



Strategieplan 2017-2021

TOURISMUS & CONGRESS GMBH
REGION BONN / RHEIN-SIEG / AHRWEILER



INHALTSVERZEICHNIS

Die Tourismus & Congress GmbH	4	Strategische Partner (Auszug)	33	
Struktur	4	Regional	33	
Aufgaben	4	Überregional	33	
Ziele	5	Struktur der Tourismusvermarktung..	34	
Leitlinien	5	Die Tourismus & Congress GmbH	als „Motor“ regionaler Vernetzung	36
Die Region Bonn/Rhein-Sieg/		Handlungsfelder	37	
Ahrweiler.....	6	Touristik		
Geschichte im Wandel	6	Destinationsmarketing und -vertrieb.....	37	
Aktivregion	6	Schwerpunkte Touristik	39	
Kultur- und Freizeitregion	7	Zielgruppenansprache		
Wissenschafts- und Kompetenzzentrum	8	über Reisetemen	40	
Verkehrsanbindung	8	Reisetemen	40	
Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus..	8	Touristisches Themenjahr BTVN2020.....	44	
SWOT Analyse der Region Bonn/Rhein-Sieg/		Touristisches Projekt		
Ahrweiler	9	Rhein in Flammen®	45	
Tourismusregion		Kongress		
Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler	10	Destinationsmarketing- und Vertrieb.....	46	
Die Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler		Schwerpunkte Kongress	48	
als Reiseziel	10	Sustainable Bonn –		
Die Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler		Konferenzstandort der Nachhaltigkeit....	49	
als Ausflugsziel	14	Kommunikation	50	
Zielgruppen	15	EFRE-Förderprojekte		
Urlaubsarten.....	16	MICE-Markt der Zukunft.....	50	
Quellmärkte	17	Touristische Innovationswerkstatt.....	50	
Trends Tourismus	21			
Fazit Tourismus	24			
Kongressregion		Ziele 2017-2021	51	
Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler.....	25	Qualitative Ziele	51	
Kundenanalyse	27	Quantitative Ziele	51	
Quellmärkte	28	Jahresübersicht 2017-2021(Auszug)...	53	
Trends Kongress	29	Vision 2025	55	
Fazit Kongress	32			

DIE TOURISMUS & CONGRESS GMBH

Struktur

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

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

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

Das Ausgaben-Budget der T&C beläuft sich im Wirtschaftsjahr 2016 auf rund 2,1 Mio. Euro. Die von der T&C erwirtschafteten Umsätze in Höhe von rund 1,38 Mio. Euro resultieren hauptsächlich aus den Bereichen Reiseleistungen sowie Provisionen. Damit wurden die für die Vermarktung der Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler notwendigen

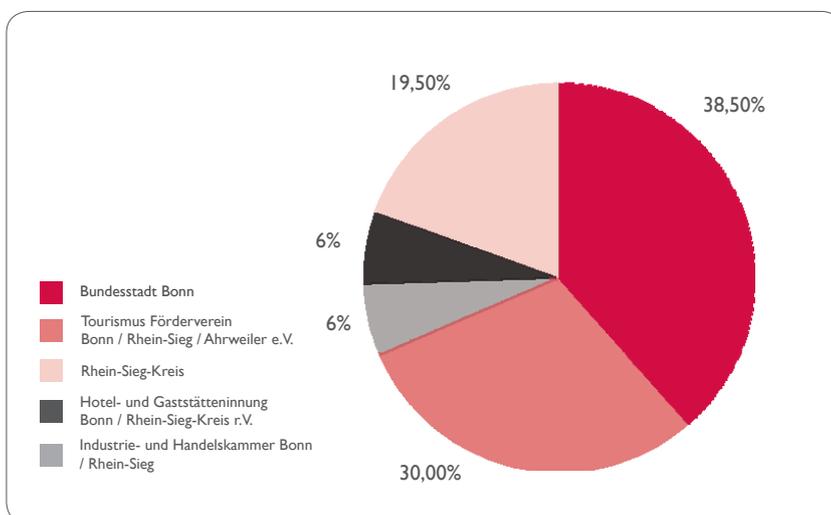
Finanzmittel zu großen Teilen aus eigenen Erlösen generiert. Trotzdem ist die T&C auf die Finanzierung durch ihre Gesellschafter angewiesen, um die Unternehmensziele umsetzen zu können. Der Betriebskostenzuschuss beträgt für das Wirtschaftsjahr 2016 rund 0,72 Mio. Euro.

