

Fahrplan

Tourismus Zentrale Saarland

2024

Maßnahmen
und Projekte im
Destinations-
management



SAARLAND

DAS LAND
DER GRENZENLOSEN
ERLEBNISSE

Editorial

Liebe Gesellschafter und Partner*innen,

das Jahr 2023 war seit 2019 das erste Jahr ohne coronabedingte Einschränkungen.

Seit wenigen Tagen liegen die Übernachtungszahlen 2023 für das Saarland vor und sie können sich sehen lassen. 7,7% mehr Übernachtungen als 2022 und ein sehr gutes Plus im Dezember vor allem durch Gruppen, die das Saarland besucht haben. Sehr gefreut haben wir uns darüber, dass die Ergebnisse des Allzeithochs von 2019 übertroffen werden konnten. Mit 3,25 Mio. Übernachtungen haben wir einen neuen Höchststand erreicht. Für 2024 eine sehr gute Vorlage.

Einen wichtigen Beitrag für diesen Erfolg hat eine konsequente Marken- und Kommunikationsstrategie geleistet, deren Ziel eine deutliche Steigerung des Bekanntheitsgrades und der Sympathie des Reiseziels Saarland ist. Diese Strategie wird auch im Jahr 2024 fortgesetzt mit einer umfangreichen Imagekampagne im On- und Offlinebereich, der Umsetzung einer Kampagne zur sporttouristischen Profilierung des Saarlandes vor dem Hintergrund der Olympischen Spiele in Paris und dem Finale der Deutschlandtour in Saarbrücken und der Vermarktung der kulturellen Leuchttürme (Landesförderung) mit einer umfangreichen überregionalen Marketing- und Kommunikationsoffensive.

Wesentlich für die Steigerung der Aufenthalte ist auch die Saarland Card. Sie zieht viele Gäste ins Saarland, insbesondere Familien und ermöglicht den Gästen einen erlebnisreichen Urlaub mit freier Nutzung des ÖPNV. Am 1. April 2024 startet sie mit einer Rekordbeteiligung von 115 Partnern und 77 Übernachtungsanbietern in die neue Saison. Für viele vor allem kleinere Kultur- und Freizeitanbieter ist sie ein wichtiges Instrument, Aufmerksamkeit und Besucher zu gewinnen.

Der Ausbau der Buchungen über die digitalen Vertriebswege steht weiterhin im Fokus, ob Unterkünfte, Eintritte, Erlebnisse oder Touren, Ziel ist es das Saarland online buchbar zu machen und die Wertschöpfung zu steigern.

Der vorliegende Maßnahmenplan enthält neben den Marketing- und Vertriebsaktivitäten alle weiteren in diesem Jahr in Umsetzung befindlichen Projekte und Maßnahmen entlang der Handlungsfelder der Tourismuskonzeption 2025.

Die drei großen Querschnittsthemen sind Qualität, Nachhaltigkeit und Barrierefreiheit.

Hier steht in 2024 die Veröffentlichung der Klimaschutzstrategie für das Saarland auf dem Plan. Daneben begleitet die TZS die Landesregierung bei den Vorbereitungen zum Tag der Deutschen Einheit in 2025 und der Durchführung der Special Olympics National in 2026. Diese Großereignisse bringen vorbereitende Aufgaben mit sich. Die TZS ist in landesweite Arbeitsgruppen involviert.

Ein neues Aufgabenfeld, das nach den konzeptionellen Grundlagen in 2023 ab Januar 2024 von der TZS in Kooperation mit dem Dehoga gemanagt wird, ist die „Offensive zur Imageverbesserung der Berufe im Gastgewerbe“. Hier hat die TZS Neuland betreten. Bei dieser Initiative sind nicht Gäste die Ansprechpartner*innen der TZS, sondern potenzielle Azubis, Quer- oder Wiedereinsteiger. Ebenso gehört die Ansprache von Schulen und Eltern in das neue Aufgabenset. Die TZS erweitert somit ihr Kompetenzportfolio.

Wir blicken trotz aller Herausforderungen der Branche mit Preis- und Lohnsteigerungen, mit andauerndem Krieg und Umsatzproblemen in der Gastronomie optimistisch in die Zukunft und wagen die Prognose, das bei gutem Sommerwetter die Zielmarke der Tourismuskonzeption 2025 mit 3,3 Mio. Übernachtungen dieses Jahr erreicht werden könnte. Reisen und Urlaub sind für sehr viele Menschen etwas Unverzichtbares. Das Saarland ist bereit für die Gäste und heißt alle herzlich willkommen!

Auf ein erfolgreiches 2024!

Boris RAUSGEL



©Weltkulturerbe Völklinger Hütte/Günther Bayerl

Wo bin ich denn hier?



Finden Sie es heraus mit der Saarland Card!

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

Neugierig?

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





Inhalt

1. Tourismus Zentrale Saarland	6 – 7
1.1 Unser Auftrag	6
1.2 Das Team	7
1.3 Unser Leitbild	7
2. Rahmenbedingungen	8 – 11
2.1 Tourismuskonzeption 2025	8
2.2 Zielgruppen, Themen, Quellmärkte	10
3. Handlungsfelder für den Saarland-Tourismus	12 – 42
3.1 Marken- und Kommunikationsstrategie	12
3.1.1 Das Land der grenzenlosen Erlebnisse	12
3.1.2 Sporttourismus im Saarland	13
3.1.3 Digitales Marketing	14
3.1.4 Medienkooperationen, Cross-Media, Out-of-Home	23
3.1.5 Messen und Veranstaltungen	25
3.1.6 Printprodukte	27
3.1.7 Saarland Card	30
3.1.8 Kommunikation	31
3.1.9 Vertrieb	32
3.2 Tourismusbewusstsein	33
3.3 KMU-Netzwerk	34
3.3.1 Tourismuslotse Saarland	34
3.3.2 Kampagne "Du machst den Moment"	34
3.3.3 Genuss Region Saarland	34
3.4 Aufwertung der Ortsbilder	35
3.5 Inwertsetzung Kultureller Leuchtturmstandorte	36
3.6 Ausbau der naturtouristischen Infrastruktur	37
3.7 Qualitätssicherung und -ausbau im Aktivtourismus	38
3.8 Ausbau barrierefreier Tourismus	41
4. Querschnittsaufgaben für den Saarland-Tourismus	43 – 46
4.1 Nachhaltiger Tourismus	43
4.2 Qualität	45
5. Umsetzungsmanagement	47

1. Tourismus Zentrale Saarland

1.1 Unser Auftrag

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

Die originären Aufgaben der TZS sind im Gesellschaftervertrag definiert:

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

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

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

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

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

Seit dem Sommer 2023 ist die TZS Partnerin im Interreg North-West Europe MONA Projekt. MONA steht für MODal Shift, Routing and Nudging Solutions in NATure Areas for Sustainable Tourism. Ziel dieses Projektes ist es, den Tourismus in Naturschutzgebieten in Nordwesteuropa nachhaltiger zu gestalten. Gemeinsam mit anderen Partnern wie VisitBrabant, Nationalparks und wissenschaftlichen Einrichtungen aus vier Ländern arbeitet das Saarland daran, den Besucherverkehr in Naturschutzgebieten umweltverträglicher zu gestalten und gleichzeitig die natürliche Umwelt zu schützen. Das Gesamtprojektbudget beträgt 6 Mio. € und ist bis Ende 2027 angelegt.

1.2 Das Team

Geschäftsführung

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

Michael Schwarz

Verwaltung & Finanzen

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

Buchhaltung

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

Marketing, Vertrieb & Marktforschung

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

Management internationale Märkte und Messen

Joanna Czymry
Tel.: 0681/927 20-27
czyrmy@tz-s.de

Digital-Management

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

Content- und Marken-Management

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

Content-Management

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

Account- und Sales-Management

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

Buchungsservice

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

Buchungsservice Individual

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

Gästeservice

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

Presse & Kommunikation

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

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

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

Umsetzungsmanagement

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

Projekt- und Themenmanagement

Aktivtourismus, Motorrad-, Reisemobil- und Campingtourismus

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

Tourismus-Qualitätssicherung Saarland

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

Städte- und Kulturtourismus, Saarland Card

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

Saarland Card

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

Natur & Nachhaltigkeit

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

Qualitätsmanagement

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

Gastgewerbeoffensive

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

Genuss Region Saarland

Lena Vogelgesang
Tel.: 0681/927 20-14
vogelgesang@tz-s.de

Barrierefreier Tourismus & Netzwerk Hören

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

Interreg-Nordwesteuropa MONA

Caroline Schuhmacher
Tel.: 0681/927 20-50
schuhmacher@tz-s.de

Genuss Region Saarland, Natur & Nachhaltigkeit

In Elternzeit: Sabrina Deutsch

1.3 Unser Leitbild

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

2. Rahmenbedingungen

2.1 Tourismuskonzeption 2025

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

Vision und Ziele

Saarland-Tourismus 2025

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



Foto: © Marcus Gloger

Die Prämissen für die zukünftige Tourismusentwicklung im Saarland sind:

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



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

Handlungsfelder

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

Handlungsfelder für den Saarland-Tourismus 2025 im Überblick

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

Quelle: dwif 2015

2.2 Zielgruppen, Themen und Quellmärkte

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

Explorer

45% 55%

18-29 Jr 26%

30-39 Jr 19%

40-49 Jr 18%

50-59 Jr 20%

60-69 Jr 16%

13% 28% 59%

Niedrig Mittel Hoch

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

Beliebte Reisearten

- Kulturreise
- Erlebnis-/Abenteuerurlaub
- Rundreise
- Städtetrip / Städterei
- Kulinarikreise

