Macke Haus und dem LVR LandesMuseum) sind bei Kunst- und Kulturfreunden aus dem In- und Ausland beliebt. Weitere Museen aus der Region, beispielsweise das Siebengebirgsmuseum, das Fischereimuseum Bergheim an der Sieg und das Arp-Museum komplettieren das kulturtouristische Angebot. Alljährliche Events wie das internationale Beethovenfest, das Museumsmeilenfest, Pützchens Markt, das Siegtal-Festival oder die Weihnachtsmärkte runden das kulturelle Leben in der Region ab. Als Tor zum Romantischen Rhein hat die Region Bonn / Rhein-Sieg internationale Bekanntheit erlangt, eine Schiffstour von Bonn nach Königswinter mit Besuch des sagenumwobenen Drachenfels ist unverzichtbar. Schloss Drachenburg gilt heute als das Neu-



schwanstein am Rhein und zieht zusammen mit weiteren Attraktionen im Siebengebirge, Kultur- und Freizeitreisende an. Die Veranstaltung Rhein in Flammen® zieht alljährlich hunderttausende Besucher nach Bonn und in das Siebengebirge.

Wissenschafts- und Kompetenzzentrum

Die Region Bonn / Rhein-Sieg hat sich als internationaler Wissenschaftsstandort etabliert: Neben der traditionsreichen Universität Bonn mit mehr als 27.500 Studenten und der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg mit rund 6.600 Studenten, existieren mehr als 200 weitere wissenschaftliche Einrichtungen in der Region. Als deutsche UN Stadt besitzt Bonn eine hohe Kompetenz in Umwelt- und Entwicklungsthemen. Dies ist bedingt durch die 18 UN-Sekretariate, die eine zukunfts- und nachhaltig orientierte Ausrichtung verfolgen. Bundesministerien und -ämter, Entwicklungsdienste, Wissenschaftseinrichtungen sowie rund 150 Nichtregierungsorganisationen haben ihren Dienstsitz in Bonn und bilden gemeinsam ein bundesweit einzigartiges Kompetenzzentrum.

Verkehrsanbindung

Die Region Bonn / Rhein-Sieg liegt in komfortabler Erreichbarkeit zu bedeutenden Wirtschafts- und Entscheidungszentren, wie dem Raum Brüssel, der Rhein-Ruhr-Region

oder der Rhein-Main-Region, mitten im Zentrum Europas. Gleichmaßen sind auch die einwohnerstarken touristischen Nachfragemärkte, wie beispielsweise der BENELUX-Raum, optimal angebunden. Internationalen Besuchern bietet die Region Bonn mit der Anbindung zu den Flughäfen Köln/Bonn, Düsseldorf, Frankfurt am Main, zwei ICE-Bahnhöfen in Bonn und Siegburg und ihrer verkehrstechnischen Infrastruktur kurze Wege und eine schnelle Erreichbarkeit. Chancen für die Zukunft bieten neue Erreichbarkeiten durch die Liberalisierung des Fernlinienbusverkehrs

Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Im Gegensatz zu den produktionsorientierten Wirtschaftszweigen wie Landwirtschaft oder Erzeugung von Sachgütern werden Umfang und Struktur der Tourismuswirtschaft direkt durch den Konsum der Touristen bestimmt und daher nicht eigens als Sektor in der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung erfasst. Dennoch lässt sich anhand von Wertschöpfungserhebungen belegen, dass der Tourismus eine hohe Bedeutung bei der gesamtwirtschaftlichen Betrachtung der Region Bonn / Rhein-Sieg hat.

Die durchschnittlichen Ausgaben bei Tagesreisen betragen pro Kopf 31,40 €, die Ausgaben bei Übernachtungen in gewerblichen Betrieben 145,60 € (Quelle: Marktforschung Tourismus NRW e.V.). Bei einem Volumen von 2,66 Mio. Übernachtungen in der Region Bonn /

Rhein-Sieg und etwa 8 Mio. Tagestouristen summiert sich die Wertschöpfung durch den Tourismus auf rund 640 Mio. €. Der Tourismus hat zudem einen großen Einfluss auf die Beschäftigungsstruktur in der Region Bonn / Rhein-Sieg. Nicht vergessen werden darf bei der Berechnung, dass für die Bedeutung des Tourismus nicht alleine direkte Effekte ausschlaggebend sind. Auch weitere Branchen wie der Bausektor, Handel und Verkehr profitieren von der touristischen Attraktivität eines Standortes.

Die Steuerrelevanz des Tourismus beschränkt sich nicht nur auf die Umsatz(Mehrwert)-Steuern, die durch die Ausgaben der Touristen entstehen, sondern auch auf die anteilige Lohn- und Einkommensteuer der im Tourismus beschäftigten Personen. Laut Tourismus

NRW e.V. werden dem Haushalt des Landes NRW allein aus diesen beiden Steuerarten aus touristischen Umsätzen rund 1,662 Mrd. € zugeführt.

Neben den quantitativen Effekten ruft der Tourismus wesentliche positive, nicht quantifizierbare Effekte hervor. Dazu gehören die Steigerung des Bekanntheitsgrades der Region Bonn / Rhein-Sieg, die positive Imagebildung durch attraktive Produkte, Impulse für Unternehmen und Industrien sowie letztendlich soziale und politische Effekte durch Steigerung von Selbstbewusstsein und Identifikation der Bevölkerung.

SWOT Analyse der Region Bonn / Rhein-Sieg

Nach vorhergehender Betrachtung der Region Bonn / Rhein-Sieg wurde die SWOT-Analyse erstellt (Strengths - Stärken, Weaknesses - Schwächen, Opportunities – Chancen, Threats – Risiken). Diese Analyse dient der Positionsbestimmung für die Region Bonn / Rhein-Sieg. Abgeleitet aus dieser Analyse definieren sich die Handlungen der T&C. So sind beispielweise die Schwerpunkte für die Bereiche Tourismus und Congress aus den „Stärken“ der Region Bonn / Rhein-Sieg abgeleitet und die Chancen finden Berücksichtigung bei den Vermarktungszielen der T&C.

Chancen

- Nationale Marktentwicklung: Steigerung im Inlandstourismus
- Internationale Marktentwicklung: Steigerung im Incoming-Tourismus
- Trend zu Kurz- und Städtereisen sowie zum Aktivurlaub
- Trend zu Tagungen und Kongressen in Deutschland
- Trend zu individueller persönlicher Beratung
- Trend zum Internet als Informations- und Buchungskanal
- Demografischer Wandel passt zu vorhandenem Angebot
- Positive Besetzung als ehemalige Hauptstadt, Nostalgie-Effekt
- Ausbau der Position als Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort
- Sitz der Vereinten Nationen, Kompetenz beim Thema Nachhaltigkeit
- Herausragendes kulturelles Angebot
- Geplante Spielstätte für das Alleinstellungsmerkmal Beethoven
- Fertigstellung des World Conference Center Bonn (WorldCCBonn)
- Neue touristische Produkte im Rhein-Sieg-Kreis (Natursteig Sieg)
- Regionale 2010 Projekte (RadRegion Rheinland, Gesamtperspektive Königswinter Drachenfels, Freizeitplaner 2010, etc.)
- Faktor Zeit: kurzfristige Reaktion durch regionales Netzwerk möglich
- Breite thematische Aufstellung möglich
- Liberalisierung Fernlinienbusverkehr, Haltestelle für Fernbusse

Stärken

- Beethovens Geburtsstadt
- Herausragendes Kunst- und Kulturangebot/ Museumsmeile
- Wiege der Bundesrepublik/Politisches Erbe in Bonn und Region
- Aktivangebote für Wandern und Radfahren
- Tor zum Romantischen Rhein
- Shoppingangebote
- Wirtschafts- Wissenschafts und UN-Standort
- Hochkarätige Veranstaltungen (Rhein in Flammen®, Weihnachtsmarkt, Pützchens Markt)
- Einzigartige Tagungsstätten (Plenarsaal)
- Ideale Kombinationsmöglichkeiten zwischen Stadt & Region (z.B. Rahmenprogramme)
- Regionale Vernetzung, landschaftliches Umfeld, außergewöhnliche, räumliche Verflechtung von Stadt/Kultur und Natur/Erholung
- Kurze Wege, gute Erreichbarkeit
- Leistungsstarke Infrastruktur
- Hohe Identifikation/Wohlfühlfaktor der Bevölkerung
- Rheinisches Lebensgefühl, Offenheit
- Bündelung von regionalen Produkten und Ressourcen

Risiken

- Verstärkter Wettbewerb der Städte und Regionen
- Trend zu kürzerer Dauer von Tagungen und Kongressen
- Marktentwicklung abhängig von konjunkturellen Schwankungen
- Überkapazität an Betten in Nachbarregionen und Städten
- Finanzierung der Spielstätte Beethoven unklar
- Kein konkreter Termin für Fertigstellung des WorldCCBonn/nicht ausreichender Vorlauf bei Veranstaltungsplanung
- Imageverlust durch Verzögerung bei Fertigstellung des Erweiterungsbaus des WorldCCBonn
- Teils monostrukturiertes Seminargeschäft durch lokale Global Player
- Faktor Zeit: durch hohen Anteil an kurzfristigen Buchungen erschwerte Planbarkeit
- Zum Teil unzureichend aufeinander abgestimmte Vernetzung der verschiedenen Förderprojekte
- Zum Teil fehlende Sicherstellung der Nachhaltigkeit bei verschiedenen Förderprojekten
- Ausbau der Vermarktung steht in direkter Abhängigkeit zu dem vorhandenen Finanzrahmen

Schwächen

- Touristisches Image in der öffentlichen Wahrnehmung nicht ausreichend
- Zu geringe nationale und internationale Marktabdeckung
- Zu geringe Zielgruppenschärfe
- Zu stark retrospektiv
- Derzeit keine angemessene Spielstätte für das Alleinstellungsmerkmal Beethoven im internationalen Vergleich
- Derzeit keine Konferenzräumlichkeit für bis zu 5.000 Personen
- Kaum Messekapazitäten (nur kleine Messen möglich)
- Keine aktuelle touristische Marktforschung für die Region Bonn / Rhein-Sieg

Tourismusregion Bonn / Rhein-Sieg

Die Region Bonn / Rhein-Sieg als Reiseziel

Vor Betrachtung der Region Bonn / Rhein-Sieg werden nachfolgend kurz die internationalen und nationalen Marktentwicklungen im Bereich der Übernachtungen behandelt. Internationale und nationale Marktentwicklungen stehen in direktem Zusammenhang zu den regionalen Marktentwicklungen.

Die Wachstumsprognosen für den europäischen Tourismus gestalten sich positiv: Im Jahr 2012 wurden in Europa bereits 534,8 Mio. Gästeankünfte gezählt und damit ein Plus von 3,3% im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet. ¹ Für das Jahr 2030 errechnet die World Tourism Organisation UNWTO eine Prognose von 744 Mio. Gästeankünften für Europa und damit einem Marktanteil von über 40 % an den weltweiten Gesamtankünften.²

Deutschland selbst hat innerhalb Europas einen Marktanteil von 7% an allen Übernachtungen ausländischer Gäste und liegt damit auf Rang 6, verzeichnet jedoch mit 6,2% eine vergleichsweise hohe Wachstumsrate. ³ Betrachtet man die Zahlen zu den Reisezielen der Europäer selbst, so zeigt sich, dass Deutschland nach Spanien auf Platz 2 der Top5 Destinationen in Europa liegt und auch hier eine überdurchschnittlich hohe Wachstumsrate von 8% verzeichnet. ⁴

Nordrhein-Westfalen nimmt als Reiseziel innerhalb Deutschlands eine herausragende Stellung ein: Knapp 15% der Übernachtungen ausländischer Gäste entfielen im Jahr 2012 auf NRW. ⁵ Bei den Gesamtübernachtungen aus- und inländischer Gäste liegt NRW sogar auf Platz 3 hinter Bayern und Baden-Württemberg im deutschlandweiten Vergleich der Bundesländer. ⁶

Die Region Bonn / Rhein-Sieg selbst weist in den vergangenen 10 Jahren eine positive Wachstumstendenz in Hinblick auf Übernachtungszahlen und Gästeankünfte auf und nimmt wiederum innerhalb von NRW eine herausragende Stellung im Wettbewerb ein: Zwar verzeichnet die Region Bonn / Rhein-Sieg nicht den größten Anteil der in NRW getätigten Übernachtungen, doch mit +4,6% die zweithöchste Zuwachsrate in ganz NRW. Lediglich die Region „Düsseldorf und Kreis Mettmann“ weist mit +4,9% eine noch höhere Wachstumsrate auf. ⁷

1 Vgl. Incoming-Tourismus Deutschland, Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Edition 2013, Seite 3 nach UNWTO 2013.

2 Vgl. Incoming-Tourismus Deutschland, Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Edition 2013, Seite 4.

3 Vgl. Incoming-Tourismus Deutschland, Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Edition 2013, Seite 7.

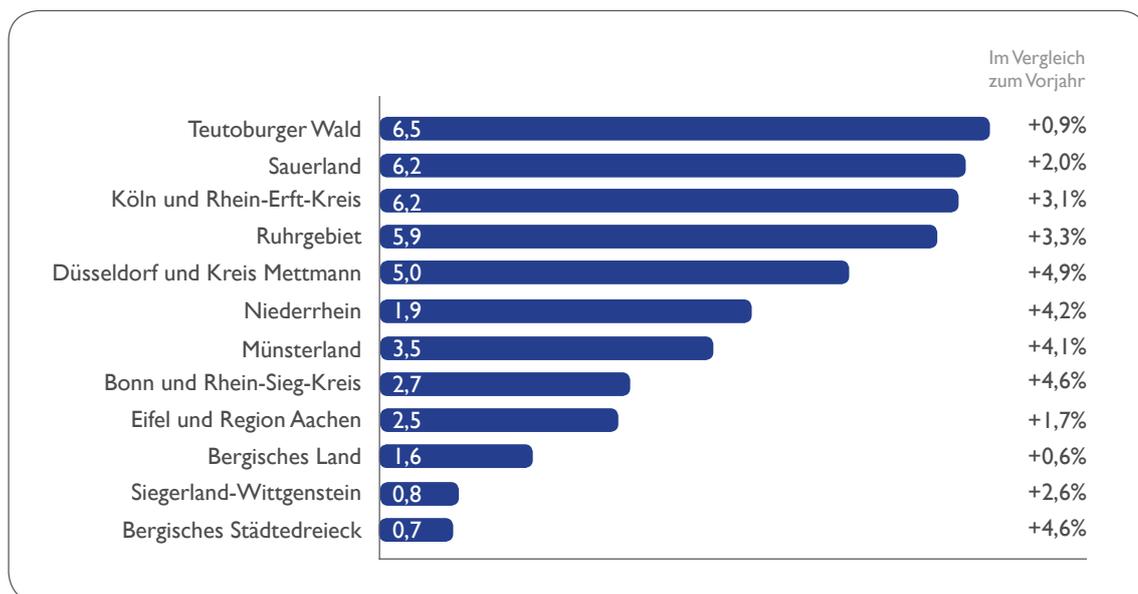
4 Vgl. Incoming-Tourismus Deutschland, Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Edition 2013, Seite 5.

5 Vgl. Incoming-Tourismus Deutschland, Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Edition 2013, Seite 10.

6 Vgl. Jahresbericht 2012 TOURISMUS NRW e.V., Seite 53.

7 Vgl. Jahresbericht 2012 TOURISMUS NRW e.V., Seite 55f.

Abb.: Übernachtungen in den Reisegebieten in NRW 2012



Quelle: eigene Darstellung nach: Jahresbericht 2012 TOURISMUS NRW e.V., Seite 56, nach IT.NRW 2013

Tab.: Vergleich der Übernachtungszahlen

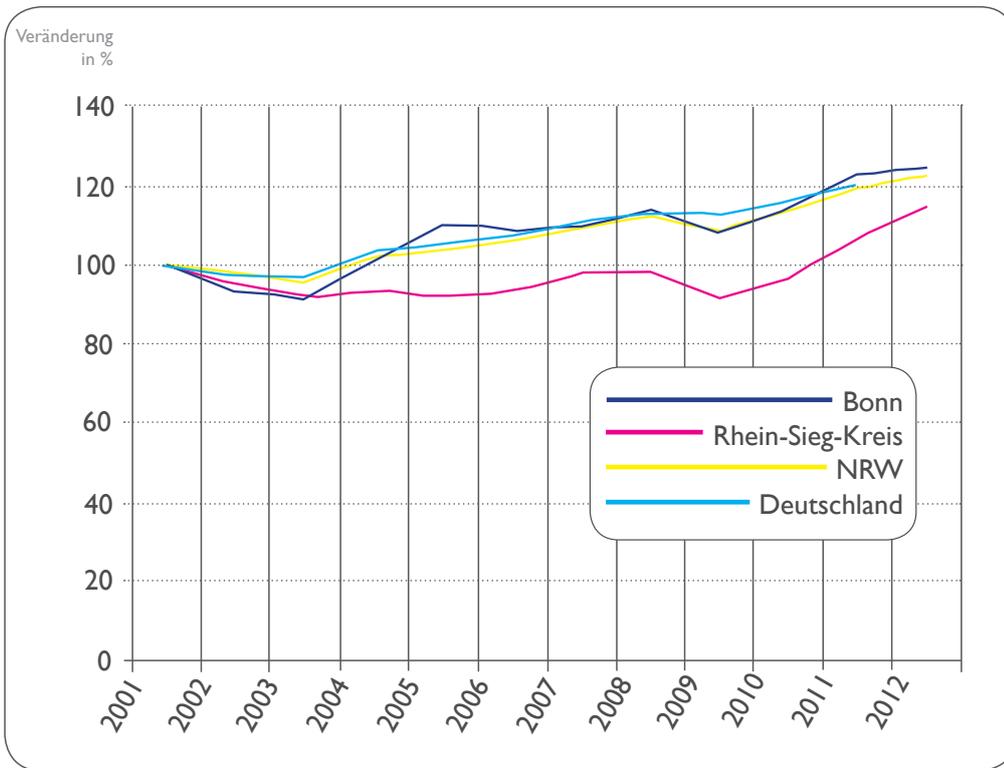
Jahr	Bonn	Rhein-Sieg-Kreis	NRW	Deutschland
	Übernachtung	Übernachtung	Übernachtung	Übernachtung
2002	987.638	1.109.912	36.335.584	317.509.965
2003	968.639	1.080.022	35.498.600	315.127.500
2004	1.064.249	1.092.686	37.690.636	338.768.840
2005	1.166.537	1.074.713	38.438.905	343.951.015
2006	1.150.829	1.085.922	39.262.311	351.223.970
2007	1.161.997	1.145.825	40.404.075	361.839.734
2008	1.198.040	1.145.259	41.521.488	369.579.835
2009	1.140.052	1.078.096	40.222.770	368.737.280
2010	1.209.026	1.134.565	42.109.693	380.334.025
2011	1.295.831	1.249.107	44.245.100	394.036.189
2012	1.318.667	1.340.781	45.419.216	ca. 407.000.000

Quelle: eigene Darstellung nach IT.NRW 2013 sowie Statistisches Bundesamt Deutschland 2013

Die positive Tendenz der Übernachtungszahlen hat sich in den vergangenen 10 Jahren trotz Rückgang des früheren Polit-Tourismus und Wandel der Gästestruktur konsequent fortgesetzt. Die Zahlen aus Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis entsprechen den Trends in NRW und Deutschland, sowohl Bonn als auch der Rhein-Sieg-Kreis profitieren vor allem in den vergangenen 3 Jahren von starken Zuwächsen.⁸

⁸ Vgl. IT.NRW 2002-2012

Abb.: Entwicklung der Übernachtungszahlen im prozentualen Vergleich



Quelle: eigene Darstellung nach IT.NRW 2013 sowie Statistisches Bundesamt Deutschland 2013

Das aufgrund gestiegener Bettenkapazitäten erweiterte Angebot der Region Bonn / Rhein-Sieg ist eine wichtige Grundlage für den positiven Trend der Übernachtungszahlen.

Für die Bundesstadt Bonn wurden 2012 91 Übernachtungsbetriebe gezählt, darunter sind 36 Hotels und 43 Hotel Garnis vertreten. Insgesamt stehen 8.324 Betten zur Verfügung, 176 Hotelbetten mehr als im Vorjahr. Rund 63% aller Übernachtungen in Bonn werden in den Hotels generiert. Gasthöfe, Pensionen sowie Schulungsheime und Ferienwohnungen sind in Bonn im Verhältnis zur Hotellerie nur sehr gering ausgeprägt.

Die mittlere Aufenthaltsdauer in der Stadt Bonn beträgt im Durchschnitt 1,9 Tage, dabei übernachten die Gäste 2,1 Tage in Hotel garnis und 1,7 Tage in den Hotels. Die mittlere Auslastung der Betten beträgt 43,3 % und ist damit leicht zurück gegangen (Vorjahr 43,8 %).