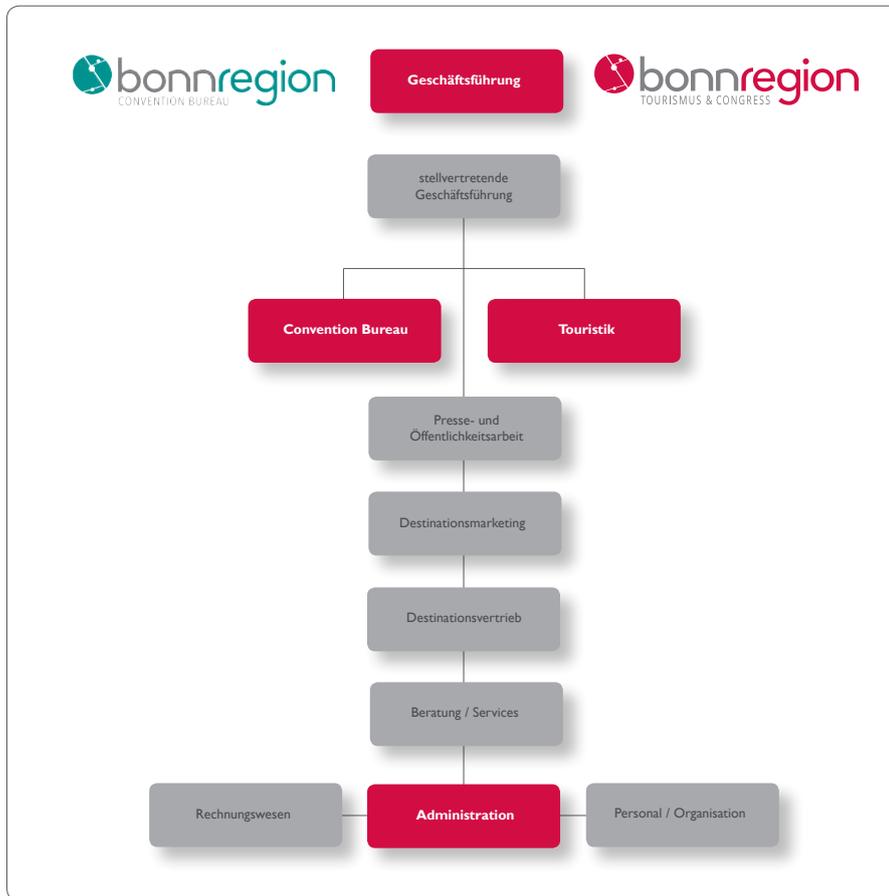
Die Mitarbeiterzahl der T&C beläuft sich auf rund 17 Planstellen. Diese verteilen sich auf die Bereiche Destinationsvertrieb (Bonn Region Convention Bureau/Touristik), Destinationsmarketing (Bonn Region Convention Bureau/Touristik), Hotelreservierung, Presse und allgemeine Verwaltung.

Aufgaben

Zu den Unternehmensaufgaben der T&C gehören insbesondere die gezielte Werbung in den Bereichen Städtetourismus, Kongresswesen, Tagungen und Veranstaltungen sowie für die Museumslandschaft und das Kultur- und Freizeitangebot der Region Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler. Die Durchführung von touristischen Leistungen, die Initiierung und fachliche Begleitung von Tagungen, Kongressen und Veranstaltungen sowie der Vermittlungs- und Buchungsservice über ein EDV-System gehören ebenfalls zu den Kernaufgaben. Neben der Entwicklung touristischer Produkte umfasst das Aufgabenspektrum die Beratung und Betreuung der touristischen Leistungsträger sowie die Koordination von touristischen

Veranstaltungen und Aktivitäten der Region (Stand 2016).





Ziele

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

Um diese Ziele zu erreichen, werden folgende Maßnahmen durchgeführt:

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

Leitlinien

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

- Zielorientiertes, strategisches Handeln
- Klare Zielgruppenorientierung
- Positive Synergien entstehen aus
 - o der Vermarktung der Region Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler
 - o dem Zusammenwirken der Bereiche Tourismus und Kongress
 - o der Zusammenarbeit mit den strategischen Partnern und Leistungsträgern
 - o der Zusammenarbeit mit den privaten Akteuren und Multiplikatoren aus der Tourismus- und Kongressbranche
- Qualitätsstandards setzen und einhalten
- Transparentes Handeln
- Kontinuierliche Weiterentwicklung
- Die T&C ist zertifizierter Servicequalität Deutschland-Betrieb. Die Initiative verbessert und sichert nachhaltig die Servicequalität touristischer, gastronomischer und branchenübergreifender Dienstleister.