Channel-Affinitäten und Touchpoints

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

Reisen

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

Digital

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

Quelle: ©SINUS-Institut 2018/19

Nature-Loving-Actives

39% 61%

-29 Jr 18%

-39 Jr 20%

-49 Jr 23%

-59 Jr 22%

-69 Jr 17%

21% 36% 43%

Niedrig Mittel Hoch

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

Beliebte Reisearten

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

Channel-Affinitäten und Touchpoints

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

Reisen

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

Digital

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

Quelle: ©SINUS-Institut 2018/19

Short-Breakers

53% 47%

18-29 Jr 17%

30-39 Jr 15%

40-49 Jr 21%

50-59 Jr 24%

60-69 Jr 23%

22% 41% 37%

Niedrig Mittel Hoch

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

Beliebte Reisearten

- Eventreise
- Städtetrip/Städterei
- Kulinarikreise
- Erholungsurlaub
- Camping

Channel-Affinitäten und Touchpoints

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

Reisen

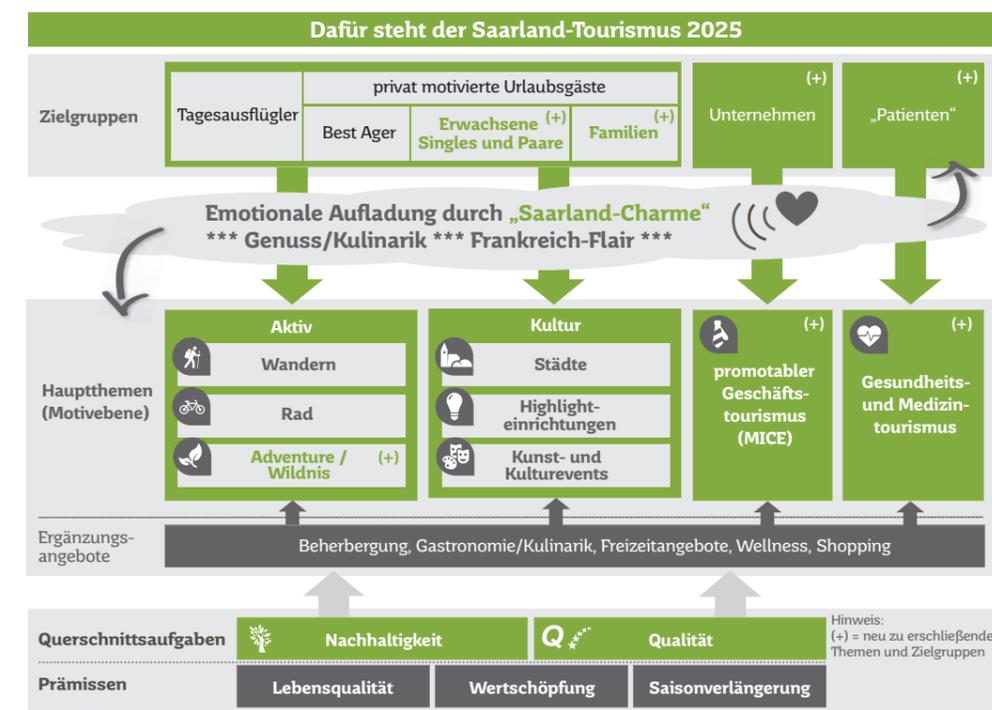
- Short-Breakers unternehmen lieber kurze Reisen, wie z. B. Tages- oder Kurzreisen, diese werden als kurze Flucht aus dem Alltag wahrgenommen
- (Aktiv-)Ausflüge in die Natur sind dabei ebenso beliebt wie Shopping-Trips oder Städtbesichtigungen
- Ihre Reisen gehen gerne auch in die nähere Umgebung
- Weniger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

Digital

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

Quelle: ©SINUS-Institut 2018/19

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



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

3. Handlungsfelder für den Saarland Tourismus

3.1 Marken- und Kommunikationsstrategie

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

3.1.1 Das Land der grenzenlosen Erlebnisse

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

In 2024 werden unter dem Dach „Saarland – das Land der grenzenlosen Erlebnisse“ reichweitenstarke Marketingkampagnen zu den Themen Wandern, Radfahren, Kulturgenuss und Familie lanciert.



Der Kampagnen-Claim

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

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

Die Kampagnensujets

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

Die Maßnahmen

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



3.1.2 Sporttourismus im Saarland

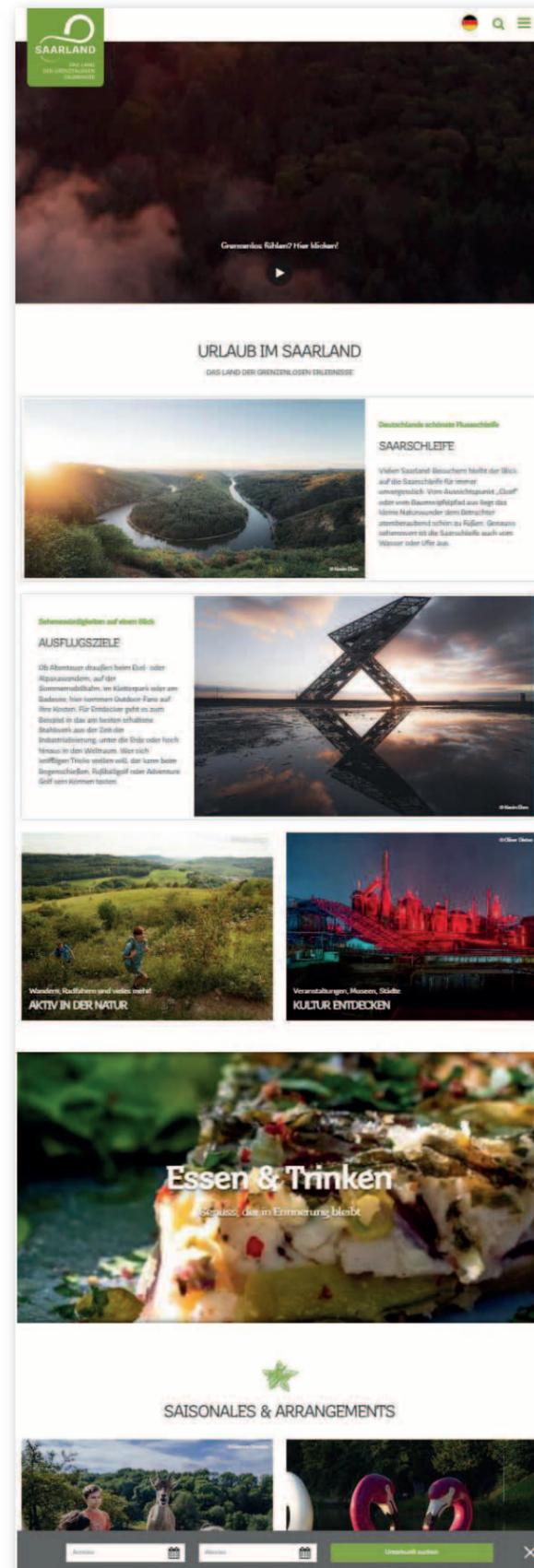
Die Kampagne soll auf das sporttouristische Angebot des Saarlandes im Allgemeinen und im Speziellen auf olympischen Sport im Saarland – in Bezug gesetzt zu den Olympischen Spielen 2024 – aufmerksam machen. Im Hauptfokus stehen dabei touristisch relevante olympische Disziplinen wie Rennradfahren, Mountainbiken und Triathlon – es handelt sich um Sportarten, in denen das Saarland bereits jetzt schon

touristisch gut aufgestellt ist. Darüber hinaus sollen auch Sportveranstaltungen mit überregionaler Ausstrahlung – wie das Finale der Deutschlandtour in Saarbrücken – die 2024 im Saarland stattfinden in die Kampagne integriert werden, denn sie tragen maßgeblich zum Imageaufbau bei. Der geplante Start für die Kampagne ist der Frühsommer 2024.

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

3.1.3 Digitales Marketing

www.urlaub.saarland



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

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

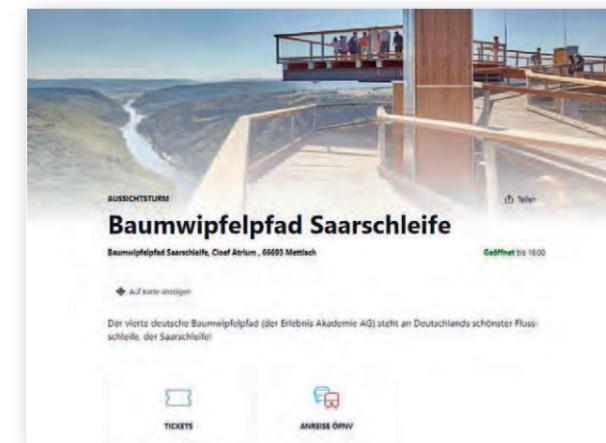
Neben dem inspirativen Charakter liegt ein weiterer Fokus darauf, dem Gast gezielte und aktuelle Informationen zur Verfügung zu stellen, wie zum Beispiel Live-Öffnungszeiten von Points of Interests (POIs) oder Karten mit Tourenverläufen, Höhenprofilen, Bildergalerien, Wegbeschreibungen. Durch das responsive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



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

www.visiter-la-sarre.fr
www.toerisme-saarland.nl
www.visitsaarland.co.uk

mein.toubiz



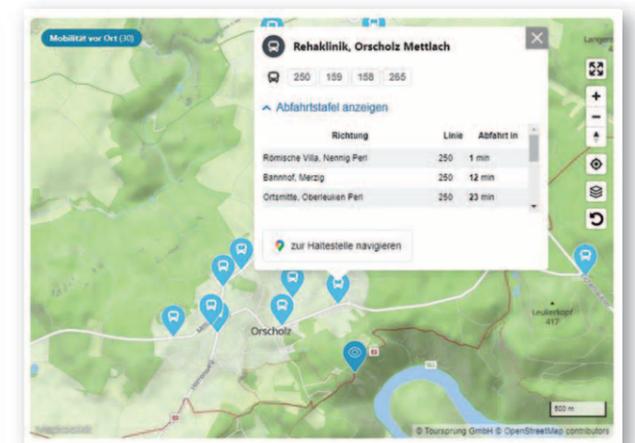
POIs (=Points of Interest), Veranstaltungen, Gastronomiebetriebe, Direktvermarkter und Orte aus dem gesamten Saarland werden strukturiert und maschinenlesbar in der zentralen Datenbank „mein.toubiz“ erfasst und gepflegt. Mein.toubiz wird durch regelmäßige Updates verbessert und erweitert. So wurde das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

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

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

Barrierefreies.saarland

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

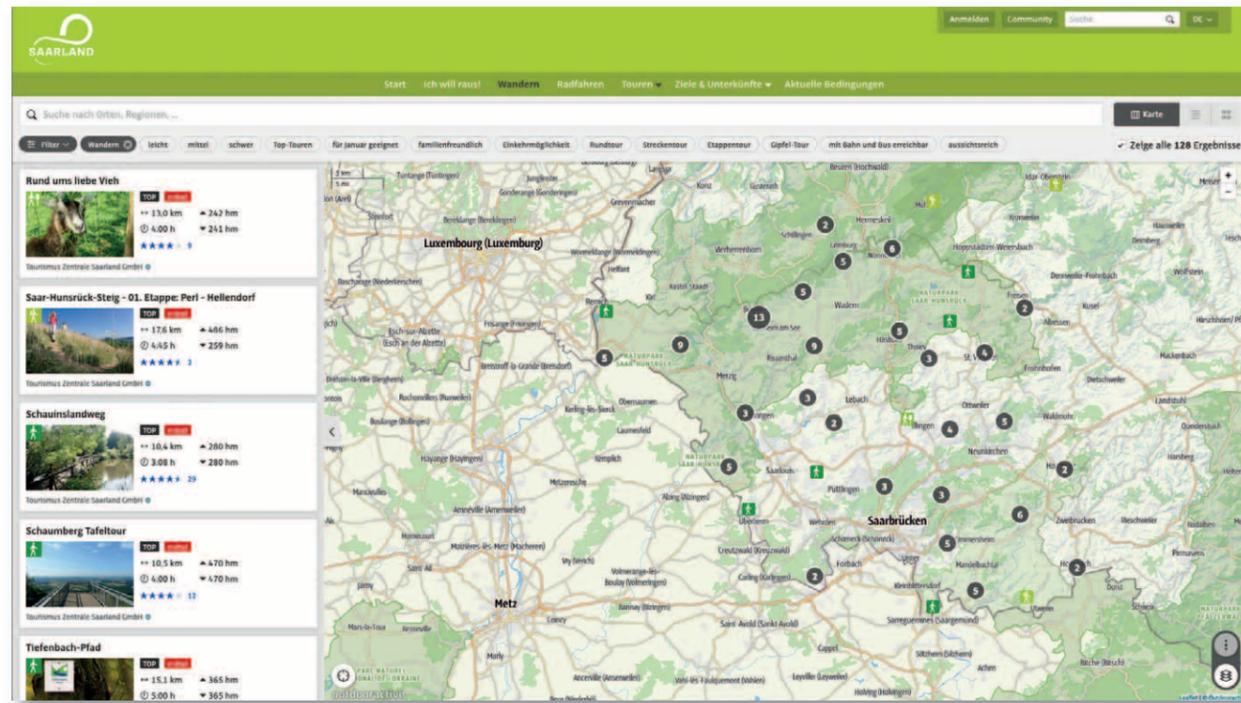


Schnittstelle zum Knowledge Graphen der DZT

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

Die Daten aus dem Saarland werden durch eine Schnittstelle zur mein.toubiz Datenbank bereits in den Knowledge Graphen eingespeist. Die Datenbank ist im Juni 2023 online gegangen und interessierte Unternehmen können seitdem Daten abgreifen.

