

HTS

Heinsberg, 15.05.2015
Bearb.: Thiel
Tel.: 02452 – 13 14 18

Skript

Zur Sitzung des Ausschusses für Kultur, Partnerschaft und Tourismus des Kreises Heinsberg am 20.05.2015
Hier: Tätigkeitsbericht des Heinsberger Tourist-Service e. V.

Übersicht:

1. Touristische Kennzahlen; Entwicklung und Wertschöpfung
2. Mitgliederzahlen
3. Aktuelle zusätzliche Aufgaben „Business not as usual“

1. Touristische Kennzahlen 2014

Übernachtungstourismus

	2005	2011	2014
Ankünfte	71.903	99.059	97.020
Übernachtungen	164.404	255.000 Statt IT-NRW: 206.736; +25%	289.440 Statt IT-NRW: 231.552

(Quelle: Information und Technik Nordrhein-Westfalen, Beherbergungsstatistik, Erhebung in Betrieben mit mindestens 9 Betten; kurz: IT.NRW; ab 2011 ergänzt um Ergebnisse der DWIF-Studie, also inkl. Kleinbetriebe (+25%))

Tagestourismus

	2005	2011	2014
Tagesgäste	3.370.282	8,5 Mio. > Ü x 33	9,5 Mio. > Ü x 33

(Eigene Berechnung auf der Basis der Formel des DWIF: LDS-Übernachtungen x Faktor)
(Quellen: Information und Technik Nordrhein-Westfalen, Beherbergungsstatistik, Erhebung in Betrieben mit mindestens 9 Betten; kurz: IT.NRW .
Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut an der Universität München, kurz : DWIF, Faktor ab 2005: 20,5/Ü, Faktor ab 51/2006: 21,9; ab 2011 ergänzt um Ergebnisse der DWIF-Studie: 33)

Wertschöpfung: Direkte und indirekte Umsätze

	2005 In Mio. €	2011 In Mio. €	2014 In Mio. €
Durch Übernachtungen € 78,50/2005, 115,80 ; 63,20; ab 2011 diff. Berechnung/Ü	12,9	24,4	25
Durch Tagesausflüge € 25,50 bzw. 25,00/Gast	85,9	212,5	237,5
Gesamt	98,8	236,9	262,5

(Eigene Berechnung auf der Basis der Formel des DWIF:

IT.NRW-Übernachtungen x Tagesausgabe, bzw. Tagestouristen lt. Formel des DWIF x Tagesausgabe)

(Quellen: Information und Technik Nordrhein-Westfalen, Beherbergungsstatistik, Erhebung in Betrieben mit mindestens 9 Betten; kurz: IT:NRW. Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut an der Universität München, kurz: DWIF, Faktor ab 2005: 20,5/Ü; ab 2011 ergänzt um differenzierte Ergebnisse der DWIF-Studie)

2. Aktuelle Mitgliederzahl: 152

3. Aktuelle zusätzliche Aufgaben „Business not as usual“

3.1. Umzug der Geschäftsstelle des HTS in die Klostergasse 17/HS

- Anlass: Im Kreishaus ist kein Platz mehr
- Zeitpunkt: 11.-15.05.2015
- Bürogemeinschaft mit der WfG
- Untermieter der WfG
- Lager in der Kreisverwaltung bleibt
- Tiefgarage
- Funktionale Trennung
- Touristischer InfoPunkt im BSC bleibt

3.2. Einrichtung eines Touristischen InfoPunktes im BEGAS Haus

- Einrichtung
- Kennzeichnung
- Ausstattung mit Prospektmaterial
- Schulung der Mitarbeiter
- Regelmäßige Betreuung
- Abrechnung der Einnahmen aus Materialverkauf

3.3 Beteiligung an Projekten

- **Netzwerkmarketing Tagestourismus**
 - Als Projektpartner bei WFG Viersen/Niederhein Tourismus