DIE REGION BONN/RHEIN-SIEG/AHRWEILER

Geschichte im Wandel

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

Aktivregion

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

Der Bergische Rhein-Sieg-Kreis ist als E-Bike-Region aktiv, hier können Familien und „Normal-Trainierte“ die Gegend entspannt erkunden, das Spektrum der sportlichen

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

Die Region Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler bietet hochwertige Produkte für die touristische Vermarktung. Auf den Qualitätswanderwegen Rheinsteig in Bonn und dem Siebengebirge, Natursteig Sieg in der Naturregion Sieg und zahlreichen weiteren zum Teil thematischen Routen, wie der Feuerroute, erwandern aktive Reisende die Region Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler. Auf dem lückenlos beschilderten Rhein- und Siegtalradweg und der Wasserburgenroute sind sowohl Tagestouren als auch mehrtägige Radwanderungen möglich. E-Bikes ermöglichen in der gesamten Region den



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

Kultur- und Freizeitregion

Schon die Römer waren begeistert von dem schönen Fleckchen am Rhein, so begann die Geschichte der Stadt Bonn bereits vor mehr als 2000 Jahren. Aus Zeiten der Kurfürsten, als Bonn Residenzstadt war, stammen heute noch viele Bauwerke der Stadt. So ist die Universität im ehemaligen Residenzschloss beheimatet und das im Rokokostil erbaute Rathaus steht prominent am Marktplatz. Als Beethovens Geburtsstadt, dessen Geburtstag sich im Jahr 2020 zum 250. Mal jährt, ist Bonn weltbekannt. Sein Geburtshaus ist heute ein Museum, erzählt Geschichten aus dem Leben des Musikers und beherbergt die größte Beethoven-Sammlung weltweit. Besucher können im ehemaligen Regierungsviertel über den „Weg der Demokratie“ auf den Spuren der politischen Geschichte wandeln. Die Villa Hammer-schmidt, bis heute Bonner Dienstsitz des

Bundespräsidenten, das Palais Schaumburg, Bonner Dienstsitz der Bundeskanzlerin, der Kanzlerbungalow, ehemalige Botschaften in Bonn Bad Godesberg sowie das Adenauer-Haus in Bad Honnef öffnen als authentische, zeithistorische Orte die Türen für interessierte Gäste. Die Museumsmeile mit ihren fünf Häusern Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland, Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, Kunstmuseum Bonn, Deutsches Museum Bonn und Museum Koenig sowie die für eine Stadt dieser Größenordnung außergewöhnlich hohe Museumsdichte (beispielsweise mit dem August Macke Haus und dem LVR LandesMuseum) sind bei Kunst- und Kulturfreunden aus dem In- und Ausland beliebt. Weitere Museen aus der Region, beispielsweise das Siebengebirgsmuseum, das Fischereimuseum Bergheim an der Sieg und das Arp-Museum in Rolandseck komplettieren das kultur-touristische Angebot. Alljährliche Events wie das internationale Beethovenfest, das Museumsmeilenfest, Pützchens Markt, das Siegtal-Festival oder die Weihnachtsmärkte runden das kulturelle Leben in der Region ab. Als Tor zum Romantischen Rhein hat die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler internationale Bekanntheit erlangt, eine Schiffstour von Bonn nach Königswinter mit Besuch des sagenumwobenen Drachenfels ist ein beliebtes Ausflugsprogramm. Schloss Drachenburg gilt heute als das Neuschwanstein am Rhein und zieht zusammen mit weiteren Attraktionen im Siebengebirge, Kultur- und Freizeitreisende an. Die Veranstaltung Rhein in Flammen® zieht alljährlich hunderttausende Besucher nach Bonn und in das Siebengebirge.