Vollintegriertes Tourenportal



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

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

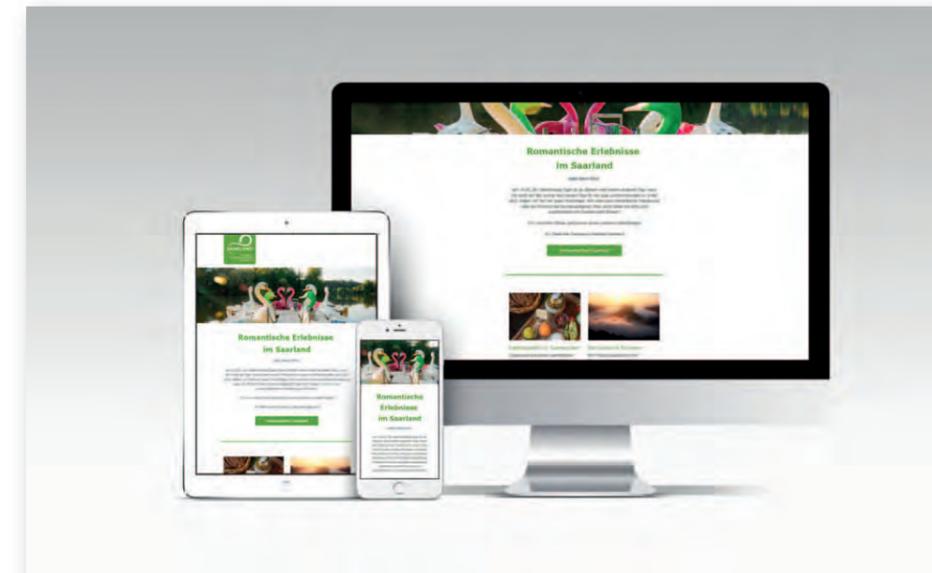
Reisenewsletter Saarland

Der Reisenewsletter wird in regelmäßigen Abständen mehrmals im Jahr an fast 7.500 interessierte Lesende per E-Mail versendet. Der Newsletter erscheint zu bestimmten, jahreszeitlich passenden Themen (z. B. Wandern im Herbst, Weihnachten etc.) mit themenspezifischen Neuigkeiten, Veranstaltungstipps, buchbaren Angeboten und einem Gewinnspiel. Zudem gibt es die Rubrik „3 Fragen an...“, in der wir einen besonderen Interviewpartner haben und die Lesenden erraten

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



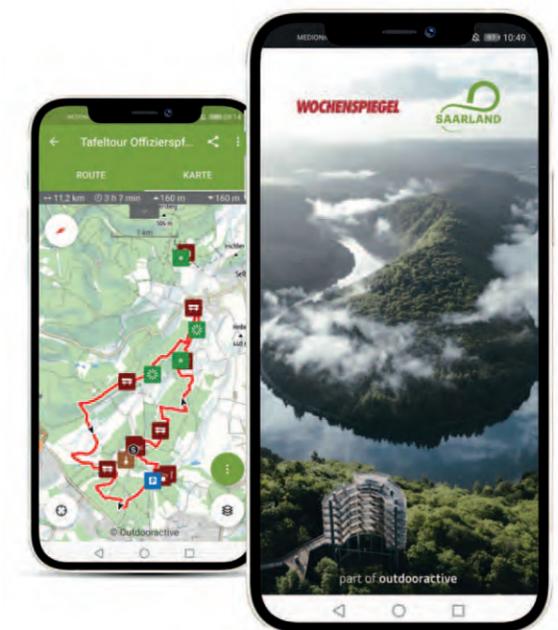
Zudem werden niederländische und französische Gäste mit eigenen fremdsprachigen Newslettern angesprochen. Die Inhalte werden auf die jeweiligen landesspezifischen Interessen der Gäste abgestimmt.



Saarland Touren-App

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

Im Jahresverlauf werden flexibel unterschiedliche Inhalte ausgespielt (z.B. saisonale Empfehlungen, Tipps für besondere Aktivitäten und Termine). Neue Funktionen für die User wie z. B. die Challenges (Wettbewerbe mit Gewinnspielmöglichkeit) animieren zur aktiven Nutzung des Touren-Angebotes.

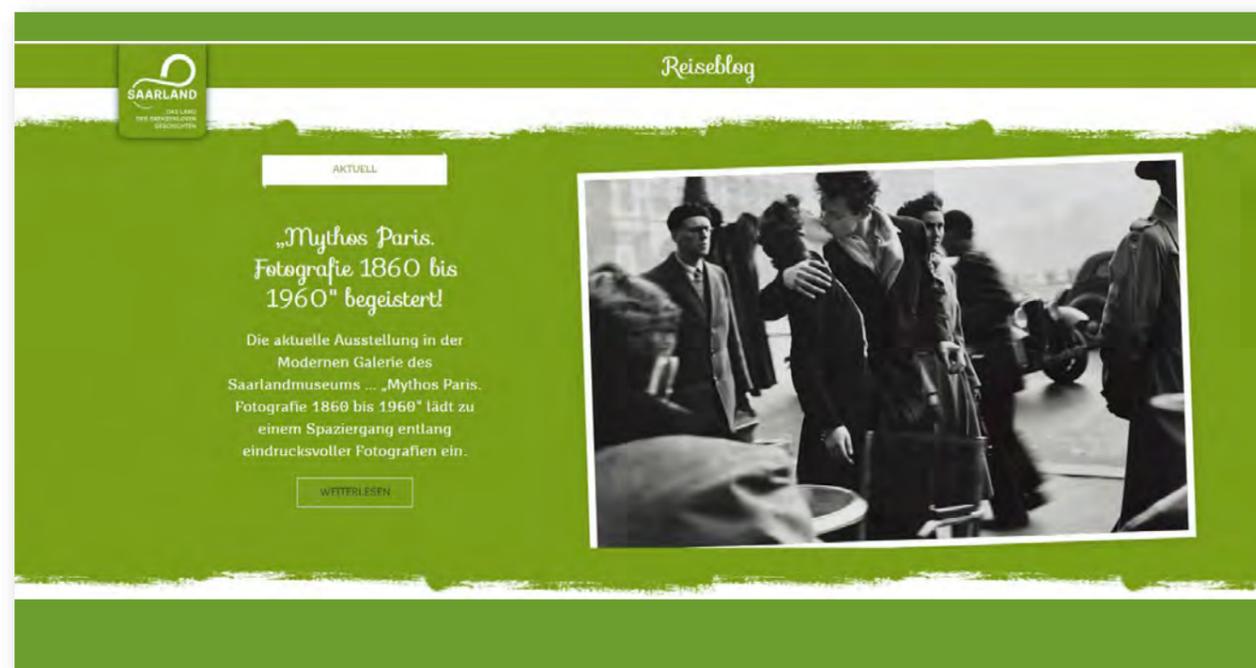


Auf Basis hinterlegter Karteninformationen (Wegenetze) kann man eigene Touren anlegen und speichern oder die selbst gegangene oder gefahrene Strecke aufzeichnen, um daraus eigene Tourenvorschläge zu generieren. Eine Sprachnavigation kann optional zugeschaltet werden.

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

tieren und mitteilen, wenn Schäden oder Mängel auf den Touren auftreten. Inhalte können für die Community bewertet, kommentiert, geteilt und empfohlen werden, so wie man es aus den sozialen Medien kennt. Es sind Infolyer im Einsatz, mit denen Betriebe (Bett&Bike, Q-Gastgeber Wanderbares Deutschland, Motorradfreundliche Betriebe) ihre Gäste auf die Touren-App aufmerksam machen können.

Reiseblog.saarland



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

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

Social Media Kanäle

Zu den Social Media Kanälen der TZS gehören Facebook, Instagram und TikTok, des Weiteren bespielt die TZS die Suchmaschinen Pinterest sowie Youtube. Ziele des digitalen Marketings auf den einzelnen Plattformen ist die Imagebildung und -pflege sowie die Schaffung einer aktiven Community zur Kundengewinnung und -bindung. Hierzu wird mehrmals die Woche innerhalb der verschiedenen Formate der einzelnen Kanäle Content in Form von Text, Bild und Bewegtbild gepostet. Zur Reichweitenmaximierung werden zudem in verschiedenen Kampagnen Anzeigen mit verschiedenen Zielen wie z.B. Traffic, Leads oder Engagement auf den Plattformen geschaltet. Hauptfokus liegt hierbei auf den Kanälen Instagram, TikTok und Pinterest. Auf Facebook „Urlaub im Saarland“ erreicht die TZS ein eher regionales Publikum, weshalb hier vordergründig Veranstaltungshinweise, Auszeichnungen der Hotellerie und Gastronomie, aber auch Tipps zu Wander- und Radwegen sowie Ausflugszielen uvm. gepostet werden.



Auf Instagram „@urlaub.saarland“ wird ein Content Mix aus eigens kreiertem Content sowie User Generated Content gepostet. Hier wird vordergründig ein internationales, deutschsprachiges Publikum erreicht. Unter dem #visitsaarland können Nutzende ihre Beiträge markieren und somit nicht nur die Sichtbarkeit des Saarlandes allgemein auf der Plattform steigern, sondern können auch auf der TZS eigenen Plattform repostet werden, um die Reichweite der Beiträge nochmals zu erhöhen. Fokus liegt hierbei auf den Themen Natur- und Landschaftsfotografie, Ausflugsziele, Genuss, Wandern, Radfahren, Kultur&Städte sowie Familie. Unterstützt werden diese Themen durch die etablierten Instagram Story-Formate „Tasty Tuesday“, „Typisch Saarland“ und „Family Friday“. Durch die Möglichkeit der Co-Autherschaft können Partner*innen der TZS auch direkt von den reichweitenstarken Beiträgen wie Reels profitieren. Durch die Co-Autherschaft wird der von uns gepostete Content auch auf dem Kanal der Co-Authorin oder des Co-Autors veröffentlicht.