Abb.: Betriebsarten und Auslastung in Bonn

Betriebsart	Betriebe	Betten	Auslastung
	angebotene	angebotene	
Hotels	36	4 934	42,2%
Gasthöfe	–	–	–
Pensionen	1	14	k.A.
Hotels garnis	43	2 096	42,5%
Erholungs-, Ferien-, Schulungsheime	6	834	44,1%
Ferienhäuser, -wohnungen und -zentren	–	–	–
Hütten, Jugendherbergen, u. Ä.	2	317	k.A.
Vorsorge- und Reha-Kliniken	1	129	k.A.
Campingplätze	2	–	–
Betriebe insgesamt	91	8324	43,3%

Quelle: eigene Darstellung nach: IT NRW für Bonn Januar bis Dezember 2012. Grafik: eigene Darstellung.

Der Rhein-Sieg-Kreis konnte 2012 von 184 Übernachtungsbetrieben 87 Hotels, 52 Gasthöfe und Hotel Garnis sowie 29 Schulungs- und Ferienheime aufweisen. Insgesamt standen im Kreis 10.535 Betten zur Verfügung, ganze 1040 mehr als im Vorjahr. Auch im Rhein-Sieg-Kreis wird der Großteil der Übernachtungen (rund 57%) in Hotels generiert.⁹

Die mittlere Aufenthaltsdauer im Kreis beträgt im Durchschnitt 2,3 Tage, dabei übernachteten die Gäste 5,2 Tage in Ferienhäusern und 1,9 Tage in den Hotels. Die mittlere Auslastung der Betten beträgt 35,2 % und ist damit leicht zurück gegangen (Vorjahr 37,2 %). Dieser leichte Rückgang der Bettenauslastung ist trotz zuvor aufgeführter Steigerung der Übernachtungszahlen auf das erweiterte Bettenangebot zurückzuführen.

Abb.: Betriebsarten und Auslastung im Rhein-Sieg-Kreis

Betriebsart	Betriebe	Betten	Auslastung
	angebotene	angebotene	
Hotels	87	5 265	33,8%
Gasthöfe	26	489	15,6%
Pensionen	6	165	47,2%
Hotels garnis	26	1 294	40,7%
Erholungs-, Ferien-, Schulungsheime	22	2 574	36,9%
Ferienhäuser, -wohnungen und -zentren	7	280	13,5%
Hütten, Jugendherbergen, u. Ä.	2	335	k.A.
Vorsorge- und Reha-Kliniken	2	133	k.A.
Campingplätze	6	–	k.A.
Betriebe insgesamt	184	10535	35,2%

Quelle: eigene Darstellung nach: IT NRW für Rhein-Sieg-Kreis Januar bis Dezember 2012, Grafik eigene Darstellung



Die Region Bonn / Rhein-Sieg als Ausflugsziel

Die Region Bonn / Rhein-Sieg ist gerade vor dem Hintergrund der bestehenden Produkte wie beispielsweise Beethoven und Museumsmeile sowie neuen touristischen Produkten und der damit einhergehenden Anpassung der Infrastruktur, beispielsweise im Rahmen der Regionale 2010 sowie weiterer Förderprojekte wie dem Natursteig Sieg, ein sehr beliebtes Ausflugsziel für Tagestouristen.

Derzeit gibt es keine Studie, die für die Region Bonn / Rhein-Sieg die tatsächliche Anzahl der Tagesgäste ausweist. Der Erfahrungswert der Tourismus & Congress GmbH auf Basis der jährlichen Buchungen weist im Schnitt ein Verhältnis von Übernachtungsgästen zu Tagesgästen von 1:3 für die Region Bonn / Rhein-Sieg aus. Übertragen auf die aktuellen Gesamt-Übernachtungszahlen (rund 2,66 Mio. Übernachtungen) lässt sich für das gesamte Jahr 2012 eine Zahl von rd. 8 Mio. Tagestouristen annehmen.

Dies deckt sich mit den offiziellen Erhebungen der Landesmarketingorganisation Tourismus NRW e.V.. Der in Auftrag gegebene DestinationMonitor ermittelte für das erste Quartal 2012 26 Mio. Tagesgäste in NRW.¹⁰ Setzt man diese Zahl ins Verhältnis zu den Übernachtungen im gleichen Zeitraum ergibt sich ein Verhältnis von Übernachtungs- zu Tagesgästen von rund 1:3. Auch der Masterplan Tourismus & Naturerlebnis Siebengebirge führt unter den Fakten der touristischen Nachfrage ein Verhältnis Übernachtungs- zu Tagesgast von 1:3,8 auf.

Zielgruppen

Auf Basis der Betrachtung des zuvor aufgeführten touristischen Angebotsprofils der Region Bonn / Rhein-Sieg definiert die T&C folgende vier Kernzielgruppen. Diese Kernzielgruppen haben alle Relevanz für die Stadt Bonn und die verschiedenen touristischen Teilregionen, je nach Schwerpunktsetzung jedoch mit unterschiedlicher Gewichtung.

Aktive Best Ager

Aktive Best Ager genießen die Annehmlichkeiten und kulturellen Vorzüge der Region Bonn / Rhein-Sieg und legen Wert auf stilvollen Komfort und Eleganz. Ihre Ansprüche an die bereiste Region sind vielfältig: Kulturelle Anreize, Gesundheits- und Wellnessangebote, komfortable Beherbergung, kulinarische Highlights und gut ausgebaute Wander- und Radinfrastruktur. Die Region Bonn / Rhein-Sieg ist auf diese Bedürfnisse ideal eingestellt: Die Kultur-, Verkehrs- und Beherbergungsinfrastruktur der Stadt Bonn wird selbst gehobenen Ansprüchen gerecht. Der Rhein-Sieg-Kreis stellt mit seiner vielfältigen naturräumlichen Ausstattung und zahlreichen Möglichkeiten, die Natur aktiv zu erleben, den perfekten Counterpart. Ergänzt wird das Angebot durch vielfältige Möglichkeiten der Gesundheitsförderung inklusive diverser rehabilitationsmedizinischer Einrichtungen.

Erwachsene Paare

Qualität, Service und eine persönliche Betreuung haben bei der Kernzielgruppe Erwachsene Paare einen hohen Stellenwert, ob sie sich bei Wanderungen und Radtouren in der Region Bonn / Rhein-Sieg aktiv in der

¹⁰ Vgl. NRW.MAFO REPORT Ausgabe 1/12, Seite 3.

Natur bewegen, städtisches Flair und gutes Essen genießen oder in Wellnessanlagen entspannen. Die Kernzielgruppe übernachtet vornehmlich in Drei- und Vier-Sterne-Hotels. Aktivreisende Paare buchen dagegen überdurchschnittlich oft Ferienwohnungen oder –häuser. Hierzu eignet sich insbesondere das vorhandene Angebot im Rhein-Sieg-Kreis. Persönliche Erfahrungen von Freunden und Bekannten spielen neben dem Internet eine wichtige Rolle als Informationsquelle vor der Reise.

Familien

Die Region Bonn/ Rhein-Sieg entspricht sämtlichen Ansprüche dieser Kernzielgruppe: Ein vielfältiges Angebot an Freizeitaktivitäten und Naturerlebnis und eine ausgeprägte Infrastruktur an familiengerechten Beherbergungsbetrieben / Ferienwohnungen bietet der Rhein-Sieg-Kreis. Die Stadt Bonn bildet für diese Zielgruppenangebote den urbanen Ergänzungsraum: Hier wird das Angebot des Rhein-Sieg-Kreises angereichert um die Möglichkeit von Tagesausflügen, kulturellen Programmen und Entdeckertouren in der Stadt Bonn.

Geschäftsreisende

Die Ausstattung der Region sowohl im Hinblick auf die Struktur der Beherbergungsbetriebe als auch die Erreichbarkeit bietet das ideale Umfeld für geschäftlich motivierte Reisen. Als Wissenschafts- und UN-Stadt sowie als Standort mehrerer DAX-Unternehmen profitiert die Region Bonn / Rhein-Sieg von internationaler Reputation und wirtschaftlichem Erfolg der ansässigen Betriebe. Infolgedessen wird ein hoher Übernachtungsanteil in der Region Bonn / Rhein-Sieg von Geschäftsreisenden getätigt. Die vielfältige kulturelle Ausstattung rundet das Angebot perfekt auf die Bedürfnisse der Zielgruppe ab. Das touristische Potential dieser Kernzielgruppe der Region Bonn / Rhein-Sieg steckt darin, dass gut die Hälfte der Geschäftsreisenden mit mehr Zeit und zusammen mit der Familie noch einmal in die Region wiederkehrt.

Neben den aufgeführten Kernzielgruppen hat die T&C weitere Zielgruppen für ihre Arbeit definiert. Hierzu zählen Junge Singles und Paare, die durch das vorhandene sowie neue Angebot (beispielsweise neue Hotelformate wie Base Camp Bonn) von steigender Relevanz sind, sowie Bodenständige Best-Ager. Alle durch die T&C definierten Zielgruppen entsprechen auch der aktuellen strategischen Ausrichtung des Tourismusverbandes NRW.



Quellmärkte

Für die Entwicklung einer effektiven Vermarktungs- und Vertriebsstrategie ist die Festlegung und Priorisierung von Quellmärkten notwendig. Die T&C unterteilt zu diesem Zweck die zu bearbeitenden Quellmärkte in Primär-, Sekundär- und Zukunfts-Märkte. Die Unterteilung basiert auf folgenden Grundlagen:

Primärmärkte sind solche, aus denen die Region bereits ein hohes Besucheraufkommen verzeichnet. Es ist auch in Zukunft davon auszugehen, dass die Besuchszahlen auf hohem Niveau bleiben oder sogar noch weiter ansteigen. Weiterhin sind dies die Märkte mit einer sehr guten Verkehrsanbindung an die Region.

Aus den Sekundärmärkten besuchen bereits viele Gäste die Region, die Verkehrsanbindung ist gut. Es ist davon auszugehen, dass das Besucheraufkommen auch künftig auf einem guten Niveau verbleibt und evtl. auch weiter ansteigt.

Als Zukunftsmärkte definiert die T&C solche Quellmärkte, die in den vergangenen Jahren eine überdurchschnittliche Zunahme im Gästeaufkommen aufweisen. Die aktuellen Trends lassen zudem auch künftig einen steigenden Anteil der Touristen aus diesen Märkten erwarten.

Tab.: Vergleich des Übernachtungsanteils ausländischer Gäste

	ÜN insgesamt	aus Deutschland	aus dem Ausland	aus Europa	Anteil Ausland	Anteil Europa
Bonn	1.318.667	1.015.451	303.216	179.538	22,99%	13,62%
Rhein-Sieg-Kreis	1.340.781	1.167.751	173.030	131.002	12,91%	9,77%
NRW	45.419.216	36.209.111	9.210.105	6.979.587	20,28%	15,37%

Quelle: eigene Darstellung nach: IT.NRW 2013

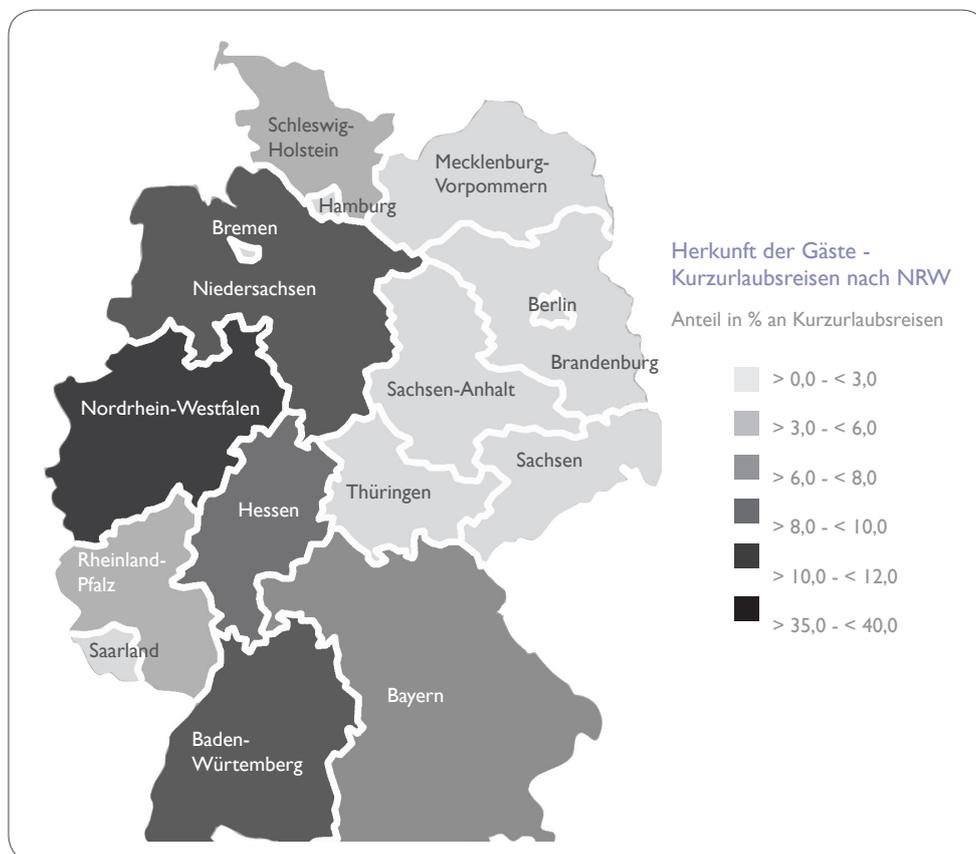
Die aktuelle Übernachtungsstatistik aus dem Jahr 2012 zeigt den Anteil der durch ausländische Gäste getätigten Übernachtungen an den Gesamtübernachtungen für Bonn und den Rhein-Sieg Kreis ¹¹. Dieser Anteil ist über die Jahre relativ stabil wenngleich auch die absoluten Übernachtungszahlen seit 2009 kontinuierlich steigen. Die Zahl der Übernachtungen ausländischer Gäste in Bonn ist vor allem im Vergleich zum Rhein-Sieg-Kreis aber auch im Vergleich zu Gesamt-NRW relativ hoch. Dies liegt hauptsächlich an den in Bonn vielfach von der UN und anderen

¹¹ Vgl. IT.NRW 2013

Unternehmen am Standort Bonn durchgeführten, international geprägten Konferenzen. Diese Entwicklung spiegelt sich auch im DZT Qualitätsmonitor bundesweit wieder.¹² Mit klarer Mehrheit überwiegen jedoch sowohl im Kreis- als auch im Stadtgebiet die deutschen Touristen und bilden damit den Hauptquellmarkt für Reisen in die Region. Betrachtet man Deutschland als Quellmarkt genauer, zeigt sich auf Bundesebene, dass das Land NRW wiederum den wichtigsten Quellmarkt für sich selbst und damit auch für die Region Bonn / Rhein-Sieg darstellt. Zwei von fünf Kurzurlaubsreisen, so die FUR Reiseanalyse¹³, kommen in NRW aus dem eigenen Bundesland.

Weitere wichtige nationale Quellmärkte für die Region Bonn / Rhein-Sieg liegen hauptsächlich in den angrenzenden Bundesländern Niedersachsen und Hessen sowie in Baden-Württemberg. Im Segment Tagesausflüge ist vor allem ein Radius von 200 Kilometer sowie rund zwei bis drei Stunden Fahrzeit um die Region als Quellmarkt für Tagestouristen interessant.

Abb.: Hauptquellmärkte für die Region Bonn / Rhein-Sieg im Binnentourismus



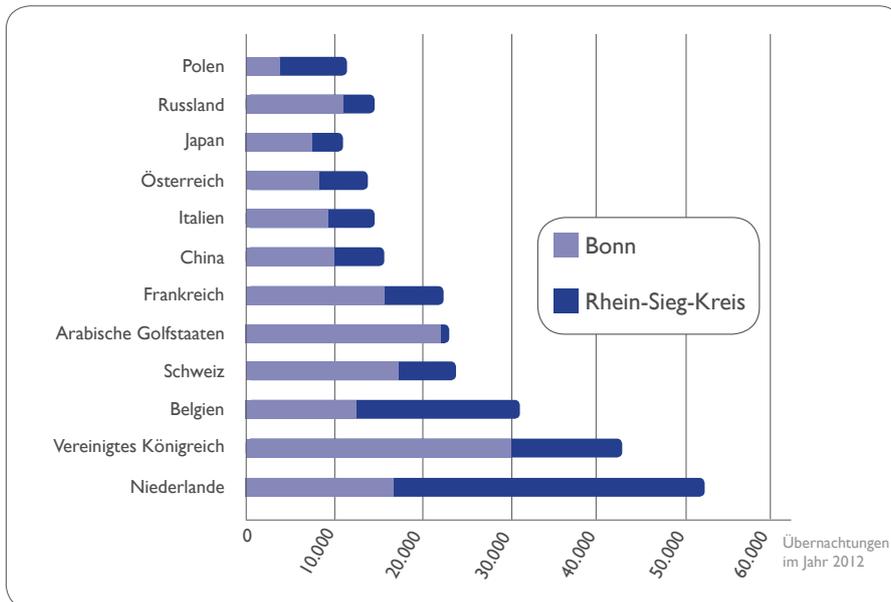
Quelle: eigene Darstellung nach: Tourismus NRW e.V. / FUR Reiseanalyse 2012

Zu den nachfragestärksten internationalen Quellmärkten der Region Bonn / Rhein-Sieg gehören die Niederlande mit über 50.000 Übernachtungen / Jahr sowie das Vereinte Königreich und Belgien. Vor allem auch aufgrund der regionalen Nähe und der zum Teil enormen Zuwachsraten zählen diese Märkte zu den primären Quellmärkten für die Region Bonn / Rhein-Sieg.

12 Vgl. DZT, Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus Ergebnisse 2011/2012 o.S. nach Qualitätsmonitor Mai 2011 - April 2012.

13 Vgl. Tourismus NRW e.V., Jahresbericht 2012, S. 44.

Abb.: Internationale Quellmärkte für die Region Bonn / Rhein-Sieg



Quelle: eigene Darstellung nach: IT.NRW 2013

Die Quellmärkte Frankreich, Schweiz, Italien und Österreich sind traditionell für die Region starke Märkte, deren Übernachtungszahlen sich auf einem guten mittleren Niveau befinden. Teilweise sind in einzelnen Jahren leichte Einbrüche in den Übernachtungszahlen zu verzeichnen, die T&C sieht in diesen Sekundärmärkten jedoch weiterhin Potential für die Zukunft sowie eine Aufgabe an das künftige Marketing.

Besonders stark sind in den vergangenen Jahren die Zuwächse aus Japan und China sowie Russland und den Arabischen Golfstaaten. Sie gehören zu den Zukunftsmärkten und bergen dank bereits hoher Übernachtungszahlen und weiterhin ansteigenden Zuwachsraten ein Potential für die Zukunft.

Die bundes- und landesweiten Trends bestätigen die Entwicklung in der Region Bonn / Rhein-Sieg und damit die Ergebnisse der T&C: ¹⁴ Zudem werden die asiatischen Märkte insbesondere Japan als weitgehend krisenresistent eingestuft, das bedeutet, dass auch in Zukunft mit einem Anstieg asiatischer Gäste zu rechnen sein wird. ¹⁵

Die T&C definiert auf Basis dieser Zahlen und Trends ihre Quellmärkte für die kommenden Jahre wie folgt:



¹⁴ Vgl. ncoming-Tourismus Deutschland, Deutsche Zentrale für Tourismus e. V., Edition 2013, S. 13 und Tourismus NRW e.V., Jahresbericht 2012, S. 54.

¹⁵ Vgl. Incoming-Tourismus Deutschland, Deutsche Zentrale für Tourismus e. V., Edition 2013, S. 4.

Nachfolgend wird das Reiseverhalten der internationalen Primärmärkte der Region Bonn / Rhein-Sieg näher betrachtet. Die Betrachtung des Reiseverhaltens bietet wichtige Rückschlüsse zur Ausrichtung der Maßnahmen der T&C in diesen Märkten.