Wissenschafts- und Kompetenzzentrum

Die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler hat sich als internationaler Wissenschaftsstandort etabliert: Neben der traditionsreichen Universität Bonn mit mehr als 35.000 Studenten¹ und der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg mit rund 8.000 Studenten², existieren mehr als 200 weitere wissenschaftliche Einrichtungen in der Region. Als deutsche UN Stadt besitzt Bonn eine hohe Kompetenz in Umwelt- und Entwicklungsthemen. Dies ist bedingt durch die 18 UN-Sekretariate, die eine zukunfts- und nachhaltig orientierte Ausrichtung verfolgen. Bundesministerien und -ämter, Entwicklungsdienste, Wissenschaftseinrichtungen sowie rund 150 Nichtregierungsorganisationen haben ihren Dienstsitz in Bonn und bilden gemeinsam ein bundesweit einzigartiges Kompetenzzentrum.

Verkehrsanbindung

Die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler liegt in komfortabler Erreichbarkeit zu bedeutenden Wirtschafts- und Entscheidungszentren, wie dem Raum Brüssel, der Rhein-Ruhr-Region oder der Rhein-Main-Region, mitten im Zentrum Europas. Gleichermaßen sind auch die einwohnerstarken touristischen Nachfragemärkte, wie beispielsweise der BenNeLux-Raum, optimal angebunden. Internationalen Besuchern bietet die Region Bonn mit der Anbindung zu den Flughäfen Köln/Bonn, Düsseldorf, Frankfurt am Main, zwei ICE-Bahnhöfen in Bonn und Siegburg

und ihrer verkehrstechnischen Infrastruktur kurze Wege und eine schnelle Erreichbarkeit. Neue Erreichbarkeiten bieten sich zudem durch die Aufnahme in das Netz des Fernlinienbusverkehrs.

Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Im Gegensatz zu den produktionsorientierten Wirtschaftszweigen wie Landwirtschaft oder Erzeugung von Sachgütern werden Umfang und Struktur der Tourismuswirtschaft direkt durch den Konsum der Touristen bestimmt und daher nicht als eigener Sektor in der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung erfasst. Dennoch lässt

sich anhand von Wertschöpfungserhebungen belegen, dass der Tourismus eine hohe Bedeutung bei der gesamtwirtschaftlichen Betrachtung der Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler hat.

Die durchschnittlichen Ausgaben bei Tagesreisen betragen für die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler pro Kopf 30,30 Euro, die Ausgaben bei Übernachtungen in gewerblichen Betrieben 106,58 Euro (Quelle: Marktforschung Tourismus NRW e.V.). Bei einem Volumen von 2,83 Mio. Übernachtungen in der Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler und etwa 31 Mio. Tagestouristen summiert sich die Wertschöpfung durch den Tourismus auf rund 1,24 Mrd. Euro³. Der Tourismus hat zudem einen großen Einfluss auf die Beschäftigungsstruktur in der Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler. Nicht vergessen werden darf bei der Berechnung, dass für die Bedeutung des Tourismus nicht allein direkte Effekte ausschlaggebend sind.

Auch weitere Branchen wie der Bausektor, Handel und Verkehr profitieren von der touristischen Attraktivität eines Standortes. Die Steuerrelevanz des Tourismus beschränkt sich nicht nur auf die Umsatz-(Mehrwert-)Steuern, die durch die Ausgaben der Touristen entstehen, sondern auch auf die anteilige Lohn- und Einkommensteuer der im Tourismus beschäftigten Personen. Laut Tourismus NRW e.V. werden dem Haushalt des Landes NRW allein aus diesen beiden Steuerarten aus touristischen Umsätzen rund 1,7 Mrd. Euro⁴ zugeführt. Neben den quantitativen Effekten ruft der Tourismus wesentliche positive, nicht quantifizierbare Effekte hervor. Dazu gehören die Steigerung des Bekanntheitsgrades der Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler, die positive Imagebildung durch attraktive Produkte, Impulse für Unternehmen und Industrien sowie letztendlich soziale und politische Effekte durch Steigerung von Selbstbewusstsein und Identifikation der Bevölkerung.

³ Quelle: Tagesreisen der Deutschen. Grundlagenuntersuchung. DWIF e.V.

⁴ Quelle: Stellungnahme Tourismus NRW e.V. vom 03.09.2012.