Auf TikTok „@urlaub.saarland“ bedient die TZS eine jüngere Zielgruppe (18-35 Jahre), die vor allem die umliegenden Bundesländer wie Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg usw. erreicht. Die Vertical Video Plattform zählt zu den am schnellst wachsenden Kanälen, was auch am Kanal der TZS festzustellen ist. Content hat hier eine deutlich höhere Chance viral zu gehen durch den Content getriebenen Algorithmus, der Nutzenden auch Beiträge von Accounts ausspielt, denen sie zunächst nicht folgen. Fokus liegt hier auf dem Themen Familie, Ausflugsziele, Wandern, Natur, Genuss, Unterkünfte und Kultur&Städte. Der hier selbst kreierte Content wird auf dem Instagram Kanal cross gepostet und sorgt auch hier durch das Konzept der Corporate Creator für hohe Reichweiten.

Auf Pinterest bedient die TZS drei Accounts: auf Deutsch „Urlaub im Saarland“, Französisch „Vacances en Sarre“ und Niederländisch „Vakantie in het Saarland“. Die Suchmaschine erzeugt vor allem Traffic auf der Website und zählt zu einer der beliebtesten Urlaubsplanungs-Plattformen. Auf allen drei Accounts werden vor allem buchbare Angebote, aber auch inspirativer Content zu saisonalen Themen veröffentlicht. Auf dem deutschen Kanal liegt ein weiterer Fokus zudem auf dem Bereich Genuss, da dieser ebenso zu den Top-Themen der Plattform gehört. Durch die Integration von Rich Pins, die mit mehr technischen Informationen angereichert sind, sind hier vor allem Rezepte aus dem digitalen Kochbuch besser auffindbar und erzeugen mehr Reichweite. In diesem Jahr sind die Anzeigen in mehrere größere Kampagnen aufgeteilt, die die wichtigsten Themen der TZS bewerben sollen.



Auf dem Youtube Kanal der TZS werden hauptsächlich Image-Videos, aber auch einzelne Videos des TikTok-Accounts im Bereich Shorts veröffentlicht.

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

Contentnutzung mit Komoot

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



Social Media Reisen 2024

Für 2024 schreibt die TZS ihre Social Media Reisen gesammelt aus. Content Creator*innen können sich somit auf insgesamt 11 Reisen zu verschiedenen Themen wie Natur, Genuss, Städte&Kultur oder Familie, die auf der Homepage der TZS einzusehen sind, bewerben. Nach dem Auswahlverfahren im März werden dann alle Reisen über das Jahr verteilt durchgeführt.



Foto: ©Maxime Coquard

Roam Saarland Camp 2024

Vom 14. - 16. Juni 2024 findet die zweite Ausgabe des Roam Saarland Camps statt. Insgesamt 15 Teilnehmende, die sich vorab auf einen Platz im Camp bewerben können, verbringen ein Wochenende im Glamping Resort und entdecken gemeinsam das Saarland. Programmpunkte sind u.A. ein Fotowalk zum Sonnenaufgang durch die Landeshauptstadt Saarbrücken sowie eine Wanderung auf dem Kirkeler Felsenpfad im Bliesgau. Begleitet wird die Reise dabei auf den Instagram Kanälen der Teilnehmenden sowie den Kanälen der TZS und der Saaroamers.



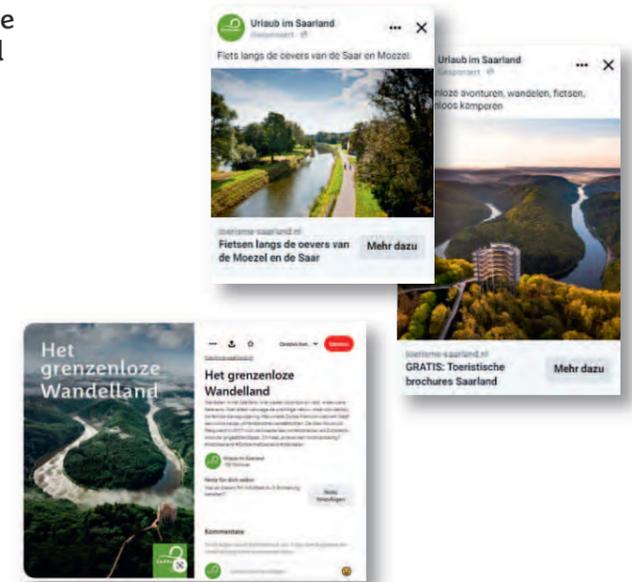
Foto: ©Fabian Hoppsstädter

International

Niederländische, französische und belgische Facebook- und Pinterest-Kampagne

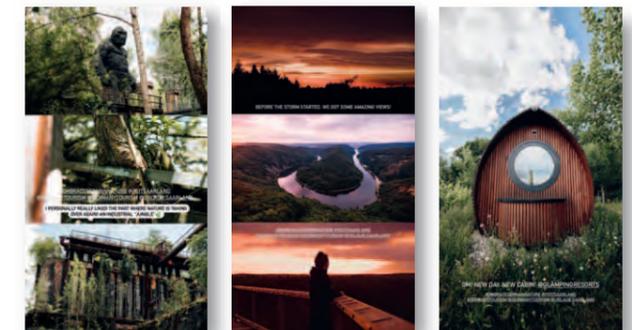
Die TZS führt eine Facebook-Marketing-Kampagne in den Märkten Niederlande, Frankreich und Belgien durch. Hierbei werden ganzjährig themenrelevante Anzeigen (Aktivthemen, Städte- und Familientipps etc.) geschaltet.

Neben den Facebook Anzeigen wirbt die TZS auch in den Auslandsmärkten auch bei Pinterest. Sie verfügt hier über einen eigenen französischen sowie niederländischen Pinterest Account, der mit den Top-Themen für den jeweiligen Quellmarkt gefüllt wird. Im Jahr 2024 werden auch in Belgien Pins gepostet.



Kooperation mit ausländischen Videoblogger*innen

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



Onlinemarketing-Kampagne in den Niederlanden und Belgien

Da die Niederländer sehr onlineaffin sind, verlagert die TZS ihr Marketing in den Niederlanden immer stärker in den Onlinebereich. So führte die TZS neben ihren eigenen Social Media Aktivitäten (Facebook Ads etc.) mit einer niederländischen Onlineagentur eine Videokampagne in den Niederlanden durch. Die Kampagne richtete sich an die Zielgruppe der Naturreisenden über 30 Jahre aus den Niederlanden. Ausgespielt wurden Saarlandvideos zum einen über Youtube und zum anderen über Display & Video 360 (hierbei handelt es sich um eine Plattform von Google mit der Werbekampagnen auf verschiedenen Kanälen zielgruppenspezifisch platziert werden). Ziel der Kampagne war es, zum einen Brand Awareness (Markenbekanntheit) zu schaffen und das Saarland als Reisedestination in den Niederlanden bekannt zu machen und zum anderen Traffic auf die niederländische Internetseite zu bringen. Die Performance war bei allen KPI's (Kennzahlen) überdurchschnittlich hoch, so dass die Kampagne im Jahr 2024 erneut in den Niederlanden und erstmals in Belgien durchgeführt wird.

Kooperation mit Komoot in Belgien und den Niederlanden

In den Märkten Niederlande und Belgien beteiligt sich die TZS an der Komoot-Kampagne in Zusammenarbeit mit der DZT Amsterdam und Brüssel. Komoot ist Europas größte Touren-Plattform und zählt weltweit 32 Mio Nutzer, davon 1,8 Mio aus den Niederlanden und 1 Mio. aus Belgien. Das Saarland wird in beiden Märkten jeweils Rad- und Wandertouren als Sponsored Collections bewerben.

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

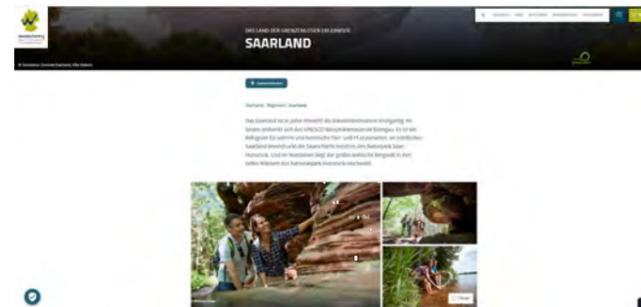
Ausgewählte Medienkooperationen und Anzeigen; im Laufe des Jahres kommen Weitere dazu.

National

- Mitgliedermagazin ADFC Radwelt (Aufl. 109.000)
 - Advertorial zu neuem Angebot "Wein&Rad an Saar&Mosel"
- Crossmediale Darstellung auf "Wanderbares Deutschland" (Koppelung Print-Magazin "Wanderbar!" mit Online-Inhalten des Portals des DWV. Bereits vorhandener Content kann eingebunden werden) Kooperation mit Saarpfalz-Touristik im Rahmen der Qualitätsregion Bliesgau

Regional

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



International

Medienkooperation mit der SonntagsZeitung in der Schweiz

Das Saarland beteiligt sich an einer Medienkooperation in Zusammenarbeit mit der Deutschen Zentrale für Tourismus Zürich in Kooperation mit der SonntagsZeitung zum Thema Nachhaltigkeit. Hierbei wird im März 2024 ein halbseitiges Saarland-Advertorial in der reichweitenstärksten schweizerischen Sonntagspresse der SonntagsZeitung von Tamedia (Auflage: 115.000 Expl., Leserschaft 468.000) erscheinen. Die Kampagne soll interessierte Schweizer über nachhaltige Angebote in Deutschland informieren und zu einer Reise motivieren

Outdoorbeileger für Belgien

Um das Saarland als attraktive Natur- und Aktivdestination vorzustellen und zu einem Kurzurlaub in der Region zu animieren, wurde ein 20-seitiger Beileger mit verschiedenen Outdoor- und Familientipps, außergewöhnlichen Übernachtungsmöglichkeiten sowie den Saarland-Highlights herausgebracht. Die Broschüre, die sich an die Zielgruppe der Nature Loving Actives richtet, wird in Belgien in einer Fachzeitschrift (möglich Optionen sind in Prüfung) beigelegt.



Crossmediale Kampagnen

Crossmediale Kampagne zum Thema "Kunst & Kultur"

In Belgien sowie Frankreich beteiligt sich das Saarland an der großen globalen Jahreskampagne der DZT "Kunst und Kulturland Deutschland". Hier werden saarländische Kunst- und Kulturhighlights (Museen, Festivals, Konzerte etc.) in den Vordergrund gerückt und mit diversen Onlinemaßnahmen aber auch mit Anzeigen/Advertorials in Printmagazinen beworben.

Crossmediale UNESCO-Kampagne in Belgien

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

Marketingkampagne im Elsass und Lothringen

Um mehr Gäste aus Lothringen und dem Elsass für das Saarland zu gewinnen, wird in 2024 eine crossmediale Marketingkampagne zu den Themen Wandern, Radfahren, Kulturgenuss und Familie lanciert. Die Maßnahmen werden auf die Zielgruppen Nature Loving Actives, Short Breaker und Explorer ausgerichtet.