Abb.: Kurzinformation Primärmärkte der Region Bonn / Rhein-Sieg

	Vereinigtes Königreich	Niederlande	Belgien
Einwohnerzahl	62 Mio.	16,6 Mio.	10,8 Mio.
Auslandsreisen	108 %, 55,9 Mio. Reisen	163 %, 22,8 Mio. Reisen	164 %, 14,4 Mio. Reisen
Deutschlandreisen	Rang 8: 2,1 Mio. / 4 % Marktanteil	Rang 1: 4 Mio. / 18 % Marktanteil	Rang 2: 1,2 Mio. / 12 % Marktanteil
Marktbesonderheiten	<ul style="list-style-type: none"> • Sehr umkämpfter, kostenintensiver Markt • Sehr internetaffin • Hohe Erwartung an zuvorkommenden und freundlichen Service 	<ul style="list-style-type: none"> • Sehr gute Zielgebietenkenntnisse • Hoher Stammkundenanteil • Hoher Informationsbedarf vor der Reise 	<ul style="list-style-type: none"> • Zweisprachiger Markt (NL und FR) • Lebensgenießer – legen großen Wert auf gutes Essen • Hoher Wert auf Service / Preis-Leistungs-Verhältnis
Reiseziel Deutschland			
Urlaubsarten			
Urlaub in Feriengebieten	17 %	46 %	29 %
Stadt- und Eventreisen	47 %	22 %	30 %
Rundreisen	18 %	5 %	6 %
Verkehrsmittel			
PKW	27 %	79 %	80 %
Bus	4 %	9 %	10 %
Bahn	8 %	4 %	4 %
Flugzeug	54 %	3 %	5 %
Schiff	6 %	-	-
Unterkunftsarten			
Hotel	62 %	48 %	64 %
Ferienwohnung/ Pension, VFR	19 %	33 %	
Camping		17 %	
Privatunterkünfte bei Verwandten oder Freunden			12 %
Buchungsverhalten			
Buchung im Voraus	93 %	82 %	82 %
Internetbuchung	77 %	58 %	54 %
Direktbuchung bei der Unterkunft	19 %	37 %	21 %
Reisebüro	16 %	11 %	20 %

Quelle: eigene Darstellung nach: Tourismus NRW e.V.: Kurzinformation Primärmärkte, Berichtsstand 2011

Für die Ausrichtung der Maßnahmen ist es zudem elementar wichtig, Trends im Reiseverhalten frühzeitig zu erkennen und entsprechend zu berücksichtigen.

Trends Tourismus

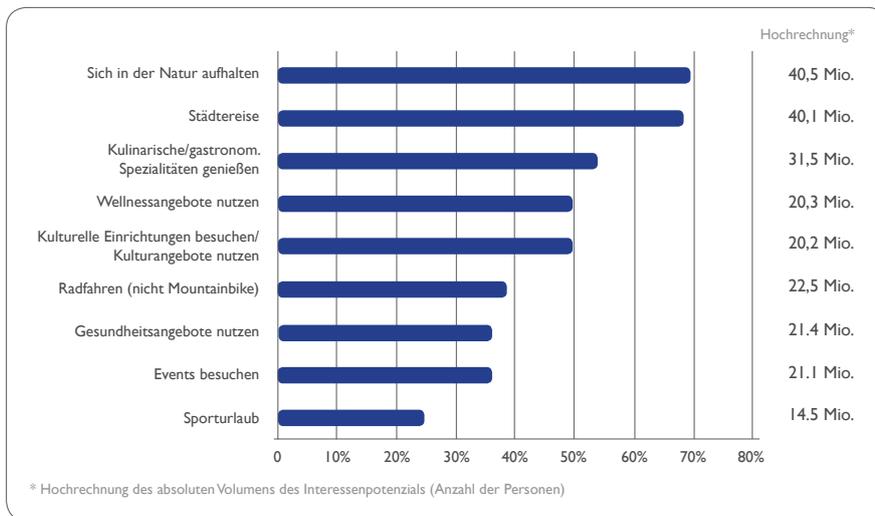
Reiseverhalten der Deutschen

Nach wie vor ist das beliebteste Reiseziel der Deutschen das eigene Land: 77% der 308 Mio. Reisen deutscher Gäste haben ein innerdeutsches Ziel. Sogar jede dritte Urlaubsreise mit einer Aufenthaltsdauer von mehr als drei Nächten verbringen deutsche Urlauber im eigenen Land.¹⁶ Insgesamt unternehmen die Deutschen 88,8 Mio. Inlandsurlaubsreisen und 50,6 Mio. Auslandsurlaubsreisen.¹⁷ Bei den Reisen der Deutschen ins eigene Land stehen ganz klar die Themen „Aufenthalt in der Natur“ und „Städtetrip“ an oberster Stelle.

¹⁶ Vgl. Das Reiseverhalten der Deutschen im Inland, DZT, 2013, S. 8.

¹⁷ Vgl. Das Reiseverhalten der Deutschen im Inland, DZT, 2013, S. 17.

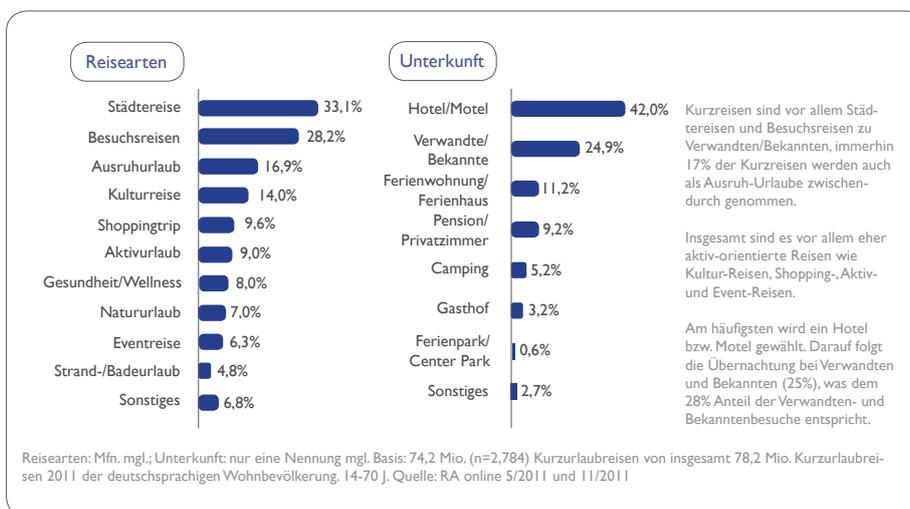
Abb.: Interessenpotenzial für die jeweilige Urlaubsart / -aktivität



Quelle: eigene Darstellung nach: NRW Tourismus e.V., NRW.Touristik Update, Ausgabe 3/12, Seite 5.

Bei der Zahl der Kurzurlaube ist der Anteil der Inlandsreise noch deutlich höher: Drei von vier Kurzurlaubsreisen, genauer gesagt 76% werden innerdeutsch unternommen.¹⁸ Im Bereich der Kurzurlaube stehen neben VFR-Reisen¹⁹ ebenso vor allem Städtereisen an oberster Stelle.²⁰

Abb.: Kurzurlaubsreisen



Quelle: eigene Darstellung nach: Tourismus NRW e.V. / FUR Reiseanalyse 2012

Sowohl die tatsächlich unternommenen als auch die in Zukunft geplanten Kurzurlaube mit Städteziel haben sich in den vergangenen 10 Jahren mehr als verdoppelt.²¹

Informationsverhalten

In Bezug auf das Informationsverhalten zu ihrem Urlaub setzen die Deutschen laut der Tourismusanalyse 2013 der Stiftung für Zukunftsfragen am häufigsten auf Berichte von Freunden und Bekannten sowie auf die eigenen Erfahrungen. Im 10 Jahres-Vergleich nahm vor allem die Bedeutung des Internets deutlich zu. Nutzte vor zehn Jahren lediglich jeder achte

18 Vgl. Das Reiseverhalten der Deutschen im Inland, DZT, 2013, S. 8.

19 „Visiting Friends and Relatives“ (engl. = Verwandten- / Bekanntenbesuch)

20 Vgl. Das Reiseverhalten der Deutschen im Inland, DZT, 2013, S. 53.

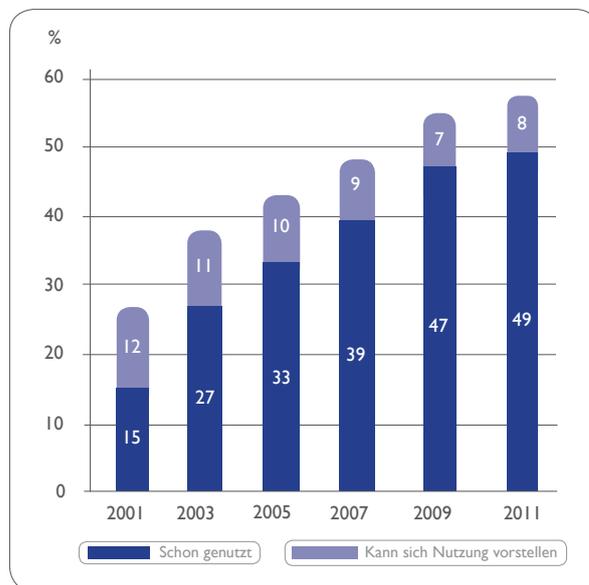
21 Vgl. Das Reiseverhalten der Deutschen im Inland, DZT, 2013, S. 54.

Bürger das Internet als Informationsquelle für den Urlaub, ist es aktuell immerhin fast jeder dritte. Das Internet liegt somit gleich auf mit dem Reisebüro. Seltener als in der Vergangenheit informieren sich die Bundesbürger in den Reisekatalogen. Diese sind allerdings zusätzlich als wichtiges Beratungsinstrument der nach wie vor starken Reisebüros zu sehen.

Den Trend aus dem 10-Jahres-Vergleich bestätigt auch die nebenstehende Analyse:

Abb.: Internetnutzung zur Information über Urlaubsreisen

Hinsichtlich der Frage nach dem Vertrauen in die Informationskanäle sind sich 85% der Befragten sicher, den Berichten von Freunden und Bekannten glauben zu können. Die Mehrheit vertraut zudem den Informationen in Reisebüros und Fremdenverkehrsstellen (61%) sowie Reiseführern (52%). Lediglich etwa jeder Vierte (29%) ist jedoch überzeugt, im Internet ungeschönte Informationen finden zu können. Besonders die älteren Bundesbürger zeigen sich hier skeptisch (15%).²²



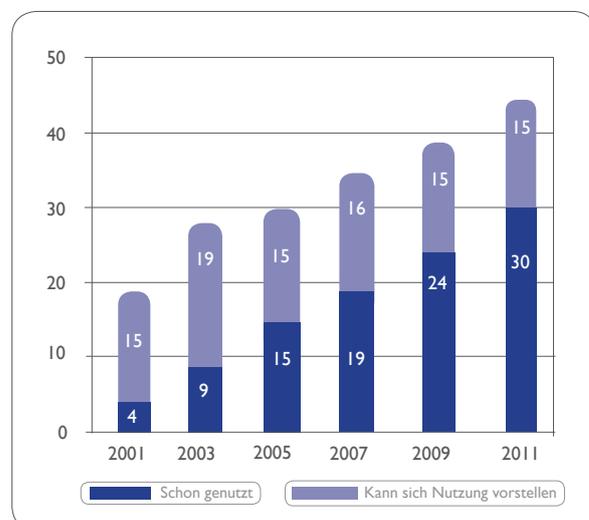
Quelle: eigene Darstellung nach: DZT / RA 2001-2011

Buchungsverhalten

Laut FUR Reiseanalyse 2013 werden vor allem durch das Internet Direktbuchungen bei den Leistungsträgern immer leichter und komfortabler. Das fördert die Tendenz zur Buchung von Einzelleistungen zu Lasten der viele Leistungen umfassenden Pauschalreisen. Zwar bleibt die Pauschalreise in 2012 mit einem Anteil von 42% an den Urlaubsreisen die wichtigste Organisationsform und das Reisebüro mit einem Anteil von 34 % die wichtigste Buchungsstelle, ein Strukturwandel zu Gunsten von Einzelbuchungen, Internetportalen und Unterkunftsanbietern ist aber seit Jahren zu beobachten.²³

Abb.: Internetnutzung zur Buchung von Urlaubsreisen, Favoriten bei Internetbuchungen:

Dies bestätigt auch eine Untersuchung der Deutsche Zentrale für Tourismus (DTZ) laut der im Jahr 2011 30% der Deutschen das Internet bereits zur Buchung von Urlaubsreisen genutzt haben. Hervorzuheben ist insbesondere die Zunahme der Bedeutung des Internets als Buchungskanal in den vorangegangenen 10 Jahren²⁴: Laut einer repräsentativen Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Forsa im Auftrag des BITKOM haben rund 23 Mio. Deutsche schon einmal im Internet eine Unterkunft reserviert.



Quelle: eigene Darstellung nach: DZT / RA 2001-2011

²² Vgl. Stiftung für Zukunftsfragen, o.J., o.S., <http://www.tourismusanalyse.de/de/statistik/daten/zahlen/tourismus-urlaub-reisen/reiseinformationsverhalten.html> (08. 05.2013).

²³ Vgl. FUR Reiseanalyse, Erste ausgewählte Ergebnisse der 43. Reiseanalyse zur ITB 2013, 2013.

²⁴ Vgl. DZT, Das Reiseverhalten der Deutschen im Inland, 2013, S. 28 nach RA 2001-2011.

Flugtickets wurden von über 20 Mio. Bundesbürgern im Netz bestellt, Bahntickets von knapp 15 Mio. Von jenen, die bisher nur im Reisebüro oder am Ticketschalter gebucht haben, kann sich fast jeder Zweite (45%) vorstellen, in Zukunft auf Online-Buchungen umzusteigen. Das sind über 9 Mio. Deutsche.²⁵

Anzahl der Deutschen, die bestimmte Reiseleistungen im Internet gebucht haben

Übernachtungen 23,6 Mio. / Flüge 20,7 Mio.

Bahnfahrkarten 14,9 Mio. / Pauschalreisen 13,9 Mio.

Mietwagen 10,3 Mio. / Schiffsreisen 3,9 Mio.

Nachhaltiges Reisen

Das Thema Nachhaltigkeit spielt auch im Tourismus eine zunehmend wichtige Rolle, vorrangig handelt es sich hierbei um die Nachfrage nach ökologisch und sozial einwandfreien Angeboten. Die Entwicklung der Nachfrage in diesem Bereich ist beachtlich: Anfang 2012 war ökologische Verträglichkeit noch für 31% der Bevölkerung wichtig im Bezug auf den eigenen Urlaub. Ein Jahr später sind es bereits 40%.²⁶

²⁵ Vgl. BITKOM, Presseinfo Online-Reisebuchungen 12.06.2012.

²⁶ Vgl. FUR Reiseanalyse, Erste ausgewählte Ergebnisse der 43. Reiseanalyse zur ITB 2013, 2013.

Fazit Tourismus

Vor dem Hintergrund des aus den Bereichen Aktiv, Kultur und Freizeit bestehenden, außerordentlichen Angebots, beispielsweise mit Produkten wie Beethoven, Museumsmeile, Tor zum romantischen Rhein sowie neuen touristischen Produkten wie dem Natursteig Sieg und der damit einhergehenden Anpassung der Infrastruktur, beispielsweise im Rahmen der Regionale 2010 bzw. der EFRE-Förderung, ist die Region Bonn / Rhein-Sieg gut aufgestellt im Wettbewerb der Destinationen. Chancen für die Zukunft bieten beispielsweise neue Erreichbarkeiten durch die Liberalisierung des Fernlinienbusverkehrs. Hinsichtlich der Vermarktung des heterogenen touristischen Angebotsprofils der Tourismusregion Bonn / Rhein-Sieg, das sich aus der zuvor vorgenommenen Betrachtung ergibt, bedarf es adäquater Strukturen, die im Kapitel „Struktur der Tourismusvermarktung“ behandelt werden.

Aus der zuvor vorgenommenen Betrachtung der Zielgruppen, Quellmärkte und Trends sowie den Statistiken lassen sich folgende Erkenntnisse für die Vermarktung der Region Bonn / Rhein-Sieg gewinnen:

Bei den Übernachtungszahlen zeigt sich für die Region Bonn / Rhein-Sieg über die letzten zehn Jahre eine kontinuierlich positive Entwicklung mit starken Zuwächsen insbesondere in den letzten drei Jahren. Ein wachsendes und breitgefächertes Angebot an Übernachtungseinrichtungen, von der Ferienwohnung bis zum Luxushotel, wird der steigenden und heterogenen Nachfrage gerecht.

Kernzielgruppen der Region sind Aktive Best Ager, Geschäftsreisende, Erwachsene Paare und Familien. Für alle vier Kernzielgruppen stellt vor allem die Kombinationsmöglichkeit der Angebote aus Stadt Bonn und Region Rhein-Sieg einen wichtigen Faktor für Produkt und Vermarktung dar. Die Verknüpfung der dichten Kulturlandschaft und städtischer Vielfalt mit einem breiten Freizeitangebot an Naturerlebnissen und Outdooraktivitäten ist

gerade im Rahmen der Eignung der Destination für die Zielgruppen Aktive Best Ager, Erwachsene Paare und Familien ein großer Vorteil. Auch für Geschäftsreisende und die Erschließung des touristischen Potentials dieser Kernzielgruppe ist die Verknüpfungsmöglichkeit zwischen städtischem Bereich und Naherholungsraum von großer Bedeutung: All diesen Ansprüchen wird die Region Bonn / Rhein-Sieg mit ihrem Angebot gerecht.

Den Hauptquellmarkt für die Region Bonn / Rhein-Sieg stellt Deutschland, respektive die Bundesländer NRW, Niedersachsen und Baden-Württemberg dar. Studien zeigen, dass gerade das Erholen in der Natur zusammen mit dem Erlebnispotential der Städte ein HauptreisetHEMA darstellt. Internationale Primärmärkte der Region Bonn / Rhein-Sieg sind das Vereinigte Königreich, die Niederlande und Belgien. Als Sekundärmärkte definiert die Region Bonn / Rhein-Sieg die Länder Frankreich, Schweiz, Italien, Österreich und Polen. Als Märkte mit großem Zukunftspotential definiert die Region für sich Russland, Japan, China und die Arabischen Golfstaaten.

Aktuelle Trends im Informations- und Buchungsverhalten unterstreichen die wachsende Bedeutung des Internet als Informations- und Vertriebskanal. Die Rückkopplung an die Bedürfnisse der Zielgruppen lässt jedoch auch auf einen nach wie vor bestehenden Bedarf an persönlicher Beratung und Printprodukten zur Information und Buchungsanbahnung schließen.

Diese wie auch weitere, in der SWOT Analyse dokumentierte Punkte, bieten Chancen für die zukünftige touristische Entwicklung der Region Bonn / Rhein-Sieg und die Basis der Ausrichtung des Destinationsmarketing- und Vertriebs Touristik. Zwingend notwendig ist jedoch auch die Einbeziehung der in der Analyse beschriebenen Risiken.

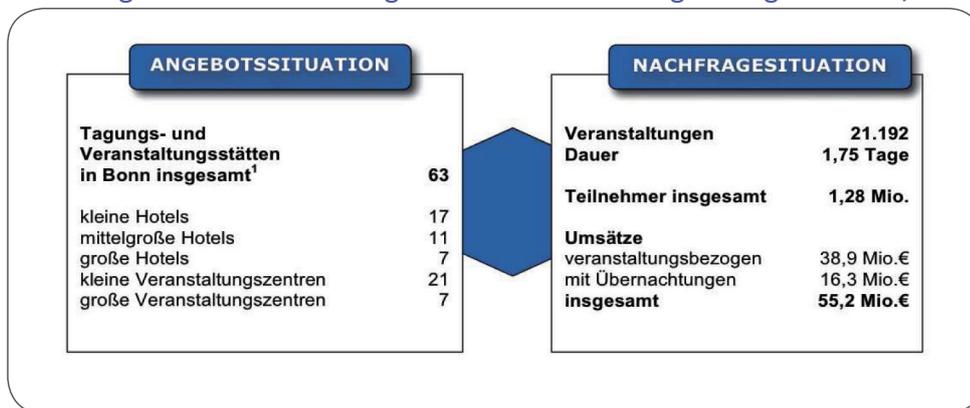
Kongressregion Bonn / Rhein-Sieg

Die Kongressregion Bonn verzeichnet in den letzten Jahren eine konstant hohe Anzahl von Veranstaltungen. Besonders die zentrale Lage des Standortes mit hervorragender Anbindung zu mehreren Flughäfen und ICE-Haltepunkten in einem Umkreis von 150 km sorgen für kurze Transferzeiten. Eine gut ausgebaute Infrastruktur macht die unkomplizierte Anreise der Teilnehmer möglich. Das großzügige Angebot an Hotelbetrieben sorgt für adäquate Unterbringungsmöglichkeiten und in den vielfältigen Locations lassen sich unterschiedlichste Veranstaltungsformate abbilden. Zudem bieten Stadt und Region zahlreiche Anknüpfungspunkte für die Gestaltung hochwertiger Rahmenprogramme.

Seit 2009 wird in Bonn und Region speziell für den Kongressbereich ein Tagungsmonitoring durchgeführt, um eine ständige Beobachtung des Tagungsmarktes zu ermöglichen. Die Datenerfassung erfolgt durch das „TagungsBarometer“, ein Instrument des Europäischen Instituts für Tagungswirtschaft. Das „TagungsBarometer“ ist eine Web-Applikation, über die monatlich Daten zum Veranstaltungsmarkt erfasst und ausgewertet werden. Insgesamt nehmen derzeit 22 Veranstaltungsstätten am Bonner Tagungsbarometer teil. Ein Drittel der Häuser kommt aus dem Rhein-Sieg-Kreis, zwei Drittel aus Bonn, so dass eine Gesamtbetrachtung der Region Bonn / Rhein-Sieg möglich ist. Die hierbei erfassten Daten bilden die Grundlage der folgenden Analyse der Tagungsregion.