¹ Uni Bonn: 35.000 Studenten (Quelle: Universität Bonn - Zahlen und Fakten. URL: <http://www3.uni-bonn.de/die-universitaet/die-universitaet-bonn-in-zahlen-und-fakten>)

² Hochschule Bonn-Rhein-Sieg: 8.000 Studenten (Quelle: H-BRS auf einen Blick. URL: <https://www.h-brs.de/de/wir-uber-uns>)

SWOT Analyse der Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler

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

Stärken

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

Risiken

- Verkehr/Anbindung
- Verstärkter Wettbewerb der Städte und Regionen
- Trend zu kürzerer Dauer von Tagungen und Kongressen
- Marktentwicklung abhängig von konjunkturellen Schwankungen
- Überkapazität an Betten in Nachbarregionen und Städten
- Einführung der Beherbergungssteuer für private Übernachtungen
- Teils monostrukturiertes Seminargeschäft durch lokale Global Player
- Faktor Zeit: durch hohen Anteil an kurzfristigen Buchungen erschwerte Planbarkeit
- Zum Teil fehlende Sicherstellung der Nachhaltigkeit bei verschiedenen Förderprojekten
- Ausbau der Vermarktung steht in direkter Abhängigkeit zum vorhandenen Finanzrahmen
- Fehlende touristische Infrastruktur (z.B. Haltepunkte für Stadtrundfahrten, öffentliche Toiletten und Busparkplätze)

Chancen

- Nationale Marktentwicklung: Steigerung im Inlandstourismus
- Internationale Marktentwicklung: Steigerung im Incoming-Tourismus
- Trend zu Kurz- und Städtereisen sowie zum Aktivurlaub
- Trend zu Tagungen und Kongressen in Deutschland
- Trend zu individueller persönlicher Beratung
- Trend zum Internet als Informations- und Buchungskanal
- Demografischer Wandel passt zu vorhandenem Angebot
- Positive Besetzung als ehemalige Hauptstadt, Nostalgie-Effekt
- Ausbau der Position als Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort
- Sitz der Vereinten Nationen, Kompetenz beim Thema Nachhaltigkeit
- Bewerbung des Bundes um den Sitz der Europäischen Arzneimittelagentur in Bonn
- Herausragendes kulturelles Angebot
- Digitalisierung als Branchentrend
- Beethoven-Jahr 2020 (250. Geburtstag), nationale und internationale Aufmerksamkeit
- Neuer Erweiterungsbau des World Conference Center Bonn (WorldCCBonn) und die Etablierung nationaler und internationaler Veranstaltungsformate
- Neu geschaffene, touristische Produkte im Rhein-Sieg-Kreis (Apfelroute, Römerkanal-Informationszentrum)
- Regionale 2010 Projekte (Gesamtperspektive Königswinter Drachenfels, etc.)
- Faktor Zeit: kurzfristige Reaktion durch regionales Netzwerk möglich
- Breite thematische Aufstellung mit differenzierten Produkten möglich
- Wachstumsmarkt Fernlinienbusverkehr
- neu geschaffener Schiffsanleger für Flusskreuzfahrten
- Erlebnis NRW Projekte Innovationswerkstatt und MICE Markt der Zukunft

Schwächen

- Touristisches Image in der öffentlichen Wahrnehmung nicht ausreichend
- Zu geringe nationale und internationale Marktabdeckung
- Zu geringe Zielgruppenschärfe
- Zu stark retrospektiv
- Kaum Messekapazitäten (nur kleine Messen möglich)
- Anbindung des Stadtzentrums an den Rhein („Stadt zum Rhein“)
- Qualitätsstandards touristischer Betriebe in Bonn und der Region





TOURISMUSREGION BONN/RHEIN-SIEG/AHRWEILER

Die Region/Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler als Reiseziel

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

Die Wachstumsprognosen für den europäischen Tourismus gestalten sich positiv: Im Jahr 2014 wurden in Europa bereits 588,4 Mio. Gästeankünfte gezählt und damit ein Plus von 3,9 % im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet.⁵ Für das Jahr 2030 errechnet die United Nations World Tourism Organisation (UNWTO) eine Prognose von 744 Mio. Gästeankünften für Europa und damit einem Marktanteil von über 40 % an den weltweiten Gesamtankünften.⁶

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

5 Vgl. Incoming-Tourismus Deutschland, Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Edition 2015, S. 3 nach UNWTO 2015.