3.1.5 Messen und Veranstaltungen

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

Folgende Messepräsenzen wurden von der TZS geplant:

Messen In- und Ausland

Fahrrad- & WanderReisen

13.-15.01.2024

Ort: Stuttgart (im Rahmen der CMT) **Zielgruppe:**

Outdooraffine Endkundschaft aus Baden-Württemberg

ADFC Radreisemesse Frankfurt

24.03.2024

Ort: Frankfurt

Zielgruppe: Fahrradaffine Endkundschaft aus Hessen

Reisen & Freizeit Saarbrücken

17.-18.02.2024

Ort: Congresshalle Saarbrücken

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

ADFC Radreisemesse Siegburg

07.04.2024

Ort: Siegburg

Zielgruppe: Fahrradaffine Endkundschaft aus Nordrhein-Westfalen

Messe Motorbeurs Utrecht

22.02.-25.02.2024

Ort: Utrecht

Zielgruppe: Motorradaffine Endkundschaft aus den Niederlanden

GTM Germany Travel Markt Chemnitz

21.04.-23.04.2024

Ort: Chemnitz

Zielgruppe: Fachpublikum/ Einkäufer der internationalen Reisebranche

ITB (Internationale Tourismusbörse Berlin)

05.-07.03.2024

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

Ort: Berlin

Zielgruppe: Fachpublikum

(weltgrößte internationale Tourismusmesse)

Anschließermöglichkeiten: Kommunen, Regionalverbände, touristische Leistungsträger:innen

ReisMarkt "2025 im Fokus"

26.11.2024

Ort: Amsterdam

Zielgruppe: Fachbesucher der niederländischen Reiseindustrie (Reiseveranstalter/OTCs, Busunternehmer, selbständige Reiseberater)

SaarLorLux Tourismusbörse St. Ingbert

16.-17.03.2024

Ort: St. Ingbert

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

Anschließermöglichkeiten: Kommunen, Regionalverbände, touristische Leistungsträger:innen

DZT Workshop Brüssel

27.11.2024

Ort: Brüssel

Zielgruppe: Fachbesucher der belgischen Reiseindustrie (Reiseveranstalter, Busunternehmer, Vereine und B2B-Presse)

Ansprechpartnerinnen: Joanna Czyrny, Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de/ Stephanie Kaiser, Tel.: 0681/927 20-17, kaiser@tz-s.de



3.1.6 Printprodukte



Saarland Magazin

Auflage: 30.000

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



Übersichtskarte der Ausflugsziele mit Camping- und Reisemobilstellplätzen

Auflage: 50.000

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



Sehenswertes im Saarland

Auflage: 20.000

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



Karte Radfahren

Auflage: 30.000

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



Karte Wandern

Auflage: 30.000

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



Genuss

Auflage: 10.000

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



Familie

Auflage: 20.000

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



Grenzenloser Kulturgenuss 2024

Auflage: 10.000

Inhalt: Informationen zu den "Kulturellen Leuchttürmen" des Jahres 2024 und Kurzvorstellung kultureller Attraktionen, Veranstaltungen und Ausstellungen.



Best of Camping

Auflage: Restbestand

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



Faltkarte Motorradland Saarland

Auflage: 5.000

Inhalt: Übersichtskarte mit Tourenvorschlägen und motorradfreundlichen Betrieben.



Barrierefreies und komfortables Reisen im Saarland

Auflage: 3.000

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



Saarland Malbuch

Auflage: 10.000

Inhalt: Ausflugshighlights für Familien im Saarland in 14 Malvorlagen



Übersichtskarte mit Ausflugszielen (FR, NL, GB)

Auflage: 15.000, 15.000, 10.000

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



Imagebroschüren (FR, GB)

Auflage: 7.500, 5.000

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

Niederländisch



Fietsen und Wandeln

Auflage: 5.000

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

Französisch



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

Auflage: 3.000

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

3.1.7 Saarland Card

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

Die Zahl der derzeit am System angeschlossenen Gastgeber liegt bei 73. Auf der Leistungspartnerseite wird die Saarland Card im April 2024 wieder mit über 100 kostenfreien Leistungen in ihre achte Saison starten und ein sehr attraktives Angebotsspektrum für die Gäste und damit auch für die teilnehmenden Partner*innen bieten.

Seit Anfang 2023 erhalten die Gäste ihre persönliche Saarland Card entweder als digitale Version in einem Link per Email oder als ausgedruckte Variante von ihrem Gastgeber vor Ort.



In 2024 soll wie bisher eine ständige Akquise neuer Leistungspartner*innen erfolgen; auch die persönliche Ansprache und Akquise weiterer Gastgeber*innen soll intensiviert werden. Im Rahmen einer Masterarbeit wird untersucht, ob neben der bestehenden Umlagecard eine zusätzliche Kaufkartenversion der Saarland Card, z.B. für Einheimische, eine mögliche sinnvolle Ergänzung wäre. Im empirischen Teil der Arbeit werden zum einen Interviews mit Ansprechpartner*innen aus anderen Regionen, die beide Kartenvarianten nebeneinander anbieten, ausgewertet. Zum anderen werden auch die Partner*innen der Saarland Card (Übernachtungsbetriebe und Ausflugsziele) befragt, um ein Stimmungsbild von Seiten der Betriebe zu erhalten. Eine Kaufkartenversion (z.B. als Einheimischenkarte) ist in anderen Regionen z.B. ein beliebtes Instrument zur Erhöhung des Tourismusbewusstseins der heimischen Bevölkerung.



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

3.1.8 Kommunikation

Pressearbeit

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

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

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

Schwerpunkthemen im Jahr 2024

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

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

Eine Auswahl touristische Highlights des Jahres

1. **Leuchtturmprojekte Kultur 2024:** Im Rahmen eines kulturellen Förderprogramms „Inwertsetzung kultureller Leuchttürme“ des saarländischen Wirtschaftsministeriums stehen folgende Veranstaltungen im Fokus der Pressearbeit:
 - Filmfestival Max Ophüls Preis Saarbrücken im Januar 2024
 - DER DEUTSCHE FILM im Weltkulturerbe Völklinger Hütte bis 18.8.2024
 - Opernfestspiele am Saarpolygon vom 16.-25.8.2024
 - Internationales Jazz Festival Saar fill in im Sommer 2024
 - Apollon-Festival Kulturgut Ost im September 2024
2. **Entwicklung Mountainbiken im Saarland** mit der Entstehung der Saarland Runde, die PUR St. Ingbert, die grüne Hölle Freisen, der Flowtrail Ottweiler und der Bikepark Perl
3. **Sporterlebnisse im Saarland**
4. **Naturerlebnisse im Saarland**
 - Nationalpark Hunsrück-Hochwald
 - UNESCO Biosphärenreservat Bliesgau
 - Urwald vor den Toren der Stadt
 - 37. Deutscher Naturschutztag in Saarbrücken 24.-28.9.2024
5. Zudem forciert die Pressearbeit die Kommunikation zu den Strategiethemata Nachhaltigkeit und Tourismusbewusstsein.

Pressearbeit zu den TZS-Marketingkampagnen

Presse-Service

Die Presseseiten auf urlaub.saarland bieten eine Vielzahl von Services, um Journalist*innen und Medienschaffende dabei zu unterstützen, relevante und genaue Informationen über das Reiseland Saarland und die Tourismus Zentrale Saarland zu erhalten. Neben den Kontakten des Presseteams finden sich hier aktuelle Pressemitteilungen, Pressekits, Recherchetipps, der Medienpool und Pressefotos.



Foto: © E. Dubois

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

3.1.9 Vertrieb

Vertrieb über Reiseveranstalter oder Reisemittler

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



Deutschland

Ausgewählte Kataloge und Onlinepräsenz

- DERTOUR
- TUI
- FTI
- ITS
- Airtours
- CTS-Reisen (Klassenfahrten)
- Wikinger Reisen Rad- und Wanderurlaub
- Via Soluna Reise- und Wanderservice
- TS Touristik Service e.K.
- Velociped GmbH & Co. KG
- BestFewo
- CASAMUNDO
- Flussreisen24
- Golfundhotel.com
- HRS
- Traumferienwohnungen
- ADAC Reisen
- Ab in den Urlaub
- Sonnenklar TV
- Spar-Mit
- Lufthansa City Center
- booking.com
- airbnb
- Holidu
- Check24
- hometogo
- atraveo
- e-domizil
- berge & meer
- Globista

Ausgewählte Buspaketer

- Behringer Touristik GmbH
- SERVICE-REISEN GIESSEN
- Eberhardt Travel

Ausgewählte Kataloge und Onlinepräsenz im Ausland

Belgien

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

Niederlande

- Pin High Golftravel
- TUI Niederlande

Frankreich

- LK Tours

Österreich

- Donau Touristik
- Eurotours
- ASI Reisen

und viele weitere kleine und mittelständige Reiseveranstalter.

Akquise neuer Busreiseveranstalter & Professionalisierung der Leistungsträger für Busgruppen

Um das Saarland als Gruppenreiseziel weiter zu etablieren, finden mehrere Akquisetouren zu ausgewählten Busreiseveranstaltern statt. Für Leistungsträger wird vorab ein Workshop angeboten (tbd), in dem die Bedürfnisse der Busunternehmer beleuchtet und innovative Programmpunkte und ein dazu passendes Marketing entwickelt werden.

Gruppenreisen

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

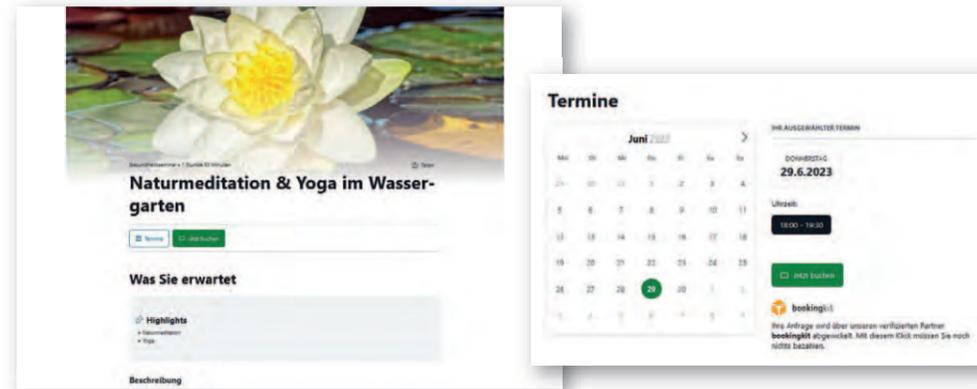
- Ausführliche Informationen und Beratung zu allen Ausflugszielen
- Organisation von Tagestouren, Mehrtagestouren, Betriebsausflügen oder Begleitprogrammen
- Reservierung von Hotels, Restaurants, Gästeführenden, Besichtigungsmöglichkeiten, Schiffsfahrten etc.
- Umfangreiches Informationsmaterial

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

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

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

Aktuell arbeitet die Gemeinde Losheim, die Tourismus- und Kulturzentrale Neunkirchen, die Stadt Wadern, die Gemeinde Weiskirchen, die Römische Villa Borg und das Weltraumatelier Nohfelden mit dem System von bookingkit. Deren Erlebnisse sind auf der Website www.urlaub.saarland in der Rubrik "Buchbare Erlebnisse" und im Veranstaltungskalender direkt buchbar.