Der Kongressstandort Bonn / Rhein-Sieg bietet insgesamt 63 Veranstaltungsstätten (mit mindestens 30 Sitzplätzen im größten Saal bei Reihenbestuhlung). Darunter sind 17 kleine Hotels, elf mittelgroße Hotels, sieben große Hotels, 21 kleine Veranstaltungszentren und sieben große Veranstaltungszentren vertreten.

Abb.: Angebots- und Nachfragesituation in der Kongressregion Bonn / Rhein-Sieg

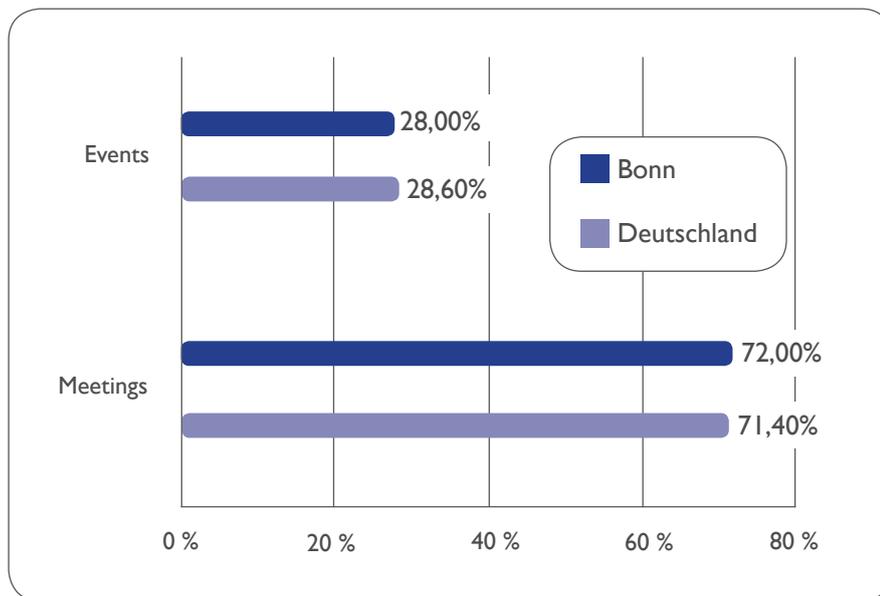


Quelle: TagungsBarometer Bonn, Europäisches Institut für Tagungswirtschaft GmbH (EITW), S. 17

Für das Jahr 2011 wurden rund 22.000 Veranstaltungen gezählt, bei denen 1,3 Mio. Teilnehmer in die Region kamen. Bei einer durchschnittlichen Dauer von 1,68 Tagen wurden über 60 Mio. Euro direkt bei den Veranstaltungsstätten generiert, wovon mehr als 21 Mio. für Übernachtungen ausgegeben wurden. In den eigenen Räumlichkeiten durchgeführte Veranstaltungen („inhouse“) wurden bei der Marktanalyse nicht berücksichtigt.

Innerhalb des Segments der geschäftlich motivierten Veranstaltungen unterscheidet man zwischen den zwei verschiedenen Veranstaltungsarten Business-Veranstaltungen und Events. In Bonn ist der Anteil der Business-Veranstaltungen mit knapp drei Viertel sämtlicher Veranstaltung vergleichbar mit dem Bundesdurchschnitt. Events bestimmen lediglich mit ca. 28% den Markt.

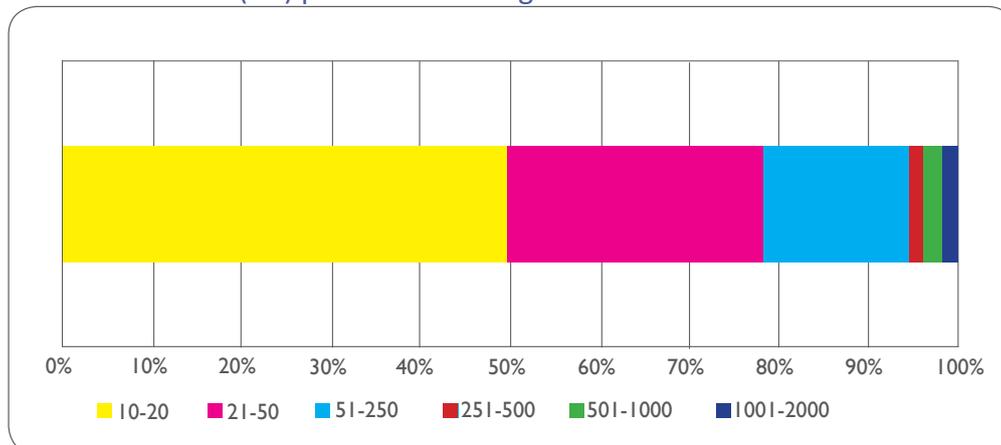
Abb.: Verhältnis Business- zu Eventveranstaltungen



Quelle: eigene Darstellung nach: Meeting- & EventBarometer 2011/2012, S. 24 und TagungsBarometer Bonn, Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH (EITW), S. 8.

Die in der Tagungsregion Bonn / Rhein-Sieg durchgeführten Veranstaltungen ziehen hauptsächlich kleinere Formate wie beispielsweise Seminare an. Knapp 80% aller Veranstaltungen hatten eine Teilnehmerzahl von bis zu 50 Besuchern. Deutschlandweit liegt der Wert bei 45%.

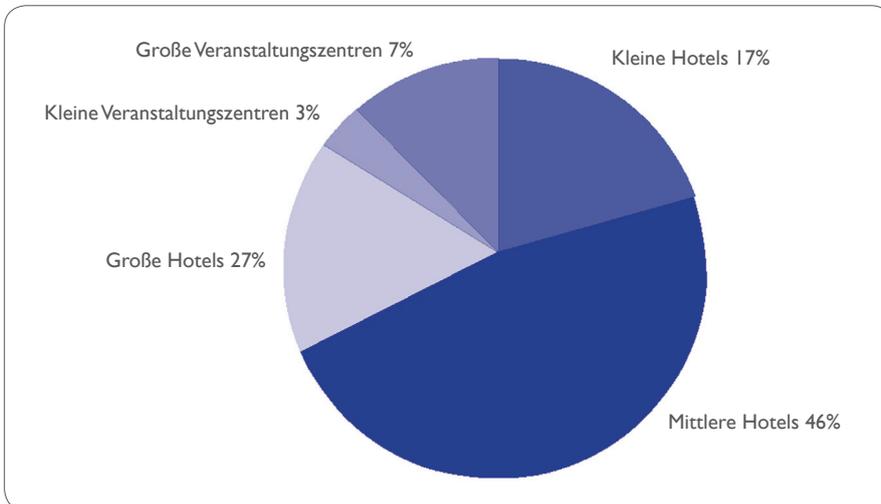
Abb.: Teilnehmer (TN) pro Veranstaltung



Quelle: eigene Darstellung nach: TagungsBarometer Bonn, Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH (EITW), S. 9.

Für den Veranstaltungsmarkt in Bonn und der Region sind besonders die Hotels, untergliedert in kleine, mittlere und große Hotels, beliebte Tagungsorte. Hier finden 90% der Veranstaltungen statt. Deutschlandweit liegt der Anteil der Tagungshotels bei zwei Drittel der Veranstaltungen.

Abb.: Verteilung der Veranstaltungen auf unterschiedliche Veranstaltungsstätten

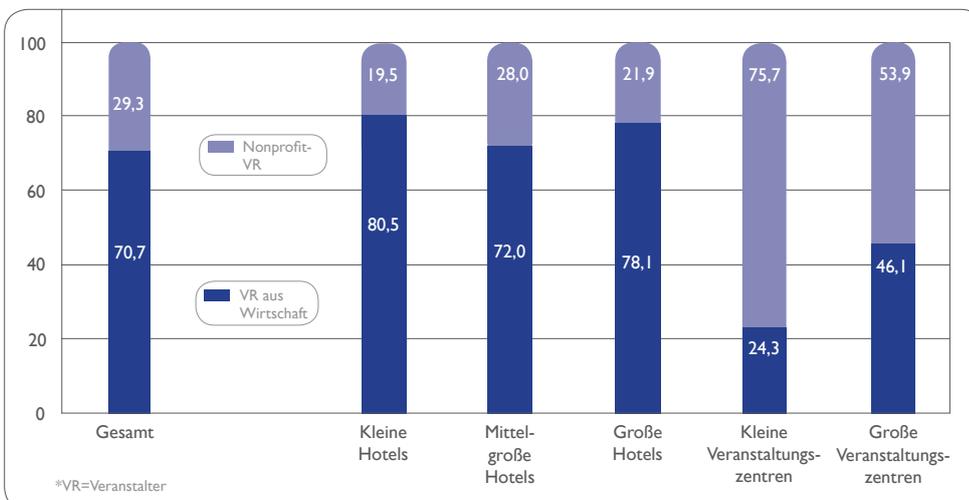


Quelle: eigene Darstellung nach: TagungsBarometer Bonn, Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH (EITW), S. 6.

Kundenanalyse

Nach der Analyse der in Bonn dominierenden Veranstaltungsformate wird mittels einer umfassenden Kundenanalyse die Nachfrageseite untersucht. Zur genaueren Betrachtung wird analysiert, aus welchen Branchensegmenten die Veranstaltungsplaner kommen, um hieraus spezifische Kundenbedürfnisse ableiten zu können. Zunächst kann festgehalten werden, dass der Hauptanteil, ca. zwei Drittel, der Veranstalter aus der Wirtschaft kommt, lediglich 30% entstammen Nonprofit-Unternehmen.

Abb.: Verteilung der Veranstalter in der Tagungsregion

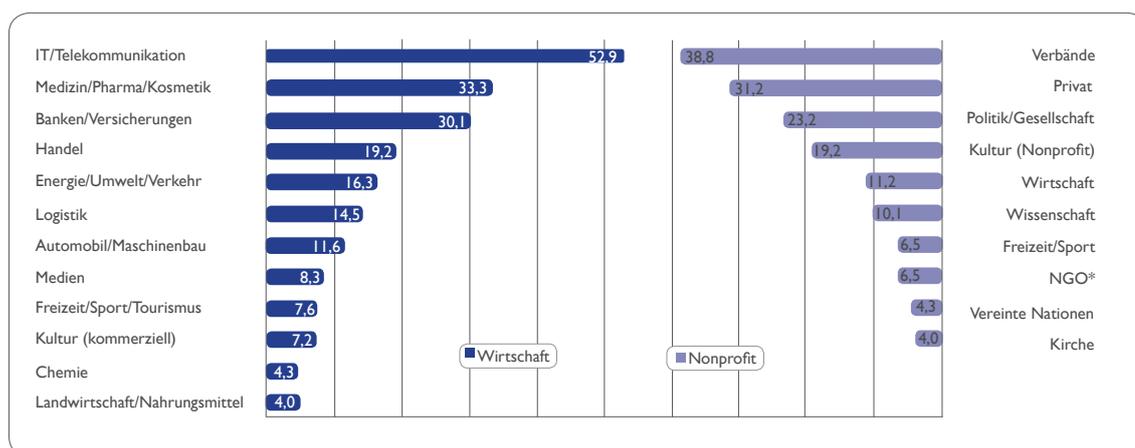


Quelle: eigene Darstellung nach: TagungsBarometer Bonn, Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH (EITW), S. 12.

Für eine detaillierte Betrachtung erfolgt die Einteilung der Veranstaltungsplaner in Branchen-segmente. Der Wirtschaftsstandort schafft mit den global agierenden Konzernen (Deutsche Telekom AG, Deutsche Post DHL, Deutsche Postbank AG und Solarworld) sowie den zahlreichen mittelständischen Unternehmen Synergien für internationale Tagungen und Kongresse. Aber auch die zahlreichen Einrichtungen (Universität Bonn, Hochschule Bonn-Rhein-Sieg, RheinAhr-Campus, Fachhochschule Bad Honnef, Fraunhofer-Institute, CAESAR sowie mehr als 200 Institutionen aus Wissenschaft und Technologie) machen die Region Bonn / Rhein-Sieg zur idealen Plattform für wissenschaftliche Veranstaltungen. 18 UN-Sekretariate widmen sich globalen Zukunftsthemen wie Klimaschutz, Wüstenbildung, Wasserhaushalt, Boden- und Artenschutz und mehr als 150 weitere internationale Organisationen konzentrieren sich auf das Thema „nachhaltige Entwicklung“. Zudem ist Bonn mit dem Sitz von sechs der 15 Bundesministerien und etwa 20 Bundesbehörden ein wichtiger Behörden- und Verbändestandort.

Die wichtigsten Branchen im Veranstaltungsmarkt für Bonn und die Region sind besonders IT- und Telekommunikation, gefolgt von der Medizin- und Pharmaindustrie sowie dem Bankensektor. Bei den Nonprofit-Unternehmen dominieren Verbände und Politik.

Abb.: Branchensegmente der Tagungsregion Bonn

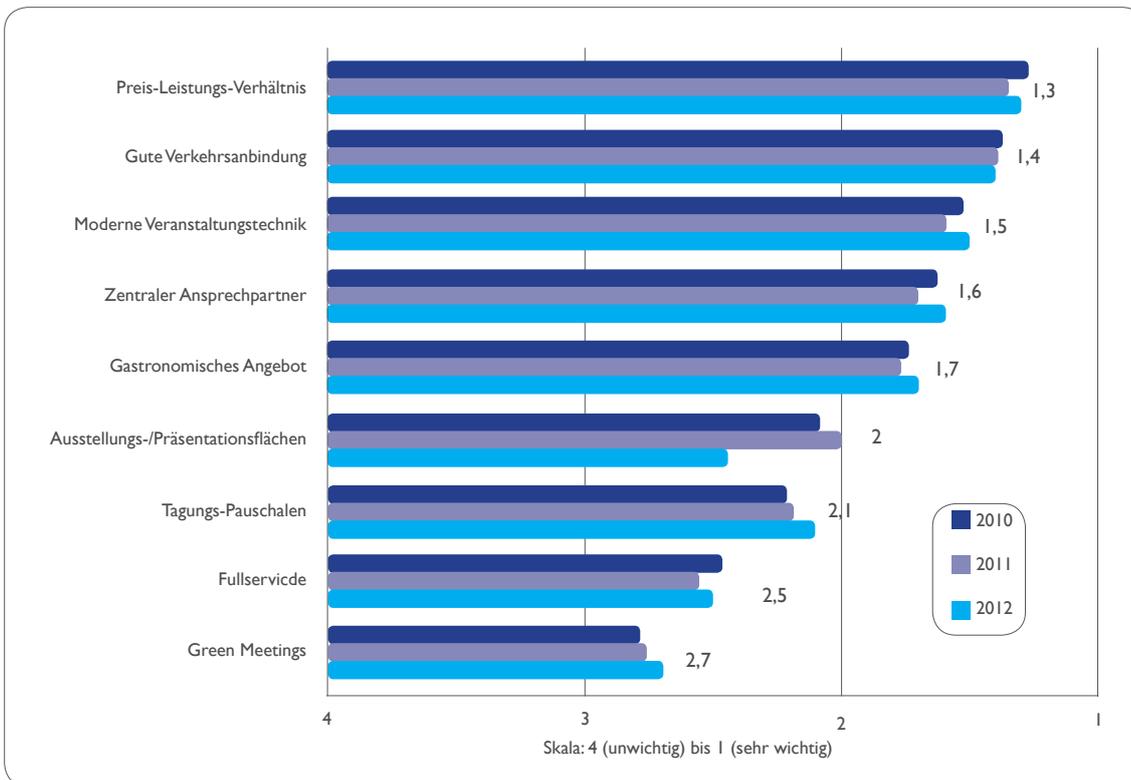


Quelle: eigene Darstellung nach: TagungsBarometer Bonn, Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH (EITW), S. 12.

Eine hohe Bedeutung kommt hierbei auch der Untersuchung der Bedürfnisse der Veranstaltungsplaner zu, um deren Anforderungen als Destination entsprechen zu können. Untersuchungen des Europäischen Instituts für TagungsWirtschaft aus den letzten drei Jahren zeigen, dass nach wie vor der Preis eine hohe Bedeutung für bzw. gegen die Wahl einer Destination darstellt. Durch das breit gefächerte Angebot kann die Tagungsregion Bonn diesem Anspruch entsprechen.

Ein großer Vorteil der Tagungsregion Bonn / Rhein-Sieg ist die zentrale Lage mit guter Erreichbarkeit von drei Flughäfen und zwei ICE-Haltepunkten. Hier ist der Standort sehr gut aufgestellt. Für viele Veranstalter ist es wichtig, einen zentralen Ansprechpartner in der Region vorzufinden. Die T&C hat durch die neue Ausrichtung der Kongressabteilung als neutrales Convention Bureau hierauf reagiert und sich als neutraler Vermittler positioniert.

Abb.: Kriterien für die Auswahl einer Veranstaltungsstätte (nach Wichtigkeit)



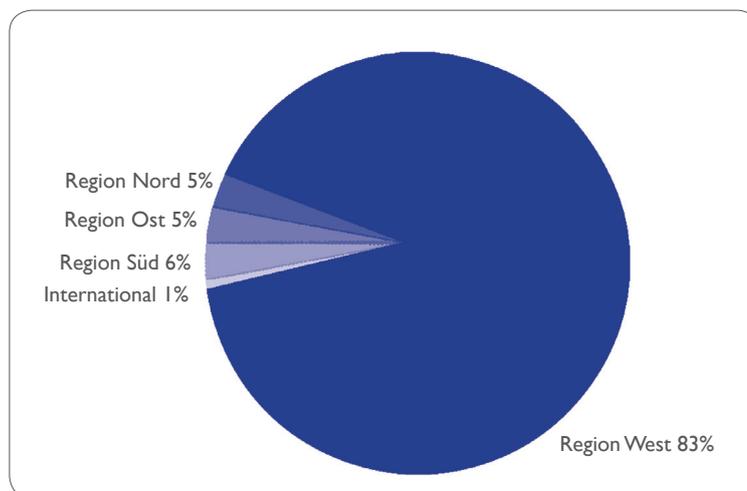
Quelle: eigene Darstellung nach: Meeting- & EventBarometer 2011, 2012, S. 17



Quellmärkte

Zur Quellmarktanalyse im Kongressbereich werden in Kooperation mit dem Europäischen Institut für TagungsWirtschaft der Hochschule Harz jährlich Angebot und Nachfrage im Tagungsmarkt Region Bonn / Rhein-Sieg empirisch evaluiert und entsprechende Handlungsempfehlungen abgeleitet.

Abb.: Quellmarkt der Tagungsregion Bonn



Quelle: eigene Darstellung nach: TagungsBarometer Bonn, Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH (EITW), S. 14.

Die Region West, bestehend aus NRW, Niedersachsen und Hessen, stellt für die Tagungsregion den wichtigsten Quellmarkt dar. Knapp 80 Prozent der Veranstalter von Kongressen in Bonn und Region stammen aus diesem Zielmarkt. Weitere neun Prozent stammen aus der Region Süd, die sich aus den Ländern Rheinland-Pfalz, Saarland, Baden- Württemberg und Bayern zusammensetzt.

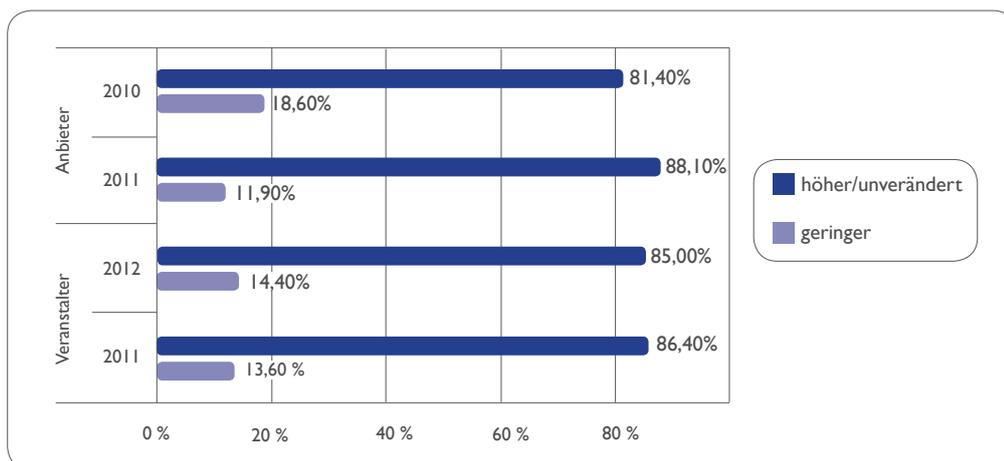
Trends Kongress

Zur Bestimmung der künftigen Schwerpunkte und Themen der T&C im Kongressbereich werden analog zur Tourismusregion für die Kongressregion Bonn entscheidende Trends der Branche untersucht und in die strategische Ausrichtung einbezogen.