- Analyse Kundenverhalten bei Informationsgewinnung und Entscheidungen hinsichtlich Anreisen und Durchführen von Ausflügen. Analyse Ausgabeverhalten bei Tagesreisen und Möglichkeiten zur Umsatzsteigerung. Besondere Beachtung des grenzüberschreitenden Tagestourismus. Analyse Informationstechnologien und Technikrends hinsichtlich Ausflügen. Marktanalyse Tagestourismus.
 - Entwicklung innovativer Informations- und Marketinginstrumente (PC-gestützt, Smartphone-gestützt, Print-gestützt). Insbes. „Interaktiver, interessen- und bedürfnisorientierter Tagesausflugsplaner“, „App für Smartphones“
 - Marketing-Kampagne „Tagestourismus“ (Euregio Rhein-Maas-Nord und Nachbarregionen, Radius bis zu ca. 150 Kilometer) zu Natur-, Aktiv- und Kulturtouristischen Angeboten
 - Schulung, Betreuung von Managern u. Mitarbeitern im Tourismus (Organisationen, Betriebe) auf Zielgruppenorientierung im Tagestourismus
- **Velo+**
Antragsteller: Kreis Heinsberg, von der Stadt Geilenkirchen ausgearbeitet
Flächendeckendes E-Biking mit Lade-Stationen, Rastplätzen, Routen-App, Zertifizierung
Infos bereits im Ausschuss für Umwelt etc.
 - **Kulturgeschichte Digital**
 - Als Projektpartner beim Grenzüberschreitenden Naturpark Maas-Schwalm-Netze
 - Qualitätsimpuls kulturhistorische Elemente (POI)
Kulturhistorische Elemente erschließen und zugänglich machen
 - Moderne Medien (App)
Inventarisierung Kulturelemente
Inventarisierung Wegestrukturen
Multimediale Präsentationen an 200 Standorten (Animationsfilme, Augmented Reality, Audioguides)
 - Marketing und Kommunikation
Entwicklung von Arrangements
Social media Kommunikation
Teilnahme an Messen
Anzeigen in Zeitschriften
Flyer
 - Naturtheater (Zusammenarbeit Schauspieler – Naturführer)

3.4 Tourismuskonzept für den Kreis Heinsberg

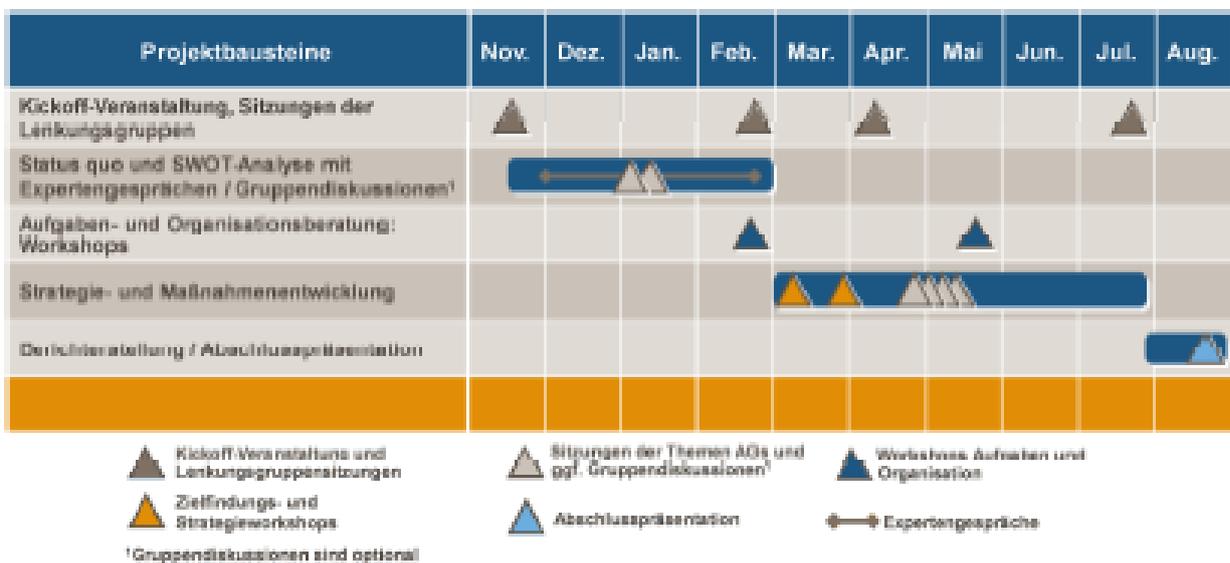
- „Kreisel“-Gutachten von 1994 ist überholt: Veränderte Marktbedingungen, veränderte Planungsbedingungen
- Finanzierung gesichert durch zweckgebundene Rücklage des HTS in Höhe von € 40.000,00 und KSK-Sponsoring in Höhe von € 22.000,00
- Ausschreibung an Beratungsunternehmen deutschlandweit

TOP Ö 7

- Gefordert: Erarbeitung von Handlungsempfehlungen und „Werkzeugkästen“; breite Beteiligung der Akteure; Weder Schubladenmonster noch Luftschloss
- Was bisher geschah:
 - 2 Lenkungsgruppen-Sitzungen
 - Expertengespräche
 - Sekundäranalysen
 - 2 Strategie-Workshops

Was als nächstes kommen wird: 4 Maßnahmen-Workshops

- u.a. zur Organisationsprüfung
- zu Marketingaktivitäten etc.



Quelle: dwif 2014