Onlinebuchungsplattform für Unterkünfte



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

Um Gastgebende im Saarland noch besser dabei zu unterstützen, möglichst gezielt neue Gäste zu erreichen und zu gewinnen, arbeitet die TZS seit September 2022 mit dem OnlineBuchungService (OBS) zusammen. OBS bietet eine professionelle Beratung der Leistungsträger an, welche die Datenpflege, die Buchungsabwicklung und die Zusammenarbeit mit den buchungsstarken Onlinekanälen beinhaltet. Bereits jetzt nutzen über 130 Unterkünfte den Service von OBS. Ein Einstieg ist jederzeit möglich.

3.2 Tourismusbewusstsein

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

Zukunftswerkstatt Tourismus

Im Dezember 2023 fand eine erste Zukunftswerkstatt Tourismus mit saarländischen Touristiker*innen statt. Zentrale Themen und Aufgaben im Destinationsmanagement wurden in verschiedenen moderierten Workshops bearbeitet. In 2024 soll mit den Ergebnissen aus den Workshoprunden in einer noch zu definierenden geeigneten Arbeitsstruktur weiter gearbeitet und Maßnahmen konkretisiert werden.

Unterstützung der Tourismusarbeit in den saarländischen Kommunen

Ziel ist es, den Kommunen das Rüstzeug für eine erfolgreiche kommunale Tourismusentwicklung mit auf den Weg zu geben. Die Aufgabe der TZS besteht diesbezüglich insbesondere in der Wissensvermittlung und Informationsweitergabe über die Gremienarbeit, Veranstaltungen oder die Online- Informationsplattform Tourismuslotse Saarland: Über die Seite sollen Kommunen alle relevanten Informationen und Orientierungshilfen zur Tourismusarbeit im Saarland abrufen können; eine Aktualisierung der Inhalte der Seite ist für 2024 geplant.

Kampagne "Familienabenteuer im Saarland"

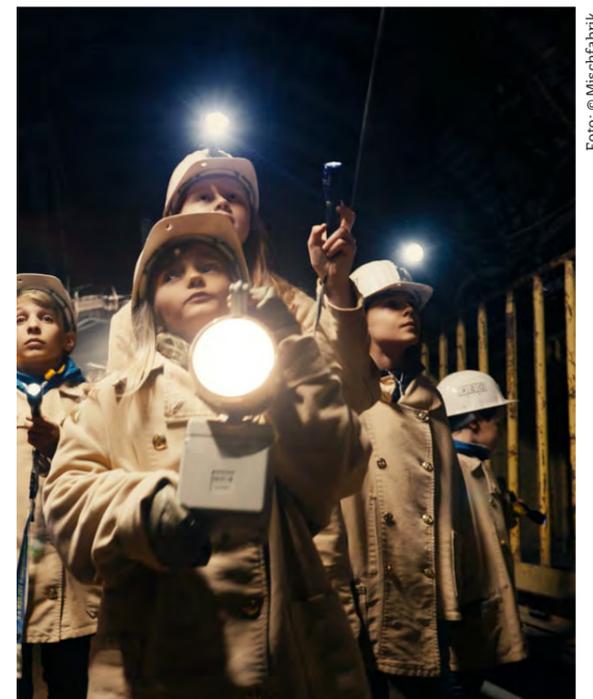
Wie in Kapitel 3.5. noch einmal ausführlicher beschrieben, wird in 2024 eine innen-gerichtete Kampagne lanciert, über die das Tourismusbewusstsein saarländischer Familien gesteigert werden soll. Bei der angedachten Kampagne geht es vor allem darum, dass Bewusstsein saarländischer Familien für die Freizeitqualität im Saarland zu stärken und auf die Vielfalt der Freizeitangebote über zahlreiche Marketingmaßnahmen aufmerksam zu machen.

Unterstützung bei der Erstellung der Infotafeln „SaarErlebnisLand“

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



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



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

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

3.3 Netzwerkarbeit



3.3.1 Tourismuslotse Saarland

Gestartet als Beratungsprojekt des saarländischen Wirtschaftsministeriums in Kooperation mit dem DEHOGA Saarland, der IHK Saarland und der Tourismus Zentrale Saarland hat sich der Online-Tourismuslotse als Informationsplattform für Hotels, Gastronomie, Ferienwohnungen, Tourist-Informationen sowie Freizeit- und Kultureinrichtungen etabliert.

Auf der Tourismuslotsen-Website unter www.tourismuslotse.saarland finden touristische Leistungsträger*innen branchenrelevante Neuigkeiten, Veranstaltungen und Seminare, Informationen zu Qualitätsmaßnahmen wie Zertifizierungen und

Klassifizierungen, Partnernetzwerke und Wissenswertes rund um das Thema „Saarland-Tourismus“. Im Login-Bereich „Online-Lotsen-Check“ haben registrierte Nutzer*innen darüber hinaus Zugriff auf vielfältige digitale Lerninhalte, von der klassischen Checkliste über Erklärvideos bis hin zu Tutorials.

Der Online-Tourismuslotse soll touristischen Leistungsträger*innen dabei helfen, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken, damit das Saarland als Reisedestination mit einem qualitativ hochwertigen Angebot punkten kann.

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

3.3.2 Gemeinsame Offensive zur Stärkung der Hotel- und Gastronomiebranche

Die Tourismus Zentrale Saarland hat in Zusammenarbeit mit dem DEHOGA Saarland in einem vom Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie geförderten Projekt eine gemeinsame Offensive zur Stärkung der saarländischen Hotel- und Gastronomiebranche gestartet. Mit „Du machst den Moment“ will man gemeinsam die attraktiven Seiten der Branche hervorheben, das Image der Hotel- und Gastronomiebranche als attraktiven Arbeitsplatz stärken und dem Fachkräftemangel entgegenreten.

Auf der Website www.dumachstendenmoment.de wird das Image der Branche mit all ihren Facetten transparent und wertschätzend in den Fokus gerückt und dadurch nachhaltig interessant für Auszubildende, Fachkräfte und Quereinsteiger.

Das Bild der Branche ist ein realistisches Abbild, in der auch Schwachpunkte angesprochen werden, aber gleichzeitig Richtigstellungen, kreative Lösungen und die Vielfalt einer Beschäftigung aufgezeigt werden. Saarländische Betriebe und ihre Mitarbeitenden sind die Gesichter der Offensive. Sie geben Einblicke in ihren beruflichen Alltag und räumen mit Vorurteilen auf. Es werden verschiedene Berufsbilder präsentiert, Jobmöglichkeiten aufgezeigt und Veranstaltungen gelistet. Im Arbeitgeber-Bereich der Website werden hilfreiche Informationen, Tipps und Weiterbildungsangebote rund um das Thema New Work für Arbeitgeber bereitgestellt.



3.3.3 Betriebsbesuche

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

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

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

3.3.4 Genuss Region Saarland

Die „Genuss Region Saarland“ (GRS) ist eine touristische Vermarktungsinitiative, die auf einem im Jahr 2009 von der TZS beauftragten und vom Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie finanzierten Konzept basiert.

Die Qualitätscharta, in der die Kriterien zur Mitwirkung im Partnernetzwerk definiert sind, bildet die Grundlage der Initiative. Partner der GRS sind (Stand 31.12.2023) 37 produzierende Betriebe und 33 Gastronomie-Betriebe, die sich der Regionalität verschrieben haben.

Kern der Initiative ist es, das kulinarische Angebot des Saarlandes für den Gast erlebbar zu machen. Dazu zählen z. B. Restaurantbesuche, der Einkauf in Manufakturen oder in einem Hofladen direkt beim Erzeuger, kulinarische Seminare, Genussabende oder Führungen durch die Betriebsstätte. Die Partner Betriebe sowie ihre touristisch relevanten Angebote - darunter auch kom-binierte Tages- und Mehrtagesangebote - werden über verschiedene Marketing- und Vertriebskanäle der TZS vermarktet. Dazu zählt beispielsweise der Webauftritt auf www.genuss.saarland, dessen Inhalte auch 2024 fortlaufend aktualisiert und ausgebaut werden. Ebenso die Schaltung von Printanzeigen und der gemeinsame Auftritt auf Messen oder die Ausrichtung eigener Genussveranstaltungen.

Inhaltlicher Schwerpunkt der Netzwerkarbeit bildet die Umsetzung der wertebasierten Kommunikationsstrategie. Neben der Qualitätscharta bildet nun auch das Leitbild einen verbindlichen Rahmen für die Betriebe. Um die Authentizität und Kontinuität der Marke zu gewährleisten, müssen Schwachstellen identifiziert und behoben werden. Im Jahr 2024 stehen daher insbesondere die Qualitätssicherung und -entwicklung sowie die Sichtbarmachung der Werte der Genuss Region Saarland im Vordergrund. Ebenso dazu zählt, dass im Jahr 2021 konzipierte digitale Kochbuch. Dieses soll im Jahr 2024 fortgeführt werden. Unter dem Aspekt der Saisonalität werden verschiedene Partner Betriebe der Genuss Region Saarland angefragt, ein saisonales Gericht oder Produkt zu kreieren.

Das Rezept wird in das digitale Kochbuch aufgenommen und über die Social Media Kanäle der Tourismus Zentrale Saarland kommuniziert. Ziel ist es, durch eine wertorientierte Kommunikation nach innen und außen die Positionierung und Profilierung am Markt zu unterstreichen und die Zugehörigkeit zum Netzwerk zu stärken.

Der Wettbewerb 'Saarländischer Genuss Gastwirt' findet in diesem Jahr wieder statt. Der Sieger des Wettbewerbs trägt den Titel für die Jahre 2024 und 2025. Die Projektidee wurde in enger Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie und dem DEHOGA-Saarland gemeinsam mit dem ins Leben gerufen und findet seit 2015 alle zwei Jahre statt. Gastronomen gestalten ihr Gericht mit hochwertigen, regional erzeugten Zutaten. Die Förderung der Regionalität und die Stärkung des Bewusstseins für die heimische Küche stehen im Mittelpunkt des Wettbewerbs.

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

Ansprechpartnerin: Lena Vogelgesang, Tel.: 0681/927 20-14, vogelgesang@tz-s.de



3.4 Aufwertung der Ortsbilder

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

Über Gespräche und Veranstaltungen, wie z. B. die Sitzungen des Tourismusausschusses des Saarländischen Städte- und Gemeindetags wird auf Projekte und Programme zur Attraktivitätssteigerung saarländischer Gemeinden hingewiesen. Dazu zählt insbesondere das Modellprojekt Atmosphäre-Check.

Bis jetzt – Stand Januar 2024 – haben 22 Kommunen den Atmosphäre-Check erfolgreich abgeschlossen.