Nachhaltigkeit

Das Thema Nachhaltigkeit gilt bereits seit den letzten Jahren als wichtiger Trend. Wie die Befragung der Veranstaltungsplaner gezeigt hat gelten ressourcenschonende Angebote mittlerweile weltweit als Notwendigkeit und ziehen sich durch alle Lebensbereiche. Diese Entwicklung beschäftigt im Veranstaltungssegment aber nicht nur Veranstaltungsplaner, sondern auch Anbieter. Auch wenn Green Meetings, also nachhaltig ausgerichtete Veranstaltungen, noch nicht für alle Veranstalter ein unabdingbares Kriterium darstellen, so ist sich die Branche dennoch sicher, dass diese Thematik in Zukunft mehr und mehr an Bedeutung gewinnt. Bereits im Jahr 2010 gaben 80% der Anbieter an, dass sie Green Meetings als wichtiges Zukunftsthema einschätzen, bei den Veranstaltern waren es 85%. In 2011 ist diese bereits hohe Zustimmung nochmals leicht angewachsen.

Abb.: Einschätzung der zukünftigen Bedeutung von Green Meetings



Quelle: eigene Darstellung nach: Meeting- und Eventbarometer 2011/2012, Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH, Juli 2012, S. 49 und Meeting- und Eventbarometer 2010/2011, Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH, Juli 2012, S.35.

Tagen im Grünen

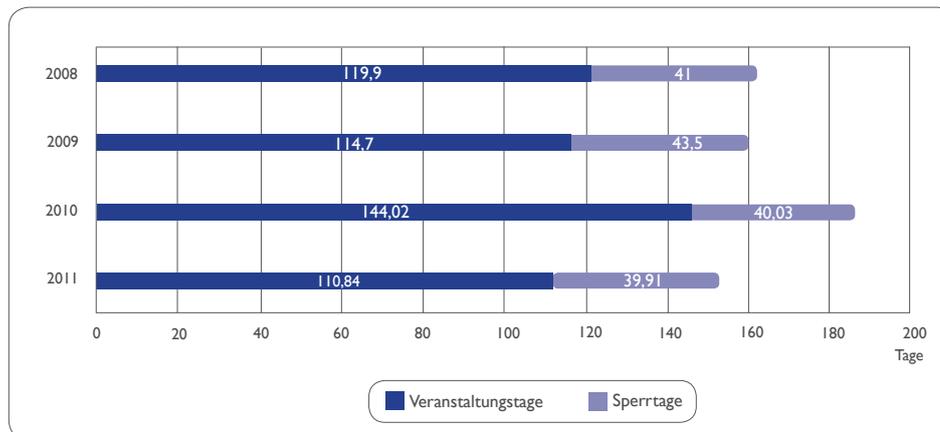
Häufig bemängeln Veranstaltungsplaner, dass die Ablenkung der Teilnehmer bei Events in Städten sehr hoch ist. Hieraus hat sich ein weiterer, für die Tagungsregion interessanter Trend ergeben: Tagungen im Grünen. Besonders die gemeinsame Abendgestaltung wird einfacher, wenn nicht im direkten Umfeld ein großes Angebot an Restaurants lockt.²⁷ Im Rhein-Sieg-Kreis finden sich für diese Veranstaltungen viele interessante Locations. Zudem bietet die Region den Vorteil, dass z.B. für die Gestaltung des Rahmenprogramms sowohl die Angebote in der Region, wie auch die kulturelle Vielfalt der nahen Stadt Bonn genutzt werden können.

Veranstaltungsdauer

Ein weiterer wichtiger Trend für die Ausrichtung der Kongressregion ist die Beachtung der immer kürzer werdenden Veranstaltungsdauer. 2010 konnten noch 144 Veranstaltungstage verzeichnet werden. 2011 hat sich dieser Wert um 18% auf 110 Veranstaltungstage verringert.

²⁷ Vgl. <http://biztravel.fvw.de/hotels-auf-dem-land-tagen-im-gruenen/1/96404/4085/1> (07.04.2013, 16:46 Uhr).

Abb.: Belegtage der Veranstalterbranche in Deutschland



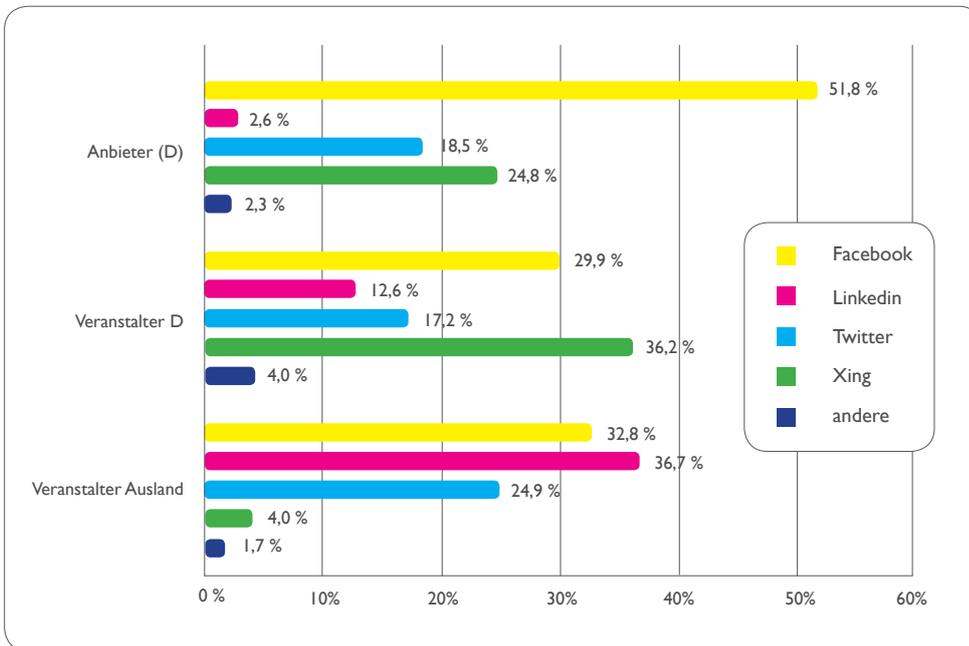
Quelle: eigene Darstellung nach: Meeting- und Eventbarometer 2011/2012, Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH, Juli 2012, S. 14.

Diese Entwicklung hat nicht nur direkten Einfluss auf die Veranstaltungsstätten. Auch andere Bereiche des Kongresswesens müssen sich dieser Entwicklung anpassen. Die Dauer der Veranstaltungen in Bonn liegt aktuell mit 1,75 zu 1,6 Tagen höher als im deutschlandweiten Durchschnitt. Dennoch wird die Entwicklung auch für den Kongressstandort Bonn / Rhein-Sieg spürbar, wobei diese aktuell durch die im Durchschnitt längeren internationalen Veranstaltungen aufgefangen wird.

Internet und Social Media

Auch die Bedeutung des Internets nimmt nach wie vor einen hohen Stellenwert ein. Eine professionelle Webseite wird mittlerweile als selbstverständlich vorausgesetzt. Seit den letzten Jahren geht es verstärkt um den Einsatz von Social Media Plattformen, welche einen engeren und interaktiven Dialog mit dem Kunden ermöglichen. Eine Befragung von 12.500 Veranstaltern und 4.000 Anbietern hat untersucht, welche Plattformen in der Veranstaltungsbranche hauptsächlich genutzt werden.

Abb.: Ist Ihr Unternehmen in allgemeinen Social Media Plattformen aktiv?
Nutzen Sie allgemeine Social Media Plattformen für die Arbeit?



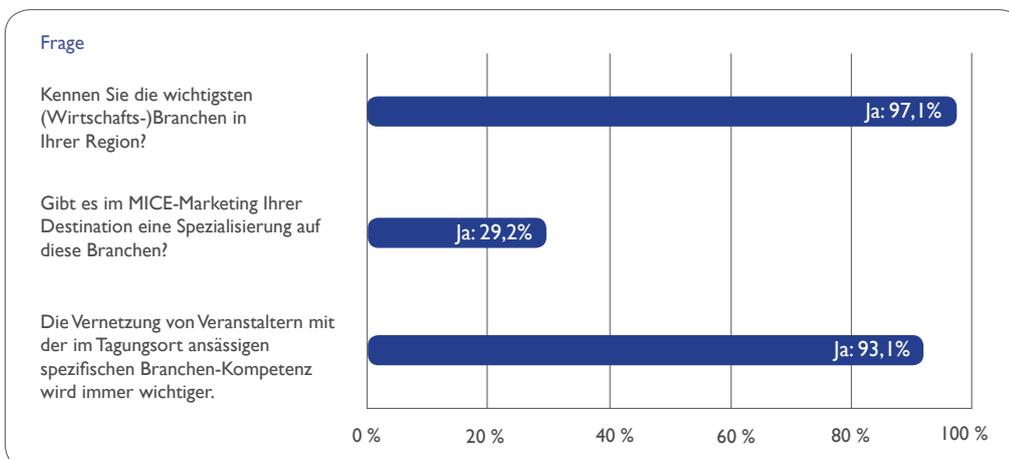
Quelle: eigene Darstellung nach: Meeting- & EventBarometer 2011/2012, S. 43.

Die Ergebnisse bekräftigen die aktuelle Nutzung sozialer Netzwerke durch die T&C. Die T&C ist bereits auf Facebook, Twitter und Xing aktiv.

Branchenspezifizierung

Für den Erfolg einer Tagungsdestination gilt es auch als entscheidend, sich auf die Erfüllung der Bedürfnisse der in der Region ansässigen Branchen zu spezialisieren. Zwar geben 97% der Destinationen an, die Wirtschaftsbranchen ihrer Region zu kennen und 93% sehen eine entsprechende Ausrichtung auch als erfolgversprechend an. Allerdings spezialisieren sich nur 29% auf die in der Region bestimmenden Unternehmenssegmente.

Abb.: Anbieterbefragung zur Branchenausrichtung



Quelle: eigene Darstellung nach: Meeting- & EventBarometer 2011/2012, S. 46.

Fazit Kongress

Die Kongressregion Bonn / Rhein-Sieg ist ein beliebter Veranstaltungsort von Meetings und Kongressen. Gestützt wird diese Position durch die seit Jahren erfolgreiche Stellung Deutschlands als Ausrichterland von Veranstaltungen.

Durch das große Angebot unterschiedlichster Tagungsstätten können in der Kongressregion Bonn / Rhein-Sieg vielseitige Veranstaltungsformate abgebildet werden. Im Jahr 2011 wurden über 21.000 Veranstaltungen mit rund 1,3 Millionen Teilnehmern durchgeführt. Einen besonderen Anreiz bieten hier die einzigartigen Tagungsstätten wie der ehemalige Plenarsaal des Bundestages oder das ehemalige Gästehaus der Bundesregierung auf dem Petersberg.

Die Tagungsregion ist besonders für die Veranstaltung von Meetings geeignet. Der Hauptteil der Veranstaltungen weist eine Teilnehmerzahl bis 50 Personen auf, was besonders durch die hohe Anzahl von Seminaren beispielsweise durch ansässige DAX-Unternehmen, die Vereinten Nationen und die Universität Bonn zu erklären ist. Dieses teils monostrukturierte Seminargeschäft gilt es in der Zukunft durch neue Veranstaltungsstätten und –formate zu erweitern, um so die Region am Markt zu stärken.

Der Hauptteil der Veranstaltungen findet in den Tagungshotels der Region Bonn / Rhein-Sieg statt. Eine Stärkung der Veranstaltungszentren, insbesondere durch die Akquirierung großer Formate, bildet einen Schwerpunkt der künftigen Marketings- und Vertriebsstrategie. So kann durch die meist längeren, großen Veranstaltungen, eine bessere Auslastung der Betriebe erreicht werden. Eine wichtige Chance bietet in diesem Segment die geplante Neueröffnung des WorldCCBonn. Die Verzögerung der Fertigstellung hat jedoch zu Verunsicherungen bei den Kunden geführt,

die es durch einen kontinuierlichen Informationsfluss in der Kundenbetreuung zu beheben gilt.

Die meisten Veranstalter kommen aus der Wirtschaft. Die wichtigsten Kundensegmente entstammen der IT- und Telekommunikationsbranche, der Medizin- und Pharmaindustrie und dem Bankensektor. Im Nonprofit-Bereich dominieren Verbände und Politik. Eine intensive und zielgerichtete Betreuung dieser Schlüsselkunden bestimmt den Vertrieb der T&C. Eine der Kernaussagen des Tagungsbarometers empfiehlt, die Akquise und die persönliche Kundenansprache auf einen Radius von 200 Kilometern um die Region Bonn zu fokussieren. Zusätzlich zeigt sich auch eine Relevanz der Standorte Brüssel und Berlin. Aufgrund der Kompetenz der Tagungsregion sowohl für politische Veranstaltungen wie auch für (internationale) Verbände bieten diese Städte ein großes Kundenpotenzial. Dies bedingt eine stärkere Ansprache internationaler Veranstalter, besonders durch Kundengespräche auf Fachmessen.

Auch die Trends der Branche bilden eine Grundlage für die künftige Ausrichtung der T&C. Als entscheidende Entwicklung gilt die zunehmende Bedeutung des Themas nachhaltige Veranstaltungen. Für die Region entscheidend ist darüber hinaus der Trend zu Tagungsmöglichkeiten im Grünen. Die idealen Kombinationsmöglichkeiten zwischen Stadt und Region werden von den Kunden häufig auch für die Gestaltung der Rahmenprogramme genutzt. Ein weiterer wichtiger Trend ist die immer kürzer werdende Veranstaltungsdauer. Das Internet sowie Social Media nehmen einen immer höheren Stellenwert ein. Die T&C ist bereits in drei der vier meist genutzten Medien aktiv.

Strategische Partner (Auszug)

Zur Vermarktung des regionalen touristischen Angebots, Durchführung von Maßnahmen und Umsetzung der Ziele ist für die T&C eine regionale wie auch überregionale Vernetzung von zentraler Bedeutung.

Nachfolgend ein Auszug der strategischen Partner der T&C auf regionaler sowie auf überregionaler Ebene.

Regional

Tourismusvertreter der Teilregionen der Region Bonn / Rhein-Sieg:

- Stadt Bonn, Bonn-Information
- Tourismus Siebengebirge GmbH
- Naturregion Sieg
- Touristikverein Bergischer Rhein-Sieg-Kreis e.V. (bergisch hoch 4)
- Rhein-Voreifel Touristik e.V.

sowie

- Ausschüsse der IHK Bonn / Rhein-Sieg
- Erfahrungsaustauschgruppen und Arbeitskreise Hotellerie
- DEHOGA
- GolfNet Rheinland e.V.
- Hotel- und Gaststätteninnung Bonn / Rhein-Sieg
- Marketingkooperation Rhein in Flammen®
- Museumsmeilenrunde
- RadRegionRheinland e.V.
- Region Köln/Bonn e.V. Kooperationsrunde Tourismus
- Regio-Treff
- Rhein-Sieg-Kreis, Referat Wirtschaftsförderung
- Städtekooperation Düsseldorf/Köln/Bonn
- Stadt Bonn, Amt für Wirtschaftsförderung
- Steuerungsgruppe Fairtrade Town Bonn
- Sustainable Bonn Partner
- Tourismus Förderverein
- Vorstand FH Bad Honnef

Überregional

- Deutscher Reiseverband (DRV)
- Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)
- German Convention Bureau e.V. (GCB)
- Internationaler Verband der Paketer e.V. (VPR)
- RDA Internationaler Bustouristik Verband e.V.
- Tourismus NRW e.V.

Struktur der Tourismusvermarktung

Ihren touristischen Aufgaben und Zielen stellt sich die T&C gemeinsam mit Ihren strategischen Partnern vor dem Hintergrund des föderalistischen Aufbaus der touristischen Vermarktung in Deutschland. Nachfolgend wird das Zusammenwirken der zuvor aufgeführten strategischen Partner auf den verschiedenen Ebenen beschrieben.



Aufgrund der besonderen Situation der Teilregionen mit ihren Tourismusorganisationen, kann der föderalistische Aufbau nicht 1:1 auf die Region Bonn/ Rhein-Sieg übertragen werden. Aus diesem Grund ist eine Zwischenebene zwischen Regional- und Lokalebene vorhanden.

Bundesebene

Touristische Vermarktung auf Bundesebene erfolgt seit mehr als 60 Jahren durch die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) im Auftrag der Bundesregierung für das Reise-land Deutschland im Ausland. Auf der ganzen Welt vermarktet die DZT die touristische Vielfalt des Reiselandes Deutschland. Als Marketing-Organisation übernimmt sie wichtige Funktionen für die internationale Vermarktung, von der Entwicklung eines angebots- und erlebnisorientierten Marketing über die Bündelung und Optimierung aller Marketingaktivitäten bis hin zum flächendeckenden Vertrieb in Wachstumsmärkten. Dabei stützt sich die DZT auf eine enge Zusammenarbeit mit Partnern aus der Touristik, der Wirtschaft und aus Verbänden.

Die Unternehmensziele der DZT sind:

- Steigerung des Reiseaufkommens
- Erhöhung der Deviseneinnahmen
- Stärkung des Wirtschaftsstandortes Deutschland
- Positionierung Deutschlands als vielfältiges und attraktives Reiseland

Landesebene

Touristische Vermarktung auf Landesebene erfolgt seit 1997 durch den Tourismus NRW e.V. mit Sitz in Düsseldorf als touristischer Dachverband für Nordrhein-Westfalen. Der Tourismusverband fördert die Profilierung der nordrhein-westfälischen Regionen und Orte durch übergreifendes Themenmarketing in

Abstimmung mit den Leitbildern der touristischen Entwicklung in NRW und ist Bindeglied zu den Tourismus-Organisationen auf Bundes- und EU-Ebene.

Die zentralen Unternehmensziele des Tourismus NRW e.V. sind:

- Profilierung des Tourismus als zukunfts-trächtiger Wirtschaftsfaktor
- Optimierung der Rahmenbedingungen für das touristische Marketing
- Förderung der touristischen Kooperation in Nordrhein-Westfalen

Regionalebene

Die T&C betreibt seit 1997 touristische Vermarktung auf Regionalebene. Als Bindeglied zur Bundes- und Landesebene beteiligt sie sich an den Aktionen und Maßnahmen der jeweiligen Marketingorganisationen, sorgt für Wissenstransfer sowie Erfahrungsaustausch und fungiert als wichtige Schnittstelle zur Lokalebene. Im Gesellschaftsvertrag der T&C sind die Unternehmensziele festgelegt.

Die zentralen Unternehmensziele der T&C sind:

- Erhöhung des Bekanntheitsgrades und die Herausstellung der Vorzüge der Region
- Bonn / Rhein-Sieg als attraktives Reiseziel
- Förderung des Tourismus in der Region
- Positionierung der Region im nationalen und internationalen Wettbewerb

Zwischenebene

Regionalebene - Lokalebene

Als regionale Besonderheit befinden sich auf der Zwischenebene zwischen der Regional- und der Lokalebene die Organisationen bzw. Vertreter der fünf touristischen Teilregionen der Region Bonn/ Rhein-Sieg. Diese bündeln das jeweilige Angebot und sind erster Ansprechpartner für die T&C zur Ansprache der Lokalebene. In enger Zusammenarbeit werden Produkte entwickelt, die über die Regionalebene sowie die Schnittstellen zur Landes- und Bundesebene vermarktet werden. Vorteil dieser Strukturen ist die Nutzung der dort vorgehaltene Kompetenz durch die T&C und die aktive Einbindung in die Vermarktungs- und Vertriebsstrategien der T&C. Gleichmaßen bedeutet dies aber auch, eine intensive Abstimmung aller touristischen Aktivitäten mit Schaffung von Synergien für alle Beteiligten.

Die zentralen Ziele der Partner auf der Zwischenebene sind:

- Entwicklung touristischer Infrastruktur
- Entwicklung regionaler Produkte
- Service und Beratung vor Ort für Gäste und Leistungsträger

Lokalebene

Auf Lokalebene befinden sich die örtlichen strategischen Partner der T&C. Die lokalen Organisationen bieten den Kunden und Leistungsträgern vor Ort einen umfangreichen Service (Informationen, Führungen, etc.) sowie eine individuelle Beratung.

Regionaler Tourismustreff

Um den touristischen Erfahrungsaustausch sowie den Wissenstransfer zwischen der Orts- und Regionalebene zu verstärken und gemeinsam abgestimmte Maßnahmen und Aktionen zu planen und durchzuführen, hat die T&C den Regionalen Tourismustreff (kurz: Regio Treff) initiiert. Dieser wurde im Jahr 2011 neu strukturiert und besteht seitdem aus dem sog. „kleinen Regio Treff“, der die Zwischenebene (Regional – Lokal) mit den Vertretern der Bonn Informationen und der vier touristischen Teilregionen des Rhein-Sieg-Kreises bündelt und aus dem sog. „großen Regio Treff“, zu dem alle kommunalen Tourismusvertreter der Lokalebene eingebunden werden. Neben dem Tourismustreff erfolgt eine enge unterjährige Zusammenarbeit.