6 Vgl. Incoming-Tourismus Deutschland, Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Edition 2015, S. 4.

7 Vgl. Incoming-Tourismus Deutschland, Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Edition 2015, S. 7.

schnittlich hohe Wachstumsrate von 4 % verzeichnet.⁸

Nordrhein-Westfalen nimmt als Reiseziel innerhalb Deutschlands eine herausragende Stellung ein: Knapp 13,3 % der Übernachtungen ausländischer Gäste entfielen im Jahr 2014 auf NRW.⁹ Bei den Gesamtübernachtungen aus- und inländischer Gäste liegt NRW sogar auf Platz drei hinter Bayern und Baden-Württemberg im deutschlandweiten Vergleich der Bundesländer.¹⁰

Die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler selbst weist in den vergangenen zehn Jahren eine positive Wachstumstendenz in Hinblick auf Übernachtungszahlen und Gästeankünfte auf und positioniert sich innerhalb von NRW als starke Region: Mit 2,86 Mio. liegt die Zahl der Übernachtungen in der Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler um 35.058 Übernachtungen höher als im Vorjahr, was einem Zuwachs von 1,2 % entspricht.¹¹

Wachstumsvergleich Übernachtungen 2010-2016

	2016	2010	Veränderung
NRW	49.596.89	42.109.693	+17,7%
Bonn	1.539.367	1.209.026	+27,3%
Rhein-Sieg-Kreis	1.324.617	1.134.565	+16,8%

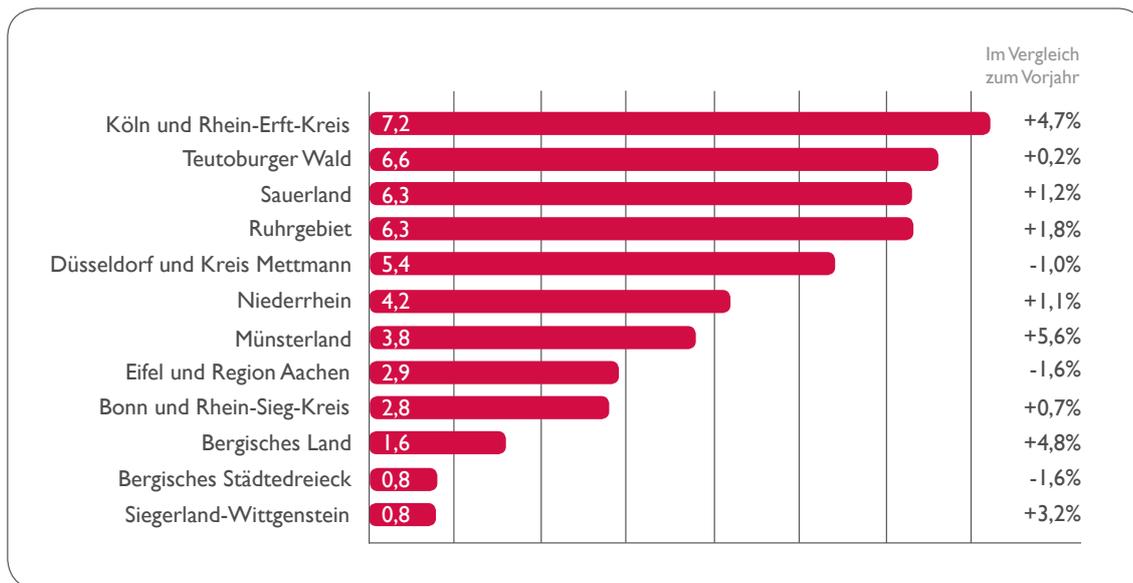
8 Vgl. Incoming-Tourismus Deutschland, Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Edition 2015, S. 5.

9 Vgl. Incoming-Tourismus Deutschland, Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Edition 2015, S. 10.

10 Vgl. Jahresbericht 2014 Tourismus NRW e.V., S. 54.

11 Vgl. Chartbericht Jahresergebnis 2014 Tourismus NRW e.V., S.5.

Abb.: Übernachtungen in den Reisegebieten in NRW 2015, in Mio.



Quelle: eigene Darstellung nach IT.NRW 2016.