Abb.: Atmosphäre-Check-Gemeinden im Saarland (Stand Januar 2024), Quelle: eigene Darstellung, Januar 2024



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

3.5 Inwertsetzung Kultureller Leuchtturmstandorte

Inwertsetzung Kultureller Leuchtturmstandorte und Städtenetzwerk

Das Thema "Grenzenloser Kulturgenuss" wird auch 2024 wieder verstärkt im Marketing beworben. Im Zentrum stehen hierbei die geförderten Kulturellen Leuchttürme des Jahres. Neben einer Printkampagne in Tageszeitungen und überregionalen Titeln werden die Kulturerlebnisse des Jahres im 12-seitigen Kulturbeileger der TZS und auf der Landingpage www.kulturgenuss.saarland, sowie über die Social Media Kanäle (Instagram, Pinterest und Tik Tok) beworben; verschiedene Städte- und Kulturerlebnisse sind auch Teil einer großen Influencerkampagne der TZS. Auch im Pressebereich und im Auslandsmarketing wird das Thema Kultur mitgetragen, z.B. in Kooperation mit der DZT. Für 2024 ist die Produktion von Bewegtbild aus dem Bereich Kultur geplant, um den Facettenreichtum der saarländischen Kulturszene darzustellen und ab 2025 damit werben zu können. Für die Kulturellen Leuchttürme wird ein Besuchermonitoring bestehend aus Vor-Ort- und Online-Befragungen durchgeführt; das Monitoring soll in seiner Auswertung die Ziele des Förderprogramms verifizieren und konkrete Daten und Zahlen inkl. einer Wertschöpfungsanalyse zu jedem kulturellen Leuchtturm liefern.

Im Innenmarketing ist für die saarländischen Kulturaktive ein Kulturtourismus-Forum geplant, das der gezielten Professionalisierung der Kulturanbieter im Bereich des Kulturtourismus dienen soll. Nach vielen Jahren soll auch wieder das Veranstaltungsformat "Kultur trifft Tourismus" aufleben, bei dem Kulturschaffende touristischen Multiplikatoren (wie TIs, Hotels, Ferienwohnungen und Gästeführer*innen) ihre geplanten Veranstaltungen und Ausstellungen des Jahres vorstellen können.

Im Städtenetzwerk sind folgende Maßnahmen geplant: In der Arbeitsgruppe "Flusstourismus" soll der Stellenwertes des Themas Flusstourismus für die beteiligten Städte und Gemeinden erörtert werden und wenn möglich in einer Bestands- und Potentialanalyse münden. Im Bereich "Nachhaltiger Städtetourismus" soll neben weiteren Best Practice Beispielen ein Workshop für die beteiligten Städte und Gemeinden angeboten werden.



Foto: © Günther Bayerl

Zielgruppe Familien

2024 wird wieder ein Fokus auf die Zielgruppe der Familien gelegt. Zur Steigerung des Bewusstseins saarländischer Familien für die Qualität und Vielfalt des saarländischen Freizeitangebotes soll die Kampagne "Familienabenteuer im Saarland" beitragen. Zu den Bestandteilen der Kampagne gehören die Kooperation mit einem saarländischen Medienpartner und deren Aufruf, eine FamilienSafari zu unternehmen.



Die Bewerbung der FamilienSafari über Social Media oder auch die Ansprache saarländischer Schulen sind ebenfalls Teil der geplanten Kampagne. Zusätzlich soll das buchbare Angebot "FamilienSafari" auch außerhalb des Saarlandes verstärkt über alle Social Media Kanäle der TZS (Instagram, Pinterest, TikTok, Facebook) mit Kurzclips beworben werden.

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

3.6 Ausbau der naturtouristischen Infrastruktur

Projektkreis Naturtourismus

Ziele:

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

Teilnehmende:

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

Projektleitung: Wolfgang Henn, Saarpfalz-Kreis

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

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

Arbeitskreis Tourismus Marketing Nationalpark Hunsrück-Hochwald

Teilnehmende:

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

Maßnahmen:

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

Arbeitskreis Fahrtziel Natur / Team Marketing Biosphäre Bliesgau

Teilnehmer:

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

Maßnahmen:

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

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

3.7 Qualitätssicherung und -ausbau im Aktivtourismus

Wandertourismus

Ziele:

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

Maßnahmen:

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

Teilnehmende:

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

Projektleitung: Peter Klein, Landkreis Merzig-Wadern

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

Radtourismus

Ziele:

- Komplettierung bzw. Integration neuer Radwegeanteile ins Radwegenetzes (Bsp. Bahnradweg Sankt Wendeler Land)
- Qualitätsverbesserung und -sicherung der Radwegeinfrastrukturen, Zertifizierung der beiden Hauptwege Saarland-Radweg und Saar-Radweg
- Entwicklung touristischer Angebote (Bsp. Wein&Rad an Saar&Mosel)
- Bereitstellung radtouristischer Informationen
- Aufwertung des Serviceangebotes (Bsp. Pedelecs Willkommen Rastanlagen)
- Stärkung des Leistungsträger:innen-Verbundes (Bett+Bike) und zielgruppengerechte Schärfung des Angebotes (Bsp. Fahrradfreundliche Campingplätze)
- Erhöhung der Wertschöpfung entlang der Wege und des Freizeitwertes für die saarländische Bevölkerung
- Profilierung SaarRadland über thematische Bezüge (Storytelling)

Maßnahmen:

- Fortführung des grenzüberschreitenden Projektes „Lauschtour Saar-Radweg“ (Audioguide mit Erlebnispunkten an der Strecke) und Online-Bereitstellung über App-Stores.
- Entwicklung und Umsetzung des Projektes „Storyteller am Radweg“. Aufbau von Stahlskulpturen an ausgewählten Standorten der in der Radverkehrsanalyse ermittelten Hot-Spot-Regionen. Aufbereitung der Inhalte (Stories), die am jeweiligen Standort abrufbar sein sollen (in Bild, Text und/oder Ton). Technische Lösung entwickeln (Augmented Reality oder QR-Code).
- Distribution des aufgebauten Contents im Bereich Radfahren über den Plattformanbieter „Komoot“.
- Entwicklung einer permanenten MTB-Strecke (Arbeitstitel „Saarland-Runde“) mit Einbindung bestehender Routen auf kommunaler Ebene. Ausbau der sportiven Radinfrastruktur und Schaffung neuer radtouristischer Angebote für die Segmente MTB, Cross-Country und Gravelbiking.
- Unterstützung bei der konzeptionellen Entwicklung des Gesamtproduktes „Mountainbiking“ im Saarland MWIDE und MUKMAV.
- Netzwerkarbeit zur Deutschland Tour 2024 mit Etappenziel Saarbrücken inkl. Jedermann-Rennen
- Kommunikative Begleitung der Deutschen Meisterschaft im MTB-Marathon (Saarschleife)
- Contenterstellung (Bild, Video) für den Bereich sportives Radfahren

Teilnehmende:

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

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

Projektkreis Motorradreisen

Ziele:

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

Maßnahmen:

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

- Verteilung der neu entstandenen, großräumigen Touren-Übersichtskarte
- Präsentation des Saarlandes mit Partnerbetrieben und dem ADAC auf der Messe Motorbeurs Utrecht (NL)

Teilnehmende:

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

Projektleitung: Dieter Ruck, Landkreis Saarlouis

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

Projektkreis Camping und Reisemobiltourismus

Ziele:

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

Maßnahmen:

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

Teilnehmende:

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

Projektleitung: Wolfgang Henn, Saarpfalkreis

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

Tourismus-Qualitätssicherung Saarland (TQS)

Die Aufgaben der TQS umfassen:

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

3.8 Ausbau barrierefreier Tourismus

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

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



Gemeinsam mit der LAG Pro Ehrenamt werden touristische Betriebe zum barrierefreien Aus- und Umbau beraten und nach dem Kennzeichnungssystem erhoben und zertifiziert. Die Resonanz der beratenen Betriebe ist sehr gut und die Bereitschaft, sich zertifizieren zu lassen wird vielfach signalisiert. Anfang 2024 79 Einträge in der Datenbank und das Saarland ist als zertifizierte "Reiseregion Saarland" mit acht Angebotsinspirationen in der Datenbank "Reisen für Alle" zu finden.

Ziele des Projekts

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

Aktivitäten und Maßnahmen 2024

- Schwerpunkt: Akquise, Erhebung und Zertifizierung von Betrieben
- Weiterführung der Marketingaktivitäten auch in Kooperationen mit anderen Landesmarketingorganisationen (z. B. Prospektauslage auf der RehaCare)
- Schulung / Infoveranstaltung barrierefreier Tourismus
- Überarbeitung und Neuauflage der Broschüre "barrierefreies Saarland"
- Sichtbarmachung der vorhandenen Angebote für den Gast durch die Einbindung ins Internetportal der TZS, Social Media Kanäle, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Austausch mit touristischen Beteiligten und Behindertenbeauftragten sowie -verbänden in Form eines Arbeitskreises und gezielten Veranstaltungen in den Landkreisen
- Bekanntmachung der neu entstandenen Handbiketouren
- Bekanntmachung der Zertifizierung "Reiseregion Saarland" nach "Reisen für Alle" und der acht Angebotsinspirationen.

Foto: © Julia Schüßler / Freiheitswerke



Das „Netzwerk Hören“ schafft durch den Einsatz von hörunterstützender Technik für hörbehinderte Menschen einen barrierefreien Zugang zum touristischen Leistungs- und Angebotspektrum des Saarlands. Gemeinsam mit drei weiteren Netzwerkpartnern*innen aus Medizin und Hörgeräteakustik und dem Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie als

Projekträger baut die Tourismus Zentrale Saarland seit 2015 das Netzwerk auf. Neben dem Serviceangebot ist auch die professionelle medizinische und therapeutische Hörversorgung verankert. Synergien beider Fachrichtungen werden in diesem Projekt genutzt.

Seit 2016 findet ein bis zwei Mal pro Jahr das Praxisseminar „Hören mit Herz“ statt. Es wurden bisher mehr als 200 Teilnehmende geschult. In 2024 sind 27 Betriebe und Gästeführer*innen mit dem Qualitätssiegel „Hören mit Herz“ ausgezeichnet.

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

Ein wichtiger Bestandteil des Netzwerk Hören sind die Veranstaltungen. Mit 2023 fanden auch wieder zunehmend Veranstaltungen statt und es konnte eine Schulung für Gästeführer*innen angeboten werden, um ihr Kompetenz bei Gästeführungen für Menschen mit Hörbehinderung zu stärken.

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

Ziele des Projekts

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

Maßnahmen und Aktivitäten in 2024

- Umzug der Homepage hoeren.saarland nach urlaub.saarland unter Beibehaltung der Domain
- Kooperationen mit und Werbemaßnahmen in Fachmagazinen und auf Social Media Kanälen
- Gewinnung weiterer touristischer Betriebe zur Umsetzung des Qualitätssiegels „Hören mit Herz“ und/oder Beratung zu Investitionen in hörunterstützende Technik
- Praxisseminar „Hören mit Herz“
- Kooperationen mit Netzwerkpartner*innen und touristischen Partner*innen
- Stabilisierung und Ausbau des vorhandenen Angebots / der Veranstaltungen

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



Foto: © Jens Wegener

4. Querschnittsaufgaben für den Saarland-Tourismus

4.1 Nachhaltiger Tourismus

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

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

Zur Unterstützung des Nachhaltigen Tourismus im Saarland existieren zwei Gremien, die von der TZS initiiert wurden:

Nachhaltigkeitsrat

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

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

Steuerungskreis Mobilität & Tourismus

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

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

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

Exzellenzinitiative nachhaltige Reiseziele

Die TZS war an der Entwicklung der Exzellenzinitiative nachhaltige Reiseziele als Projektpartner beteiligt und ist Gründungsmitglied. Die Initiative bündelt die Kompetenzen und Fähigkeiten touristischer Beteiligter im Bereich Nachhaltigkeit und entwickelt gemeinsam innovative Lösungsstrategien, um nachhaltigen Tourismus gemeinsam und kohärent mit starken Partner:innen und Kollegen aus ganz Deutschland voranzutreiben.