Die zentralen Ziele der Zusammenarbeit sowie des Regionalen Tourismustreffs sind:

- Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer zwischen Lokal- und Regionalebene
- Abstimmung von Maßnahmen, Aktionen sowie Produktentwicklung –und Vertrieb
- Vernetzung der touristischen Region Bonn / Rhein-Sieg



Die Tourismus & Congress GmbH als „Motor“ regionaler Vernetzung

Die T&C bündelt die Angebote des Rhein-Sieg-Kreises und der Stadt Bonn: Die immer individueller werdenden Kundenanfragen aus dem touristischen wie aus dem kongressrelevanten Bereich werden bei der T&C mit der gesamten Angebotspalette der Region zusammengeführt. Auf diese Weise entstehen individuell auf die Kundenbedürfnisse abgestimmte Angebote (z.B. im Bereich Rahmenprogramme für Konferenzen oder Gruppenreisen), die die gesamte Vielfalt der Region abbilden.

Weiterhin agiert die T&C nicht nur wie zuvor beschrieben im Tourismus- sondern auch im Kongressbereich als Kommunikationsmittler zwischen den Akteuren aus der gesamten Region und ist wichtige Informationsplattform. Die T&C ist darüber hinaus Multiplikator für Informationen und gibt aktuelle Trends an die regionalen Leistungsträger weiter.

Die T&C versteht sich auf dieser Basis als Bündelungsstelle für ein breitgefächertes Leistungsspektrum aus der gesamten Region und nicht zuletzt als Vermittlerin zwischen heterogenen Kundenbedürfnissen und maßgeschneiderten Angeboten.

Auf diesem Selbstverständnis baut die T&C ihr Vorgehen und ihre Handlungsweise auf, entwickelt Marketing- und Vertriebsstrategien für die Produkte und Themen der Region und tritt gleichzeitig als Initiator verkaufsfördernder Veranstaltungen auf.



Handlungsfelder

Destinationsmarketing und -vertrieb Touristik

Das gesamte Destinationsmarketing und der Destinationsvertrieb der T&C basieren auf den zuvor dargestellten Zielgruppen, Quellmärkten und Themenfeldern und Schwerpunkten. Dabei steht wie in allen Bereichen der T&C die neutrale Standortvermarktung im Fokus aller Aktivitäten.

Die Strategie der T&C setzt auch in den nächsten Jahren auf den persönlichen Destinationsvertriebs- und Beratungsservice, der auf einem starken Netzwerk basiert und dem Kunden ein regionales Know-how, von der Themenfindung über Ablauf- und Reiseplanung bis hin zur Vermittlung an die touristischen Leistungsträger bietet. Dabei liegt die Priorität der Maßnahmen aufgrund der hohen Effizienz der Multiplikatorenwirkung in den indirekten Absatzwegen (B2B). Vor dem Hintergrund geringer Budgets gewährleisten diese eine größtmögliche Marktabdeckung und eine Kundenansprache ohne Streuverluste. Zusätzlich erfolgt auch eine gezielte Endkundenansprache anhand von klar definierten Maßnahmen und Quellmärkten. Durch leistungsbezogene Beteiligungen privater Akteure können die Schlagkraft sowie der Umfang der touristischen Aktivitäten weiter gesteigert und das Marketingbudget erhöht werden.

Im Rahmen des Marketing-Mix nimmt die T&C auch zukünftig an ausgewählten nationalen Messen und Workshops teil und koordiniert gemeinsame Messeauftritte regionaler Leistungsträger mit dem Ziel einer möglichst breiten und effektiven Präsenz für die Region Bonn / Rhein-Sieg. Dabei ist die enge Kooperation mit den strategischen Partnern von besonderer Bedeutung. Auf der Internationalen Tourismusbörse Berlin präsentiert sich die Region Bonn / Rhein-Sieg beispielsweise im Rahmen der Erlebnis- und Kulturstädte Düsseldorf, Köln und Bonn gemeinsam mit den Nachbarregionen seit mehr als 10 Jahren zusammen mit einer einheitlichen Standgestaltung in der NRW-Halle. Für die nächsten Jahre soll hier die bereits in 2013 begonnene Weiterentwicklung des Messestandes betrieben werden, analog zu den vorherrschenden, zuvor genannten Trends (beispielsweise technische Weiterentwicklung). Die touristischen Marketingmaßnahmen wie Messeauftritte und Workshops nutzt die T&C auch in den kommenden Jahren, um die regionalen Produkte nationalen Einkäufern zu präsentieren und für die Region Bonn neue Partnerschaften anzubahnen.

Um auf den zuvor definierten internationalen Quellmärkten eine im Rahmen der zur Verfügung stehenden Budgets optimale Präsenz zu erreichen, kooperiert die T&C mit ihrem strategischen Partner, der DZT. Auf der

ganzen Welt vermarktet die DZT die touristische Vielfalt des Reiselandes Deutschland und sorgt für flächendeckendes Marketing und Vertrieb in den internationalen Märkten. Die T&C beteiligt sich an DZT Maßnahmen wie internationalen Workshops in den Quellmärkten der Region Bonn / Rhein-Sieg sowie dem Germany Travel Mart (GTM), der größten Incoming-Veranstaltung für den Deutschland-Tourismus. Einkäufer aus den wichtigsten Quellmärkten weltweit nutzen diesen Marktplatz für das touristische B2B-Geschäft.

Auch eigene Veranstaltungsformate wie die Bonn Börse und die Rhein-Sieg-Börse, die zukünftig im jährlichen Wechsel an verschiedenen Orten in der Stadt Bonn und im Rhein-Sieg-Kreis stattfinden sollen, sind darüber hinaus ein wichtiges Marketinginstrument, um Fachbesucher vor Ort und somit authentisch von den Vorzügen der Region Bonn / Rhein-Sieg zu überzeugen und Produkt-Erfahrung zu schaffen.

Besondere Bedeutung hat die Kooperation mit nationalen und internationalen Reiseveranstaltern. Aufbauend auf den vorhandenen Strukturen bleibt das Ziel für die nächsten Jahre die Imagebildung und Profilierung der Region Bonn / Rhein-Sieg als touristisches Reiseziel sowie eine möglichst breite Präsenz im deutschen und internationalen Reisebürovertriebsnetz.

Auch Endkunden sollen in den nächsten Jahren über gezielte Marketingmaßnahmen erreicht werden. So ist beispielsweise ein touristisches Roadshow-Format, gemeinsam mit den regionalen strategischen Partnern,

im definierten bundesweiten Quellmarkt in Planung. Mit der Liberalisierung des Fernlinienbusverkehrs in Deutschland erschließt sich die Nutzung von Reisebussen erstmals auch individual-reisenden Endkunden. Ein weiterer Ausbau der Maßnahmen für Endkunden ist in direkter Abhängigkeit zum vorhandenen Budget zu sehen.

Im Rahmen der Zukunftstrends im Informations- und Buchungsverhalten hat insbesondere der Bereich Internet und Social Media hohe Relevanz für die zukünftige Entwicklung (siehe auch „Kommunikation“). Hier ist auf Basis des Relaunchs der Internetseite www.bonn-region.de in Zukunft eine kontinuierliche Weiterentwicklung entscheidend. Auch die Printmedien sind nach wie vor ein wichtiger Bestandteil des Destinationsmarketings und - Vertriebs der T&C (beispielsweise Gastgeberverzeichnis, Bonn Regio WelcomeCard Flyer). Für die Zukunft gilt es, diese noch zielgruppenspezifischer und auf die Quellmärkte auszurichten (Beispiel Broschüre Bonn Exklusiv). Ziel ist es ebenfalls, den Außenauftritt der T&C durch den Relaunch des Corporate Designs weiter zu optimieren sowie die Plattformen für Wissenstransfer zu verstärken.

Schwerpunkte Touristik

Für die künftige Bewerbung der Tourismusregion Bonn / Rhein-Sieg werden unterstützt durch die vorangegangenen Analysen folgende Schwerpunkte definiert:



Aktivregion:

Attraktives Aktiv-Angebot an Qualitätswander- und Radwegen in der Region Bonn / Rhein-Sieg



Beethovenstadt Bonn:

Geburtsstadt Ludwig van Beethovens



Kunst & Kultur:

Museumsmeile und mehr als 20 weitere Museen in der Region Bonn / Rhein-Sieg



Politisches Erbe in Bonn und Region:

Ehemaliges Regierungsviertel und authentische Orte der Zeitgeschichte in der Region Bonn / Rhein-Sieg



Romantischer Rhein:

Siebengebirge, Tor zum Romantischen Rhein und Rhein in Flammen



Shopping:

Eine der größten zusammenhängenden Fußgängerzonen, weiteres attraktives Angebot in Region

Zielgruppenansprache über Reisetemen

Analog zu den Interessensschwerpunkten der Zielgruppen sowie zu den definierten touristischen Schwerpunkten erfolgt über einzelne Reisetemen und Reiseanlässe die produkt- und zielgruppenorientierte Ansprache der T&C. Dabei konzentriert sich die nachfolgende Darstellung auf die Kernzielgruppen der Region Bonn / Rhein-Sieg.

Schwerpunkt Reisetemen	Aktivregion	Beethovenstadt Bonn	Kunst & Kultur	Politisches Erbe Bonn und Region	Romantischer Rhein	Shopping	Schwerpunkt Kernzielgruppen
Aktivurlaub (Oberthema)							
Radreisen	x				x		Familien, Aktive Best-Ager, Erw. Paare
Wanderreisen	x				x		Familien, Aktive Best-Ager, Erw. Paare
Golfreisen	x					x	Aktive Best-Ager
Städte- und Kulturreisen (Oberthema)							
Eventreisen		x	x			x	Familien, Aktive Best-Ager, Erw. Paare
Kunst- und Kulturreisen		x	x	x		x	Familien, Aktive Best-Ager
Musikreisen		x					Aktive Best-Ager, Erw. Paare
Weitere Reisetemen							
Bildungsreisen		x	x	x			Aktive Best-Ager
Kreuzfahrten (Fluss)		x	x		x	x	Aktive Best-Ager

Die Ansprache weiterer Zielgruppen erfolgt durch zusätzliche Reisetemen, die aufgrund der Vielfalt der Region zahlreich vorhanden sind.

Reisetemen

Nachfolgend werden die Oberthemen Aktivurlaub und Städtereisen sowie die entsprechenden Aktivitäten der T&C und ihrer strategischen Partner näher beschrieben.

Oberthema Aktivurlaub

Dem Thema Aktivurlaub kommt in Zukunft eine immer stärkere Bedeutung zu, insbesondere die Bestandteile Rad- und Wandertourismus sind hier starke Wachstumsfaktoren. Auch die Nachfrage im Bereich der Golfreisen hat sich in den vergangenen zehn Jahren stetig positiv entwickelt. Die T&C ist aktiv mit der Vermarktung dieser Themen beschäftigt.



Radtourismus (Schwerpunkt Aktivregion)

Die Region Bonn / Rhein-Sieg verfügt über ein deutschlandweit bedeutendes Radwandernetz. Im Jahr 2011 wurde auf Basis des Regionale2010-Projektes die RadRegionRheinland gegründet. Rückgrat dieses Radnetzes ist der Rheinradweg. Auf mehr als 900 Kilometern und damit auf seinem größten Abschnitt verläuft dieser durch Deutschland. Zusätzlich hat sich das Projekt Demarrage den transnationalen Ausbau und die Weiterentwicklung des ökonomischen und touristischen Potentials des Rheinradweges zum Ziel gesetzt. Auf diesen zentralen Elementen bauen sich die Radwege entlang der Flusslandschaft „rechts und links des Rheins“ sowie das neu entwickelte flächendeckende Radroutennetz der RadRegionRheinland auf.

Die T&C ist gemeinsam mit der Stadt Bonn sowie dem Rhein-Sieg-Kreis aktives Mitglied in der RadRegionRheinland und unterstützt bei dem operativen Geschäft (Pflege von Inhalten, Routen, Teilnahme an Sitzungen). In Zusammenarbeit mit dem Bachem-Verlag hat die T&C darüber hinaus die Drei-Täler-Tour („Rhein, Ahr und Sieg“) erarbeitet und einen Radwanderführer herausgegeben. In einer Gesamtauflage von mehr als zwei Millionen Exemplaren sind individuelle und geführte Routen mit Übernachtung in fahrradfreundlichen Betrieben über die T&C-Partner-Reiseveranstalter buchbar (AMEROPA, Radissimo, DERTOUR). Zusätzlich ist die T&C Projektpartner der linksrheinisch verlaufenden Wasser-

burgen-Route. Zur Bewerbung der Route sind Broschüren produziert und ein neuer online-Auftritt entwickelt worden (www.die-wasserburgen-route.de).

Ein Trend-Thema ist die Schaffung von E-Bike-Angeboten. Das E-Bike, im Verkauf mit 15 prozentigen Zuwachsraten versehen, spielt daher im Tourismus eine immer wichtigere Rolle. Auf Initiative der IHK, des Tourismus Fördervereins, Fahrrad XXL Feld und der T&C wurde ein Netzwerk geschaffen, dem aktuell bereits rund ein Dutzend Verleih- und Lade-stationen in der Region Bonn / Rhein-Sieg angehören. Zudem wurden diverse Werbematerialien entwickelt, die auf das Verleihangebot hinweisen (Flyer, Poster, Internetauftritt mit Online-Radroutenplaner). Speziell für die Teilregionen mit topographisch etwas anspruchsvolleren Strecken wurde im Bergischen Bereich eine Pilot-Region E-Bike initiiert. Hier wurde das Radwegenetz durch zusätzliche Streckenauszeichnungen für E-Bike-Touren ergänzt.

Im Rahmen der Schaffung nutzerfreundlicher Infrastruktur und den Trends im Informationsverhalten entsprechend, steht ab 2014 ein „mobiler Radreiseführer“ zur Verfügung, der durch die RadRegionRheinland entwickelt wird. Diese App beinhaltet für die Region Bonn / Rhein-Sieg fünf Fahrradrouten, welche die touristischen Themen wie Kultur, Politisches Erbe oder Genuss multimedial verknüpfen. Radtouristen stehen auf diese Weise weiterführende Informationen über die regi-



onalen „Points of Interest“ und touristischen Angebote kostenfrei zur Verfügung. Ziel für die Zukunft bleibt es, die Raddestination Rheinland als Reise- und Naherholungsziel bekannter zu machen und die regionalen Angebote weiter zu entwickeln. Auch die Kooperation mit den Stadtwerken Bonn (SWB) soll zu den Themen E-Bikes und Rad kontinuierlich ausgebaut werden

Wandertourismus (Schwerpunkt Aktivregion)

Laut einer Studie des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie können rund 50 % der deutschen Bevölkerung (über 16 Jahre) als aktive Wanderer bezeichnet werden. Rund ein Drittel der Bevölkerung gibt an, mindestens fünf bis sechs mal pro Halbjahr und öfter wandern zu gehen. Die Region Bonn bietet vielfältige Möglichkeiten im Segment des Wandertourismus. So verbindet der erfolgreiche Rheinsteig® anspruchsvolle und abwechslungsreiche Wege von Wiesbaden bis Bonn auf der rechten Seite des Rheintals auf rund 300 Kilometern Wegstrecke. Der Natursteig Sieg führt auf 115 Kilometern von Siegburg bis nach Windeck, durch eine abwechslungsreiche Landschaft. Der neue Qualitätsfernwanderweg „Bergischer Weg“ bietet Verbindungswege auf den Rheinsteig und den Natursteig Sieg und der 116 Kilometer lange Römerkanal-Wanderweg führt auf insgesamt sieben Etappen von Nettersheim nach Köln. Auch die Landschaft und Berge des Siebengebirges, des ältesten deutschen Naturschutzgebiets, sind ein Highlight des Wandertourismus.

Die T&C vermarktet die wandertouristischen Möglichkeiten der Region Bonn / Rhein-Sieg gemeinsam mit ihren strategischen, regionalen Partnern und leitet die regionalen Produkte in die entsprechenden Vertriebskanäle. Hierzu zählt die Einbindung in das Landesmarketing NRW, die Aufnahme in diverse Programmbroschüren, der Vertrieb von Pauschalangeboten der Gastgeber sowie die Bewerbung über Reiseveranstalter wie ITS Reisen. Auch an der Entwicklung von marktfähigen Pauschalen und Programmen, beispielsweise im Rahmen der „kreativen Produktwerkstatt der Naturregion Sieg“, ist die T&C aktiv beteiligt.

Für die Zukunft ist eine kontinuierliche Fortführung der bestehenden Maßnahmen sowie eine Erweiterung durch neue Maßnahmen geplant, beispielsweise Verkaufsförderung, Produkterfahrung und Endkunden-Veranstaltungsformate wie Roadshows.

Golftourismus (Schwerpunkt Aktivregion)

Der traditionsreiche grüne Sport ist längst auf dem Weg zum Breitensport. 35 Golfanlagen in einem Umfeld von 60 Kilometern bieten alle Voraussetzungen, die Region Rheinland als Golf-Destination zu etablieren. Mit diesem Ziel haben sich die regionalen Tourismusverbände KölnTourismus GmbH, die Tourismus & Congress GmbH Region Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler, der Rhein-Erft Tourismus e.V. und die Naturarena Bergisches Land GmbH unter golfnet-rheinland.de zusammengeschlossen.



Die T&C bringt in diesen Zusammenschluss das Golfangebot aus Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis mit ein. Im Rahmen des Wettbewerbs Erlebnis.NRW, der von der Europäischen Union gefördert wird, hat der Verein GolfNet Rheinland einen Wettbewerbsbeitrag zur Netzwerkgründung und -weiterentwicklung sowie Erstellung neuer Marketingkonzepte eingereicht. Projektstart war das Jahr 2011. Als eine der ersten Maßnahmen wurde ein Golfguide produziert.

Für die Zukunft soll die Erarbeitung zielgruppenorientierter, golftouristischer Produkte fortgesetzt werden, die Website ausgebaut und der Zusammenschluss durch Akquise weiterer Partner kontinuierlich erweitert werden. Die vorrangigen Märkte, auf denen Golfer als Touristen gewonnen werden sollen, sind analog zu den definierten Quellmärkten der Region Bonn / Rhein-Sieg Deutschland, Benelux und Großbritannien.

Oberthema Städte- und Kulturreisen

Städtereisen liegen wie bereits beschrieben weiterhin im Trend. Von den gut 78 Millionen Kurzurlaubsreisen (zwei bis vier Tage Dauer) ist die Städtereise mit 33 Prozent die häufigste Urlaubsform. Dabei werden auch die verschiedenen Bestandteile der Städtereise wie Kultur, Events und Shopping immer wichtiger. Laut der FUR Reiseanalyse 2012 sind Shoppingtrips zu 60 Prozent, Kulturreisen zu 56 Prozent und Eventreisen zu 17 Prozent Bestandteil der durchgeführten Städtereisen. Die T&C ist aktiv mit der Vermarktung dieser Themen beschäftigt.

Eventreisen

(Schwerpunkte Beethoven, Kunst & Kultur)

Die Region Bonn / Rhein-Sieg bietet vielfältige Veranstaltungen, ob für Kunst- und Kulturinteressierte, Sportbegeisterte, Karnevalisten, Familien mit Kindern oder Fans der klassischen und Pop-Musik. Die T&C vermarktet die Veranstaltungen der Region mit Marketing- und Vertriebsaktivitäten und Partnern aus allen Bereichen der Reiseindustrie. Darunter sind beispielsweise die Veranstaltungen Karneval, Rhein in Flammen®, Museumsmeilenfest, Beethovenfest, Pützchens Markt, Siegtal Festival und die Weihnachtsmärkte in Bonn und der Region. So wird beispielsweise die Veranstaltung Rhein in Flammen® bundesweit in rund 3.300 REWE Märkten in Kooperation mit dem Reiseveranstalter REWE Reisen beworben. Auch im DERTOUR Event-Scout sind Highlights aus der Region enthalten. Darüber hinaus platziert und bewirbt die T&C die Veranstaltungen aus Bonn und der Region in jährlich rund 11 Mio. Reisekatalogen. Gemeinsam mit der Museumsmeile Bonn führt die T&C jährlich ein großes Gewinnspiel zum Museumsmeilenfest auf der Internationalen Tourismusbörse in Berlin durch. Im Bereich des Bonner Weihnachtsmarkts ist insbesondere der Anteil der angebotenen Flusskreuzfahrten angestiegen. Gemeinsam mit dem Marktamt der Stadt Bonn bietet die T&C speziell zum Weihnachtsmarkt ein Shoppingheft mit Gutscheinen an, welches in den Katalogen und Portalen der Reiseveranstalter DERTOUR, ITS, Neckermann und TUI sowie bei den Reedereien beworben wird. Im Rah-



men der Landesvermarktung NRW werden Rhein in Flammen®, das Siegtal-Festival sowie die Veranstaltung Siegtal pur im NRW Reisemagazin beworben.

Für die Zukunft ist neben der Fortführung der bestehenden Vermarktung und der Erhöhung des touristischen Anteils bei den regionalen Events auch die touristische Vermarktung weiterer Veranstaltungen, wie beispielsweise dem Jazzfest Bonn und der Veranstaltungsreihe Kunst!Rasen, geplant. Ausgeweitet werden soll auch die touristische Kooperation mit der Veranstaltungsreihe „Rheinbach Classics“, beispielsweise durch eine Einbindung des T&C - Hotelreservierungssystems Rheinsieghotels.de und Kooperationsmaßnahmen mit Reiseveranstaltern. Der touristische Direkt-Vertrieb, der im Bereich Events eine immer größere Rolle spielt, soll kontinuierlich ausgebaut werden. Hier konnte mit dem Direkt-Reiseveranstalter Berge & Meer ein weiterer wichtiger Kooperationspartner für die nächsten Jahre gewonnen werden.

Kulturreisen / Musikreisen (Schwerpunkte Beethoven, Kunst & Kultur)

Die T&C vermarktet die „Beethovenstadt Bonn“ im In- und Ausland. Der Tourismus-Magnet Beethoven ist Alleinstellungsmerkmal und zentrales Thema bei den Marketing- und Destinationsvertriebsaktionen (Print- und Onlinemedien, Pauschalangebote und Rahmenprogramme, Messeauftritte, Produkte Bonn Regio WelcomeCard und iTour Guide, Merchandising). Basis bildet die enge und

langjährige Zusammenarbeit mit den regionalen Akteuren von Beethovenfest, Beethoven-Haus und Beethoven-Orchester. Dabei werden die erfolgreichen gemeinsamen Projekte wie Messepräsentationen, Gruppenangebote beispielsweise zu den Konzerten des Beethovenfestes, Fam Trips, verkaufsfördernde Maßnahmen und Sonderaktionen kontinuierlich fortgesetzt. Die T&C platziert das Thema „Beethovenstadt Bonn“ mit den verschiedenen Akteuren in jährlich rund 10 Mio. Reisekatalogen. Allein zum Beethovenfest 2012 kamen 75 touristische Gruppen aus Deutschland, Großbritannien, den Niederlanden, Japan und vielen weiteren Ländern und brachten mehr als 5.500 Übernachtungen in die Region Bonn / Rhein-Sieg. 15 Gruppen ließen sich zudem das touristische Rahmenprogramm zum Beethovenfest durch die T&C organisieren. Zu den Rahmenprogramm-Highlights zählten neben dem Beethoven-Haus und Führungen auf Beethovens Spuren insbesondere Ausflüge in die Region Rhein-Sieg (Schloss Drachenburg und Drachenfels) sowie Schifffahrten auf dem Romantischen Rhein.

Ziel für die Zukunft ist es, die Marke Beethovenstadt Bonn schlagkräftig zu positionieren und gebündelt in den definierten Quellmärkten zu vermarkten (siehe auch Ausführungen unter Vision 2020). Den Trend zum neuen Informationsverhalten der Reisenden aufgreifend, ist die T&C zudem an neuen Produktentwicklungen wie beispielsweise der Beethoven-App, einem multimedialen Stadtrundgang speziell für Smartphone-Nutzer, beteiligt.



Kunst- und Kulturreisen (Schwerpunkte Kunst & Kultur, Politisches Erbe)

Vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung „weicher“ Standortfaktoren gewinnen Kultur und Tradition immer mehr an Bedeutung für die touristische Entwicklung. So gehört die Nutzung von Kunst- und Kultureinrichtungen im Bereich des Städtetourismus zu den drei Hauptmotiven der Reise. Vor allem für ausländische Gäste spielt das Thema Kultur eine außerordentliche Rolle. Mehr als 20 Museen mit unterschiedlichen Ausstellungsschwerpunkten, darunter die Museumsmeile Bonn mit ihren fünf Häusern Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland, Kunstmuseum Bonn, Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, Deutsches Museum Bonn und Museum Koenig, machen Bonns reiche Museumslandschaft aus. Bedeutende Museen in der Region erweitern das Spektrum. Mit der Bonn Regio WelcomeCard bündelt die T&C das kulturtouristische Angebot der Region Bonn / Rhein-Sieg und erschließt die Museums- und Kulturlandschaft für Touristen und auswärtige Besucher. Kontinuierlich werden mit den Museen zahlreiche Messe- und Medienkooperationen, verkaufsfördernde Maßnahmen, Fam Trips und Pauschalangebote für Individualreisende und Gruppen durchgeführt. Die Museumsmeile Bonn sowie das LVR LandesMuseum sind beispielsweise Aussteller auf dem Gemeinschaftsstand Düsseldorf/ Köln/ Bonn auf der weltgrößten Tourismusmesse,

der Internationalen Tourismusbörse in Berlin. Das Thema Politisches Bonn und Region mit der neu gestalteten Dauerausstellung im Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland sowie den Besichtigungsmöglichkeiten in authentischen, zeithistorischen Orten wie Palais Schaumburg, Kanzlerbungalow, Villa Hammerschmidt, ehemalige Botschaften und Adenauer-Haus in Rhöndorf erfreut sich einer immer größer werdenden Beliebtheit. Auch die Ausstellungen in der Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland, beispielsweise die kommende Ausstellung „Kleopatra - Die ewige Diva“, erfreuen sich einer außerordentlichen Popularität bei den Zielgruppen der Region Bonn / Rhein-Sieg.

Im Rahmen der touristischen Bewerbung der Schwerpunkte Kunst & Kultur sowie Politisches Erbe sollen für die Zukunft die bestehenden Maßnahmen weiter ausgebaut werden. Zusätzlich werden neu geschlossene Kooperationen mit Veranstaltern wie TUI Niederlande, DB Mobilzeit und AMEROPA Kunst & Kultur intensiviert. Auch neue Angebotsformate sollen entwickelt werden. Zur zurückliegenden Ausstellung „Schuhtick“ im LVR LandesMuseum hat die T&C beispielsweise eine spezielle Schuh-Shopping-Pauschale als begleitendes Rahmenprogramm angeboten mit dem Ziel einer thematische Verknüpfung der Themen Kultur und Shopping.



Touristische Themenjahre

Jährlich werden zukünftig spezielle Themenjahre die touristischen Aktivitäten der T&C sinnvoll ergänzen. Dabei sind das Zusammenwirken und die Abstimmung mit den strategischen Partnern der T&C, sowohl auf regionaler wie auch auf überregionaler Ebene, enorm wichtig. Die DZT präsentiert beispielsweise mit jährlich wechselnden Themenjahren und ergänzenden Schwerpunktthemen die Vielfalt des Reiselandes Deutschland weltweit. Die T&C prüft Überschneidungen der DZT Themenjahre mit den definierten Schwerpunkten der Region Bonn, greift diese Themenjahre bei vorhandenen Überschneidungen in ihren Planungen auf und nutzt die entstehenden Synergien. Dabei profitiert die T&C von der gebündelten Darstellung des thematisch passenden, touristischen Angebotes. Für das Jahr 2013 berücksichtigt die T&C beispielsweise die Themen „Junges Reisen nach Deutschland“ sowie „200. Geburtstag Richard Wagners“. Weitere Themen werden mit entsprechendem Vorlauf gemeinsam mit den regionalen strategischen Partnern der T&C erarbeitet und durchgeführt.

Touristisches Projekt Rhein in Flammen®

Die T&C richtete von 2006 bis 2012 auf Basis eines Veranstaltervertrags mit der Stadt Bonn die Veranstaltung Rhein in Flammen® aus. Über das Jahr 2012 hinaus ist die T&C Veranstalter des touristisch relevanten Schiffs-konvoi. Eine Flotte aus rund 60 illuminierten Fahrgastschiffen formiert sich in Linz und fährt dann im Konvoi zurück nach Bonn. Fünf Höhenfeuerwerke in verschiedenen Städten begeistern die Zuschauer an Land und an Bord, bis schließlich in Bonn ein Feuerwerk der Superlative den krönenden Abschluss bildet.

Für die nächsten Jahre soll insbesondere die touristische Relevanz der Veranstaltung noch weiter gesteigert werden. Dies setzt eine stetige Weiterentwicklung des Veranstaltungskonzeptes voraus. Ziel ist es, die Anzahl der touristischen Besucher insgesamt und insbesondere den Anteil der Übernachtungsgäste weiter zu erhöhen.



Destinationsmarketing und -vertrieb Congress

Im Rahmen der Neuorganisation des Kongressstandortmarketings wird derzeit bei der T&C ein Convention Bureau als neutraler Destinationsvermarkter für die Region Bonn / Rhein-Sieg implementiert. Um die zukünftige Schlagkraft der Maßnahmen für den Standort zu erhöhen, können sich private Akteure leistungsbezogen beteiligen. Ein regelmäßiger, persönlicher Kundenkontakt bildet auch in Zukunft den Schwerpunkt des Destinationsvertriebs Congress. Dieser wird permanent und zielorientiert ausgebaut und den Marktentwicklungen der nächsten Jahre angepasst. Für die nächsten Jahre greift der Destinationsvertrieb Congress die Intensivierung der Aktivitäten im Bereich Vermittlung und Beratung auf, beispielsweise bei der Realisierung nachhaltig ausgerichteter Veranstaltungen. Weitere Vermittlungskernthemen und Beratungsschwerpunkte, durch die Bonn und die Region partizipieren, sind Großveranstaltungen inklusive Rahmenprogramm sowie Seminare und Tagungen.

Die Planung und Konzeption der Marketing – und Vertriebsmaßnahmen erfolgt auf Basis der zuvor geschilderten Zielgruppenorientierung sowie der ausführlichen Quellmarkt- und Kundenpotentialanalyse (Tagungsbarometer). Analog zur Kernaussage des Tagungsbarometers setzt das Convention Bureau der T&C den Fokus der Akquise und persönlichen Kundenansprache auf die Quellmärkte im Radius

von 200 km um die Region Bonn / Rhein-Sieg insbesondere also auf die Ballungsräume von Köln, Düsseldorf, Ruhrgebiet bis in die Rhein-Main-Region (z.B. Frankfurt). Aufgrund ihrer politischen Struktur sind auch Berlin und auf europäischer Ebene Brüssel im Fokus der Vermarktung.

Im Rahmen des Marketing-Mix nimmt die T&C auch in Zukunft an ausgewählten Messen und Workshops teil. Die Kongressregion Bonn / Rhein-Sieg wird beispielsweise auf der wichtigsten Fachmesse für Meetings und Incentive-Reisen in Deutschland und Europa, der IMEX, durch das Convention Bureau mit eigenem Messestand präsentiert. Neben der IMEX wird die Kongressregion Bonn durch die T&C auf einer weiteren international bedeutenden Leitmesse der MICE-Branche in Barcelona vertreten, der EIBTM. Site Inspections und Fam Trips sollen darüber hinaus Kongressveranstalter die Möglichkeit bieten, die Vielfältigkeit der Kongressregion Bonn / Rhein-Sieg persönlich vor Ort zu erleben.

Im Zusammenspiel mit den strategischen Partnern werden in den nächsten Jahren zielgerichtete Maßnahmen durchgeführt. Insbesondere das German Convention Bureau, welches Deutschland national und international als Standort für Kongresse, Tagungen, Events sowie Incentives vermarktet, wirkt hier als Schnittstelle zwischen Veranstaltern von Kongressen und Anbietern des deutschen Tagungsmarktes.

Den Trend zum Informationsverhalten im Internet aufgreifend, wird die Webseite der T&C in den nächsten Jahren kontinuierlich weiterentwickelt. So soll der in die T&C-Webseite integrierte „Tagungsplaner“ in Zukunft die Online-Publikationen der T&C ergänzen und die Funktionalität einer Tagungsdatenbank umfassen. Die T&C-Webseite soll auch im Kongressbereich als eine zentrale und benutzerorientierte Informations- und Kommunikationsplattform ausgebaut werden (siehe Kommunikation). Auch in Zukunft bildet das Printmarketing gemeinsam mit dem Direktmarketing einen wichtigen Bestandteil der Neukundengewinnung sowie der Bestandspflege. Im Rahmen des Relaunches der Marketingmedien der T&C wird beispielsweise ein Meeting Guide für die Kongressregion Bonn neu publiziert.

Analog zu den zuvor genannten Zukunftstrends im Buchungsverhalten ist in den nächsten Jahren ein Strukturwandel zu Gunsten von Einzelbuchungen und Internetportalen zu erwarten. Hier gilt es in den nächsten Jahren, diesen Trend aufzugreifen und mit einer Weiterentwicklung der Hotel-Buchungsportale www.BONNHOTELS.de und www.RHEINSIEGHOTELS.de sowie der Schaffung des online-Tagungsplaners die Voraussetzungen zu schaffen. Ziel bleibt es für die nächsten Jahre, die Marktpräsenz von Bonn und Region weiter auszubauen.

Schwerpunkte Kongress

Für die künftige Bewerbung der Kongressregion Bonn / Rhein-Sieg werden unterstützt durch die vorangegangenen Analysen folgende Schwerpunkte festgelegt:



Innovative Wissensregion:

Ideale Plattform für wissenschaftliche Veranstaltungen



Konferenzstandort der Nachhaltigkeit:

Kompetenzzentrum für Nachhaltigkeit und Umwelt



Politisches Bonn und Region:

Zweites politisches Zentrum der Bundesrepublik Deutschland



UN-Standort:

Einziges UNO-Stadt in Deutschland



Wirtschaftsregion:

Konzernzentralen, global agierende Wirtschaftsunternehmen



Sustainable Bonn – Konferenzstandort der Nachhaltigkeit

Mit dem bei der T&C angesiedelten Projekt „Sustainable Bonn – Konferenzort der Nachhaltigkeit“ wird angestrebt, auch die Durchführung und das Umfeld von Konferenzen nachhaltiger auszurichten. Die teilnehmenden Unternehmen werden von einer externen Gesellschaft beraten und erstellen nach Einzelterminen und gemeinsamen Workshops individuelle Maßnahmenpläne zur eigenverantwortlichen Umsetzung.

Entsprechend der dargestellten Trends ist das Thema Nachhaltigkeit für die zukünftige Entwicklung im Bereich Kongress, von großer Bedeutung. Gerade in diesem Zusammenhang wird das große Potenzial des speziellen Projektansatzes von Sustainable Bonn deutlich: Nicht einzelne Veranstaltungen, sondern die kongressrelevante Infrastruktur ist nach nachhaltigen Kriterien zertifiziert.

Kommunikation

Die T&C arbeitet auch in Zukunft mit nationalen und internationalen Journalisten sowie Medien aus Print, Funk und Fernsehen zusammen mit dem Ziel, die Themen der Region möglichst weit zu verbreiten und das Image für Bonn und die Region weiter nachhaltig auszubauen. Um dies zu erreichen, werden

jährlich mehrere Pressereisen zu den Themen der Region durchgeführt. Regelmäßige Pressemitteilungen und Pressekonferenzen sind auch in Zukunft ein wichtiger Bestandteil der Kommunikation.

Der Newsletter- und Mailing-Versand der T&C ermöglicht darüber hinaus eine gezielte Kommunikation sowohl im Congress- wie auch im Touristikbereich. Basierend auf einem Customer-Relationship-Management-System (CRM) ist es möglich, bestimmte Zielgruppen für die Region Bonn / Rhein-Sieg zu selektieren und gezielt anzusprechen. Durch Auswertung des Klickverhaltens der Rezipienten werden spezifische Kundeninteressensgebiete erkennbar.

Insbesondere der Bereich Social Media hat für die Zukunft eine immer größer werdende Bedeutung in der Kommunikation. Kanäle wie Facebook, Twitter und Xing sollen weiter ausgebaut werden und die Kommunikation der T&C ergänzen. Bei Facebook werden aktuelle Veranstaltungen und spezielle Tipps kurzfristig an die „Fans“ weitergegeben, automatisch bei Twitter gepostet und so eine moderne, authentische Dialogplattform geschaffen. Auch Reise-Blogger werden gezielt nach Schwerpunkten von der T&C angesprochen. Mit #Twonn 2013 konnte die T&C ein Twitter-Event als online Destinationsmarketing-Tool nutzen, an dem rund 250 Teilnehmer, darunter zehn Reise-Blogger, teilnahmen. Auch in dem Bereich Social Media ist – wie in allen Bereichen – die Zusammenarbeit mit den strategischen Partnern unerlässlich.

Ziele 2013-2017

Zusammenfassend hat die T&C für die Jahre 2013 – 2017 Ihre Ziele definiert. Hierbei wird eine Differenzierung zwischen qualitativen und quantitativen Zielen vorgenommen. Innerhalb der qualitativen Ziele erfolgt eine weitere Differenzierung zwischen unternehmensinternen Zielen und Zielen für die Bereiche Tourismus und Kongress.

Qualitative Ziele

Tourismus & Congress GmbH
(unternehmensintern)

- Stärkere Nutzung der Synergieeffekte zwischen Bonn und Rhein-Sieg-Kreis
- Stetige Anpassung der Ausrichtung der T&C an die touristischen Rahmenbedingungen und Kundenbedürfnisse
- Konstanter Ausbau der Binnenmarketing-Maßnahmen
- Stellenwert der Bereiche Tourismus und Congress bei den politischen Gremien kontinuierlich stärken
- Verbesserung der finanziellen Rahmenbedingungen der T&C zur Vermarktungssteigerung
- Steigerung der Qualitätsstandards in den Bereichen Tourismus und Congress in Kooperation mit den regionalen strategischen Partnern
- Intensivierung des Wissenstransfers und Erfahrungsaustauschs auf allen Ebenen (Bundes-, Landes-, Regional-, Lokalebene)
- Steigerung der Effizienz in der Vermarktung
- Wettbewerbsvorteile stärker nutzen und herausstellen z.B. zentrale Lage in Europa
- Optimierung des Außenauftritts durch Relaunch des Corporate Design und der Internetseite der T&C
- Einführung des neuen Hotelreservierungssystem RheinSiegHotels
- Weiterentwicklung des bestehenden Hotelreservierungssystem BonnHotels *
- Einführung von neuen Veranstaltungsformaten für Fachbesucher wie Rhein Sieg

Börse alternierend zur Bonn Börse alle zwei Jahre

- Einführung von neuen Veranstaltungsformaten für Endkunden wie touristische Roadshows
- Generell stärkere Bedienung der Endverbraucher durch touristische Messeauftritte und Medien in koordinierender Form *
- Konzentration auf die definierten Zielgruppen
- Ausbau des Projektes Sustainable Bonn *

Tourismus

- Verbesserung der nationalen und internationalen Positionierung als Aktivregion, Beethovenstadt, Kunst- und Kulturregion, Region des politischen Erbes und Tor zum Romantischen Rhein, analog der definierten Schwerpunkte
- Ausbau der Vermarktung der touristischen Oberthemen Aktivurlaub und Städte- und Kulturreisen mit ihren Bestandteilen wie Rad-, Wanderreisen sowie Event-, Kunst-, Kultur-, Musikreisen national und international
- Ausbau der touristischen Marketing und Vertriebsaktivitäten
- Ausbau eines übergreifenden touristischen Images in der öffentlichen Wahrnehmung,
- Intensivierung der Vermarktung des Themas Beethoven gerade vor dem Hintergrund des Beethovenjahres 2020 *
- Intensivierung der internationalen Marktbearbeitung, im ersten Schritt Primärmärkte BeNeLux und Vereinigtes Königreich
- Intensivierung der internationalen Marktbearbeitung auf den Sekundär- und Zukunftsmärkten *
- Intensivierung der Vermarktung der neu geschaffenen Produkte (beispielsweise Natursteig Sieg, RadRegionRheinland, Drachenfels, Rheinradweg)
- Nachhaltige Sicherstellung der Vermarktung der neu geschaffenen Produkte

Die mit * gekennzeichneten Ziele sind unter den derzeitigen, finanziellen Rahmenbedingungen der T&C nicht bzw. nur eingeschränkt umsetzbar. Darüber hinaus besteht durch eine Verbesserung der finanziellen Ausstattung auch bei den anderen aufgeführten Zielen immer die Möglichkeit einer weiteren Intensivierung.