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

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



Partnernetzwerk nachhaltiges Reiseziel

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

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

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

Klimawandelanpassungs- und Klimaschutzkonzept

Die zunehmenden Auswirkungen des Klimawandels stellen den Tourismussektor im Saarland vor bedeutende Herausforderungen, bieten jedoch gleichzeitig Chancen für eine nachhaltige Entwicklung. Seit der Zertifizierung als nachhaltiges Reiseziel durch TourCert im Jahr 2018 verfolgt die Tourismus Zentrale Saarland entschieden das Ziel einer nachhaltigen Ausgestaltung des Tourismus.

Im Kontext dieser Herausforderungen und Chancen wurde ein umfassendes und ganzheitliches Klimawandelanpassungs- und Klimaschutzkonzept für den

saarländischen Tourismus in Auftrag gegeben. Das Projekt zielt darauf ab, nach Analyse der Ausgangslage Maßnahmen und Handlungsempfehlungen zur Anpassung an die touristisch relevanten Wirkfolgen des Klimawandels und zur Reduktion tourismusbedingter Treibhausgasemissionen für alle Akteure im Saarlandtourismus zu identifizieren und umzusetzen. Dieses Gesamtkonzept soll nicht nur langfristige Sicherheit für den Tourismus gewährleisten, sondern auch Maßnahmen entwickeln, die den Klimaschutz fördern.

4.2 Qualität

ServiceQualität Deutschland im Saarland

Das Schulungs- und Zertifizierungsprogramm von ServiceQualität Deutschland steht vor allem kleinen und mittleren touristischen Dienstleistungsbetrieben als kostengünstige Alternative zu echten Qualitätsmanagementsystemen zur Verfügung. Mit Hilfe von individuell kombinierbaren Q-Werkzeugen gestalten teilnehmende Betriebe ihr Qualitätsmanagement aktiv und stoßen eine kontinuierliche Verbesserung ihrer Servicequalität an. Das Know-how für die Teilnahme am Zertifizierungsprogramm wird im Q-Seminar vermittelt. Der erfolgreiche Seminarabschluss qualifiziert die Teilnehmenden als Q-Coach. Diese sind dazu berechtigt, eine Q-Zertifizierung in ihrem Betrieb durchzuführen.

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

Im SQD Online-Tool kann ein Zertifizierungspaket aus der Q-Servicekette und zwei weiteren, frei wählbaren Q-Werkzeugen (z. B. Kunden- oder Mitarbeitendenbefragung, Checkliste zum Beschwerdemanagement,

Stärken-Schwächen-Profil) zusammengestellt und bis zur erfolgreichen Q-Zertifizierung des Betriebs bearbeitet werden. Die Q-Zertifizierung ist drei Jahre lang gültig. Jährlich muss ein neuer Q-Maßnahmenplan eingereicht werden.

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

Die Tourismus Zentrale Saarland ist seit 2008 Anlaufstelle für (potentielle) Q-Betriebe im Saarland. Mit Hilfe der Q-Zertifizierung sollen das Qualitätsbewusstsein touristischer Leistungsträger*innen sowie die Kundenzufriedenheit erhöht und das Saarland als serviceorientiertes Reiseland positioniert werden. Um das Engagement von Betrieben mit weiteren Qualitätsauszeichnungen anzuerkennen, erhalten diese mit spezifischen Kooperationscodes 10 % Rabatt auf verschiedene Q-Zertifizierungspakete.

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

Monitoring

Die Tourismus Zentrale Saarland setzt das Analysetool für Online-Bewertungen TrustYou Analytics seit Juni 2020 ein, um den TrustScore im Saarland zu beobachten. Aktuell wird der TrustScore ausschließlich für Unterkünfte ermittelt. Er wird in den Tourismusbarometern des dwif als Vergleichsgröße für die Qualitätsentwicklung von Übernachtungsbetrieben eingesetzt und hat somit eine große Bedeutung für das Qualitätsmanagement im Saarland-Tourismus. Mithilfe des TrustScore sollen die Verantwortlichen der Tourismusorganisationen auf Landkreisebene ihren Unterküften gezielte Angebote zur Verbesserung der Dienstleistungsqualität machen können. Dafür stellt die TZS zweimal im Jahr einen Report zur Verfügung, der die aktuellsten Daten zum TrustScore in den Landkreisen enthält.

Zusätzlich zum TrustScore werden die Zertifizierungs- und Klassifizierungszahlen ermittelt und in der TZS-Datenbank genesisWorld gespeichert. Hier wird auch erfasst, welche Qualitätsmaßnahmen Betriebe darüber hinaus umsetzen. Um die Qualität von Leistungsträgern in einem Wert bestimmen zu können, soll der sogenannte Qualitätsindex etabliert werden. Er berechnet sich aus Punkten, die für umgesetzte Maßnahmen wie eine Klassifizierung oder Partnerschaft in der Genuss Region Saarland vergeben werden.

Mit Hilfe des Qualitätsindex soll eine Qualitätsentwicklung im Saarland-Tourismus messbar gemacht werden. Auch die Angebotsqualität eines einzelnen Betriebs kann hiermit bestimmt werden.

Wissensvermittlung

Die Tourismus Zentrale Saarland bietet in 2024 je zwei Seminartermine „Service-Kommunikationstraining - Gäste zu Fans machen“ und „(online) Feedback-Management“ kostenpflichtig an. Ziel ist, zusätzlich zu den vielfältigen Online-Seminarangeboten der IHK Saarland Wissen zum Thema „Servicequalität“ in Präsenz zu vermitteln.

Das E-Learning „Tourismusdestination Saarland“ wurde aktualisiert und um das Themenfeld „Barrierefreiheit“ ergänzt. Außerdem werden die Querschnittsthemen „Nachhaltigkeit“ und „Qualität“ neu strukturiert. Es kann auf der Tourismuslotsen-Website kostenfrei genutzt und mit einem Teilnehmerzertifikat abgeschlossen werden.

Saarland Styleguide

Der Gestaltungsleitfaden „Saarland Styleguide“ vermittelt Hotels und Ferienwohnungen Tipps und Wissenswertes rund um das Thema „Inneneinrichtung von Unterkünften“. Das 88-seitige Gesamtwerk zeigt mögliche Gestaltungsthemen für Unterkünfte im Saarland auf und hilft mit Do's & Don'ts zu allgemeinen Gestaltungsmerkmalen weiter. Zusätzlich erläutert er anhand eines realen Referenzbetriebs die Notwendigkeit eines „roten Fadens“ in der Gestaltung und Konzeption von Beherbergungsbetrieben, um einen Wiedererkennungswert herausarbeiten zu können. Die enthaltene Checkliste hilft Leser*innen dabei, ihr eigenes Gestaltungskonzept zu überprüfen. Abschließende Informationen der Tourismus Zentrale Saarland zu den Themen „Nachhaltigkeit“, „Barrierefreiheit“ und „Qualität“ sowie zu passenden Förderprogrammen runden den Styleguide ab.

Qualitätszirkel

Der „Qualitätszirkel“ setzt sich aus Vertreter*innen der sechs saarländischen Landkreise, der IHK Saarland, des DEHOGA Saarland und der Tourismus Zentrale Saarland zusammen. Er verfolgt das Ziel, das Thema „betriebliche Angebotsqualität im Saarland“ entlang einer von der TZS erarbeiteten und Qualitätsstrategie koordiniert, strukturiert und intensiv zu bearbeiten. Die Sitzungen finden zweimal jährlich unter Leitung der TZS statt.

Der Saarland Styleguide ist zum kostenfreien Download unter www.tourismuslotse.saarland eingestellt. Darüber hinaus liegt er als gedrucktes Buch in einer geringen Stückzahl vor.

Ziel ist, Beherbergungsbetrieben einen Ratgeber für Gestaltungsfragen zur Verfügung zu stellen, der sie bei Investitionen in Bau-, Renovierungs-, oder gestalterische Maßnahmen begleitet. Mit Hilfe des Saarland Styleguide soll die Angebotsqualität im Saarland weiter verbessert werden.

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

Ziele:

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

Teilnehmende:

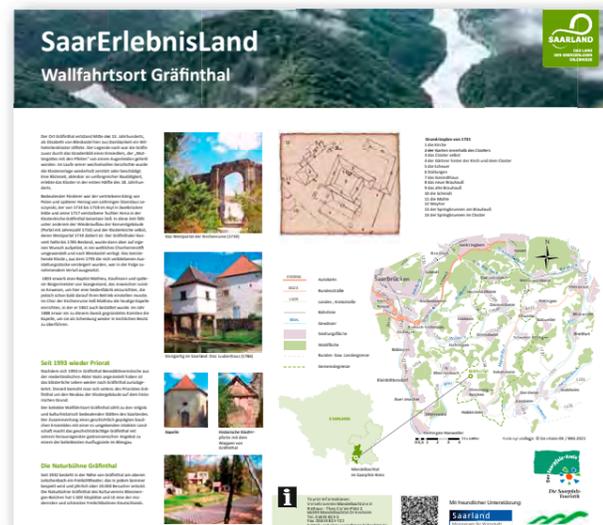
- Vertretende aus den regionalen Tourismusorganisationen
- IHK Saarland
- DEHOGA Saarland

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

Ergänzende Infrastruktur

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

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



5. Umsetzungsmanagement

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

In der ersten Jahreshälfte 2024 soll erneut eine Evaluation des Umsetzungsstands anhand eines menschen- und Wirksamkeitsmonitorings erfolgen. Die Ergebnisse sollen zu Beginn der Planung der saarländischen Tourismusstrategie nach 2025 – der Prozess soll Mitte des Jahres starten – als Diskussionsgrundlage für die weitere Planung vorliegen.

Mit ihrer Arbeit trägt die TZS in vielfacher Weise zur Erreichung der in der Tourismuskonzeption benannten Ziele und Erfüllung der Querschnittsaufgaben bei. Bei der jährlichen Projekt- und Marketingplanung wird seit 2019 ein Bewertungsraster angelegt, das eine Einschätzung dazu gibt, wie strategiekonform und damit zielführend eine geplante Maßnahme sein wird. Diese Maßnahmenbewertung wird als Entscheidungsgrundlage für die finale Jahresplanung herangezogen. Das bedeutet, dass alle Maßnahmen und Projekte in dem hier vorliegenden Fahrplan für das Destinationsmanagement 2024 bewertet wurden und auf ein oder mehrere Ziele und Querschnittsaufgaben der Tourismuskonzeption einzahlen.

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

Foto: ©Kevin Ehm





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