- Ausbau und Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur
- Ausbau der touristischen Vernetzung in der Region auf Basis der vorhandenen Strukturen
- Mitwirkung bei der Sicherstellung einer wettbewerbsfähigen lokalen Fernbusinfrastruktur
- Einbindung von Trends zum Informations- und Buchungsverhalten in die gesamt-touristische Vermarktung (beispielsweise Trend-Themen Social Media und Internet)
- Marktforschung im Bereich der touristischen Region als Basis für die zukünftige Ausrichtung *
- Ausbau Social Media Aktivitäten *
- Ausbau und Stärkung der Kooperation mit privaten Partnern

Congress

- Stärkere nationale und internationale Positionierung als Kongressstandort
- Erhöhung des Bekanntheitsgrades als Kompetenzzentrum und Tagungsort für nachhaltige Themen *
- Ausbau der kongressrelevanten Marketing und Vertriebsaktivitäten
- Stärkere Einbindung des Erweiterungsbaus WCCB in die Kongressvermarktung in Hinblick auf die bevorstehende Eröffnung *
- Vermehrte Anwerbung von größeren, internationalen Veranstaltungen *
- Auslastung der Veranstaltungszentren erhöhen
- Etablierung des Convention Büros auf dem nationalen und internationalen Tagungsmarkt als neutraler Destinationsvermarkter
- Einbindung von Trends wie z.B. Tagen in Deutschland in die Kongressvermarktung
- Schwerpunkt auf Ansprache von nationalen Tagungskunden im Umkreis von 200km sowie Berlin
- Schwerpunkt auf Ansprache von internationalen Tagungskunden im ersten Schritt am Standort Brüssel sowie auf internationalen Messen

- Ausbau der Schlüsselkundenbetreuung Congress analog der Markterhebungen
- Ausbau und Stärkung der Kooperation mit privaten Partnern

Quantitative Ziele

- Kontinuierliche Steigerung der Übernachtungszahlen in Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis
- um jährlich 3 bis 5% auf Basis der Übernachtungszahlen 2012
- Verbesserung der Kapazitätsauslastung entsprechend den speziellen Gegebenheiten der Teilregionen (an Wochenenden, in belegungsschwachen Monaten sowie in der Woche)
- Steigerung der Anzahl von Tagestouristen in Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis
- Gewinnung von Großkongressen und Tagungen mit mehr als Tausend Teilnehmern in Bezug auf die perspektivische Eröffnung der Erweiterungsbauten des World Conference Center Bonn
- Steigerung des Seminar und Tagungsgeschäftes
- Steigerung der Buchungszahlen über Reiseveranstalter und Leistungsträger der Reiseindustrie
- Steigerung des Absatzes der buchbaren Produkte über Reiseveranstalter
- Steigerung der Anzahl der erreichten Personen über die „neuen“ T&C Medien Internet und Social Media
- Steigerung der Anzahl der erreichten Personen über die „klassischen“ T&C Medien Print, Funk und TV

Die Überprüfung der definierten Ziele erfolgt über das T&C-interne Controlling, beispielsweise in Form von Kennzahlen.

Vision 2020

Die Vision 2020 greift die zuvor definierten Schwerpunkte der touristischen Vermarktung sowie die Schwerpunkte Kongress auf.

Im Bereich der Aktivreisen setzt die Region Bonn / Rhein-Sieg als „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ neue Maßstäbe. Mit einer flächendeckenden Fahrrad-Infrastruktur ist die Region Teil der innovativen RadRegionRheinland und gilt bundesweit als Kompetenzregion für das Thema Radtourismus. Als Aktiv-Rahmenprogramm bei Konferenzen haben sich die Rad- und Wanderangebote in Bonn und der Region weiter etabliert.

Bonn hat sich zum 250. Geburtstag Ludwig van Beethovens im Jahr 2020 national und international als Beethovenstadt etabliert. Das Beethovenjahr 2020 entfaltet einzigartige weltweite Impulse, die die Marke Beethovenstadt Bonn nachhaltig stärken. Die geschaffene Konzertspielstätte von internationalem Rang ist dabei für die touristische Vermarktung von besonderer Bedeutung. Die Strahlkraft des Beethovenjahres schafft es darüber hinaus, zahlreiche weitere regionale Themen in den Folgejahren zu positionieren.

Die Vielfalt und Dichte der Kunst- und Kulturinstitutionen stärken den Kulturtourismus in der Region Bonn / Rhein-Sieg zusätzlich. Durch gemeinsam abgestimmte und miteinander verknüpfte Aktivitäten aller Institutionen wird die Schlagkraft der touristischen Vermarktung erhöht und eine Profilierung der Region Bonn Rhein/Sieg als kulturtouristisches Zentrum erreicht.

Wichtiger Bestandteil dieses kulturtouristischen Zentrums ist das politische Erbe. Durch die touristische Erschließung der zahlreichen authentischen, zeithistorischen Orte in Bonn und der Region und einen Ausbau der Infrastruktur (beispielsweise Besichtigungsmöglichkeiten und Führungen) wächst die Anzahl der Reisen aus diesem Segment in die Region weiter stark an.

Die international bekannte und etablierte Marke Romantischer Rhein beschert der

Region Zuwächse insbesondere bei den Primärmärkten Niederlande und Vereinigtes Königreich und trägt zu einer Erhöhung der Auslastung an Wochenenden und in Ferienzeiten bei. Die Vernetzung mit dem Unesco-Welterbe Oberes Mittelrheintal erhöht die Schlagkraft in der Vermarktung.

Die Reise-Aktivität Shopping sorgt für steigende Umsätze im regionalen Einzelhandel und steigert die Wirtschaftskraft der Region Bonn / Rhein-Sieg. Zudem ist Shopping zum Selbstzweck vieler Reisen geworden.

Der Kosmopolit Beethoven ist zugleich Ausdruck der Internationalität des Standorts Bonn und Region als deutsche UN-Stadt und als Sitz von weltweit operierenden Unternehmen. Mit der Eröffnung des WorldCCBonn Erweiterungsbaus hat sich Bonn im Wettbewerb als internationaler Konferenzstandort noch stärker etabliert.

Im Jahr 2020 hat sich die Region Bonn / Rhein-Sieg als Diskursort für eine weltweit nachhaltige Entwicklung einen Namen gemacht und ist der führende Konferenzort für zukunftsweisende, nachhaltige Themen. Das Projekt Sustainable Bonn – Konferenzort der Nachhaltigkeit ist auch auf die Region ausgeweitet worden. Die touristischen Leistungsträger aus Bonn / Rhein-Sieg leben das Thema Nachhaltigkeit vor.

Die Region Bonn / Rhein-Sieg hat sich analog der Tagungstrends, beispielsweise zur kürzeren Veranstaltungsdauer und zu einem wachsenden Bedürfnis nach Sicherheit, ideal positioniert und ist als ein politisches Zentrum Impulsgeber für weitere Themen.

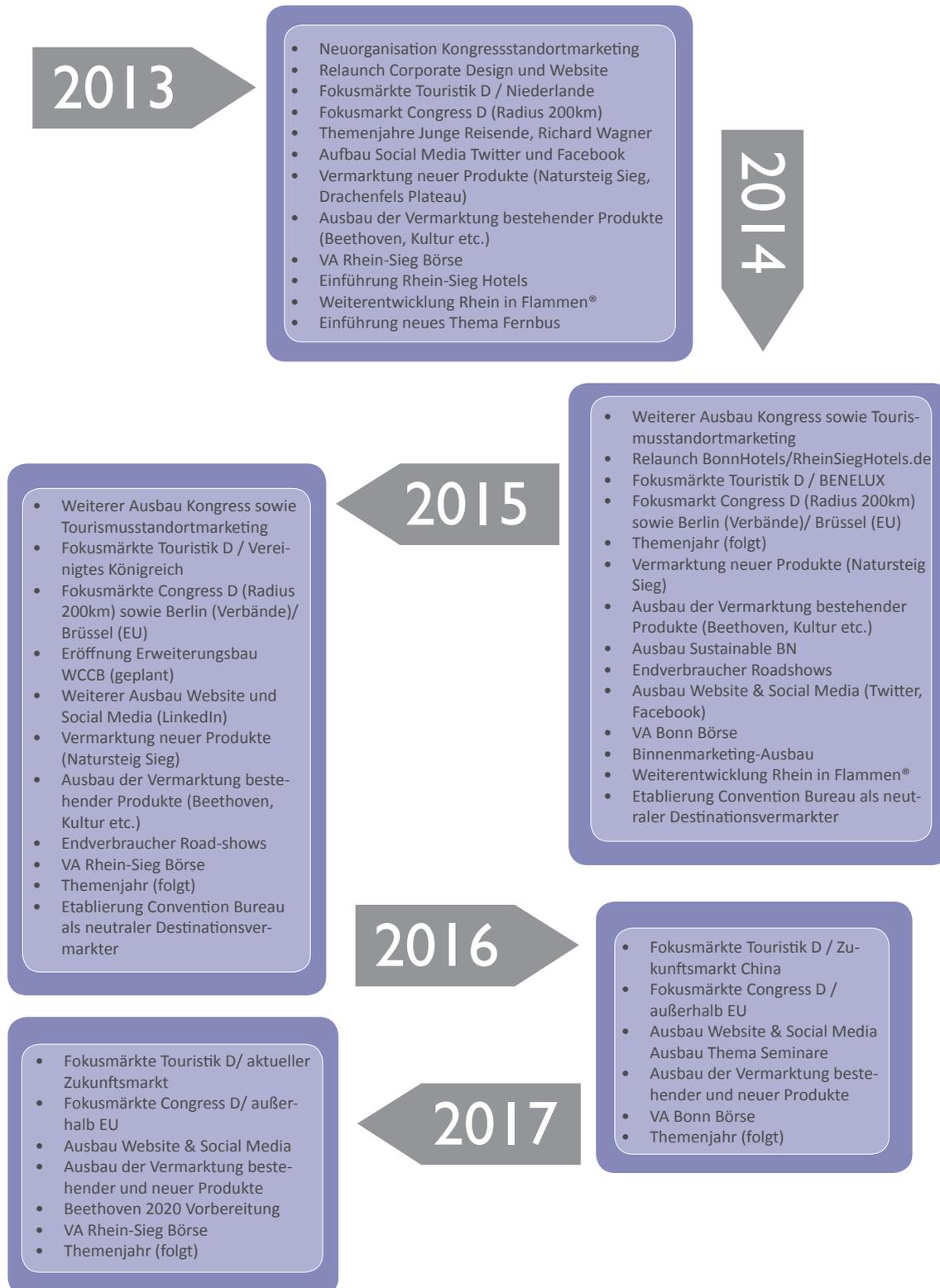
Die Region Bonn / Rhein-Sieg hat sich darüber hinaus zu einem Best-Practice Beispiel gelungener Binnenkommunikation entwickelt. Die

Kommunikationswege sind kurz und ermöglichen schnelles und individuelles Reagieren auf anspruchsvolle und heterogene Gäste- und Tagungsanfragen. Die außergewöhnliche Vielfalt und die einzigartige Kombination aus internationalem Tagungsstandort, Beethovenstadt und dem breiten Angebot kultureller

und naturräumlicher Sehenswürdigkeiten sind international bekannt und der Selbstzweck vieler Reisen in die Region Bonn / Rhein-Sieg.

Jahresübersicht 2013-2017 (Auszug)

Nachfolgend werden, zusätzlich zu den kontinuierlichen Maßnahmen und Zielen, die Schwerpunkte der jahresspezifischen Aktivitäten von 2013 bis 2017 aufgezeigt. Diese sind in den Entwicklungen und Prognosen der mittelfristigen Finanzplanung der T&C enthalten.



Prognose 2013-2017 (Auszug) auf Basis des T&C Controllings

Das Controlling ist ein wichtiges Steuerungsinstrument, um die durchgeführten Maßnahmen und Aktivitäten zu bewerten, die zur Verfügung stehenden Budgets optimal einzusetzen und die gesetzten Ziele zu überprüfen. Dabei bedient sich die T&C aller verfügbaren Informationssysteme, die intern sowie bei den Partnern zur Verfügung stehen.

Das Controlling der T&C umfasst die Bereiche:

Statistiken

Die T&C erhält monatlich statistische Erhebungen, beispielsweise zu den Übernachtungszahlen und den Gästeankünften, durch IT.NRW (Information und Technik Nordrhein-Westfalen). Die monatliche Meldung erfolgt sowohl für das Land NRW (landesweiter Vergleich der Städte und Regionen) als auch speziell für die Stadt Bonn und den Rhein-Sieg-Kreis. Die Erhebungen geben auch Auskunft über die Entwicklung der Übernachtungszahlen auf den internationalen Märkten.

Marktforschungsstudien

Das Wissen um aktuelle Trends und Themen ist für die touristische Arbeit unerlässlich. Kontinuierlich informiert sich die T&C über die aktuellen Entwicklungen und bezieht dieses Wissen in die tägliche Arbeit mit touristischen Partnern und Endverbrauchern ein. Statistisch belastbare Daten hierzu bezieht die T&C beispielsweise über das Marktforschungsportal des Tourismus NRW e.V. In Kooperation mit der FH Bad Honnef, der IHK Bonn/Rhein-Sieg sowie der hiesigen Hotellerie wurden Themen für Bachelor- und Diplomarbeiten vergeben, die im Anschluss an die Fertigstellung zu einem Branchenreport für die Region Bonn zusammengefügt werden.

Kennzahlen zu Produkten und Aktivitäten

Anhand von Kennzahlen werden die Produkte und Aktivitäten der T&C kontinuierlich überprüft und bewertet. Kennzahlen sind

beispielsweise die Anzahl der gebuchten Personen und Nächte im Bereich Produkte, die Anzahl der Buchungen aus Kooperationen mit Reiseveranstaltern, Auflagenhöhen und Verbreitung von Katalogen, die durchgeführten Fachgespräche auf Messen und Workshops sowie die Frequenz der verschiedenen Destinationsvertriebsaktivitäten. Wichtige Kennzahlen liefert auch das Tagungsbarometer für die Region Bonn / Rhein-Sieg.

Qualitätssicherung

Zur Sicherung der Servicequalität sowie zu deren Weiterentwicklung setzt die T&C sowohl in Bezug auf innerbetriebliche Abläufe als auch im Bereich Partner- und Endkundenbetreuung unterschiedliche Maßnahmen ein. Die Durchführung einer Aussteller- und Fachbesucherbefragung im Rahmen der Bonn Börse liefert beispielsweise wichtige Erkenntnisse über die Bewertung und den Nutzen der Veranstaltung für die verschiedenen Zielgruppen. Darüber hinaus überprüft die T&C kontinuierlich auch interne Abläufe hinsichtlich Optimierungsmöglichkeiten in der Service- und Dienstleistungskette. Durch den engen Kontakt zu Kunden, den regionalen strategischen Partnern wie der Bonn Information und den vier touristischen Teilregionen des Rhein-Sieg-Kreises und Dienstleistern (beispielsweise über den Tourismus Förderverein) erhält die T&C direktes Feedback zu Produkten und Leistungen. Dieses Feedback spiegeln die Mitarbeiter in regelmäßig stattfindenden Meetings direkt an die Geschäftsleitung weiter, die dann entsprechende Strategien und Ausrichtungen anpassen kann.

Betriebswirtschaftliche Auswertungen

Die touristischen und kongressrelevanten Leistungen der T&C finden sich in der monatlichen betriebswirtschaftlichen Auswertung (BWA) wieder und sind somit ein weiterer Indikator für die Entwicklung der beiden Bereiche.

Nachfolgend wird aufsetzend auf dem bestehenden Controlling der T&C eine Prognose für die Jahre 2013 – 2017 erstellt, die in die mittelfristige Finanzplanung 2013/14 – 2017/18 einfließt.

Prognose Gesamt-Übernachtungen auf Basis des Controllings

Übernachtungszahlen Region Bonn / Rhein-Sieg	2008*	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Übernachtungen Stadt Bonn in Tausend	1.198	1.140	1.209	1.296	1.319	1.360	1.400	1.440	1.490	1.530
Übernachtungen Rhein-Sieg-Kreis in Tausend	1.145	1.078	1.135	1.249	1.341	1.380	1.420	1.470	1.510	1.550
Summe Übernachtungen	2.343	2.218	2.344	2.545	2.660	2.740	2.820	2.910	3.000	3.080

Analog zu den quantitativen Zielen der T&C sieht die Prognose in den nächsten fünf Jahren (2013-2017) eine kontinuierliche Steigerung der Übernachtungszahlen in Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis um jährlich 3 bis 5% auf Basis der Übernachtungszahlen 2012 vor. Enthalten ist zunächst noch kein Effekt aus der Fertigstellung der Erweiterungsbauten des WorldCCBonn. Des Weiteren soll die Kapazitätsauslastung sowohl in der Woche wie auch an Wochenenden und in Ferienzeiten weiter gesteigert werden.

Prognose Destinationsmarketing und -vertrieb auf Basis des Controllings

Hotelreservierungssystem BonnHotels / RheinSiegHotels	2008*	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Gebuchte Nächte	29.491*	12.485	8.392	10.164	16.000	17.000	17.500	18.000	18.500	19.000

* inkl. Biodiversitäts-Konferenz

Vor dem Hintergrund einer immer stärker werdenden Ausrichtung im Bereich Nachhaltigkeit bietet das Hotelreservierungssystem BonnHotels / RheinSiegHotels durch den Produktzusatz ÖPNV-Ticket eine Nischenlösung für nachhaltige Mobilität an. Damit sowie mit der veränderten Ausrichtung der T&C hin zu Vermittlungs- und Beratungsdienstleistungen ist ein positives Wachstumspotential verbunden, das entsprechend in der mittelfristigen Finanzplanung der T&C enthalten ist.

Destinationsvertrieb Touristik	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Buchungen über T&C (in Personen)	750	1.000	2.600	2.200	2.800	2.800	3.000	3.200	3.400	3.600
Anteil an Übernachtungsgästen	68%	60%	69%	64%	65%	65%	70%	70%	70%	75%
Gebuchte Nächte	765	900	2700	2100	2800	2800	3100	3300	3500	4000
Anteil internationaler Gäste	20%	18%	10%	12%	11%	15%	20%	20%	20%	20%

Die Buchungsentwicklung der letzten fünf Jahre zeigt einen Zuwachs um den Faktor 2,6 von 2009 zu 2010. Grund dafür war die Intensivierung der Kooperation mit Paket-Reiseveranstaltern sowie die Aufnahme der T&C in den VPR (Verband der Paketreiseveranstalter). Die internationalen Gäste kommen im Wesentlichen aus den Primärmärkten Belgien, Niederlande und Vereinigtes Königreich. Für die nächsten Jahre gilt es, durch eine gezielte Bearbeitung der definierten Quellmärkte sowohl die Anzahl der nationalen wie auch der internationalen Reisenden zu steigern.

Destinationsvertrieb Congress	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Angefragte Veranstaltungen	218	87	194	165	115	150	190	200	220	250
Realisierte Veranstaltungen	64	64	87	51	53	75	95	100	110	125
Realisierungsquote in %	29,35	73,56	44,84	30,90	46,08	50	50	50	50	50
Teilnehmer bei realisierten Veranstaltungen*	18 T	12 T	28 T	10 T	15 T	21 T	27 T	28 T	31 T	35 T

Durch den Einsatz der zielgruppenorientierten Maßnahmen konnte über die letzten Jahre hinweg eine Vielzahl von Veranstaltungen für die Region Bonn / Rhein-Sieg akquiriert werden. Aufgrund der nicht realisierten Eröffnung des WorldCCBonn Erweiterungsbaus ging eine Talfahrt der Veranstaltungsfragen einher. Dieser Abwärtstrend konnte erfolgreich abgefangen werden. Durch die intensive Betreuung von potenziellen Kongresskunden ist eine hohe Kundenbindung erwachsen. Diese drückt sich numerisch in den konstant guten Realisierungsquoten aus. Der Rückgang ab 2011 begründet sich durch die öffentliche Diskussion über die T&C und den aufgrund des Sanierungskonzeptes notwendigen Personalabbau von zwei auf einen Mitarbeiter im Destinationsvertrieb. Seit Oktober 2012 agiert die T&C wieder mit zwei Destinationsvertriebsmitarbeitern auf dem Markt.

Rhein in Flammen* (touristische Pauschalen der T&C)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Buchungen über T&C (in Personen)	1.200	1.950	2.800	3.500	2.600	3.000	3.200	3.400	3.600	3.800
Anteil an Übernachtungsgästen	45%	45%	55%	70%	50%	55%	60%	65%	70%	75%
Über T&C gebuchte Nächte	800	1.400	2.300	3.700	2.100	2.500	2.700	3.000	3.300	3.600

Die Buchungsentwicklung der touristischen Pauschalen Rhein in Flammen zeigt eine kontinuierliche Steigerung innerhalb der letzten fünf Jahre (Ausnahme: Im Jahr 2012 waren die von den Reiseveranstaltern benötigten Zimmerkontingente aufgrund der Düsseldorfer Messe „Drupa“, die bis in die Region Bonn / Rhein-Sieg ausstrahlte, nicht oder nur zum Teil verfügbar). Diese Entwicklung zeigt sich auch bei den Reiseveranstalter-Kooperationen. Hier werden in den nächsten Jahren, analog zu den Buchungstrends, die verschiedenen online-Kanäle der Reiseveranstalter immer mehr an Bedeutung zunehmen, die Auflage der Reisekataloge und Printprodukte wird entsprechend voraussichtlich zurück gehen. Für die nächsten Jahre gilt es, sowohl bei Rhein in Flammen wie auch bei den Reiseveranstalter-Kooperation insgesamt das Niveau der Buchungen mittelfristig weiter zu steigern.

Reiseveranstalter-Kooperationen der T&C	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Auflagenhöhe Reisekataloge über T&C in Mio.	17	20	25	25	25	25	25	22	22	20
Anzahl der verschiedenen Kataloge	75	80	100	100	100	100	100	85	85	80
Buchungen über Reiseveranstalter gesamt in Tausend	20 T	23 T	25 T	29 T	27 T	28 T	29 T	30 T	31 T	32 T
Über Reiseveranstalter gebuchte Nächte in Tausend	30 T	34 T	38 T	44 T	41 T	42 T	44 T	45 T	47 T	48 T