Tab.: Vergleich der Übernachtungszahlen

Jahr	Bonn	Rhein-Sieg-Kreis	NRW	Deutschland
	Übernachtungen	Übernachtungen	Übernachtungen	Übernachtungen
2005	1.166.537	1.074.713	38.438.905	343.951.015
2006	1.150.829	1.085.922	39.262.311	351.223.970
2007	1.161.997	1.145.825	40.404.075	361.839.734
2008	1.198.040	1.145.259	41.521.488	369.579.835
2009	1.140.052	1.078.096	40.222.770	368.737.280
2010	1.209.026	1.134.565	42.109.693	380.334.025
2011	1.295.831	1.249.107	44.245.100	394.036.189
2012	1.318.667	1.340.781	45.419.216	407.260.000
2013	1.399.980	1.345.229	46.141.384	411.779.000
2014	1.488.250	1.319.926	47.924.391	424.062.000
2015	1.495.546	1.333.390	48.687.999	436.400.000
2016	1.539.367	1.332.462	49.569.890	447.177.425

Quelle: eigene Darstellung nach: IT.NRW 2016 und Statistisches Bundesamt Deutschland 2016.

Die positive Tendenz der Übernachtungszahlen hat sich in den vergangenen zehn Jahren trotz Rückgang des früheren Polit-Tourismus und Wandel der Gästestruktur konsequent fortgesetzt. Die Zahlen aus Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis entsprechen den Trends in NRW und Deutschland, sowohl Bonn als auch der Rhein-Sieg-Kreis profitieren in den vergangenen Jahren von starken Zuwächsen.¹²

12 7 Vgl. IT.NRW 2005-2016.



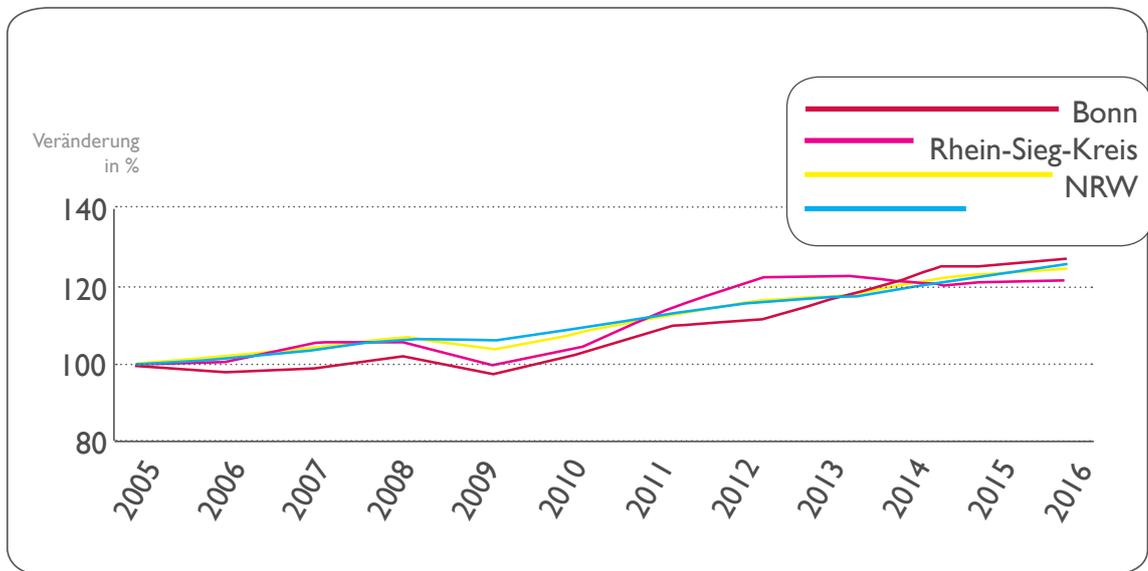


Abb.: Entwicklung der Übernachtungszahlen im prozentualen Vergleich

Quelle: eigene Darstellung nach: IT.NRW 2016 und Statistisches Bundesamt Deutschland 2016.

Das Bettenangebot der Region Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler ist eine wichtige Grundlage für den positiven Trend der Übernachtungszahlen.

Für die Bundesstadt Bonn wurden 94 Übernachtungsbetriebe im Jahr 2016 gezählt, darunter sind 36 Hotels und 46 Hotel Garnis vertreten. Insgesamt stehen 9.185 Betten zur Verfügung, 873 mehr als im Vorjahr. Rund 56,9 % aller Übernachtungen in Bonn werden in Hotels generiert, rund 27,5 % in Hotel Garnis. Die Anzahl von Gasthöfen, Pensionen sowie Schulungsheimen und Ferienwohnungen ist im Verhältnis zur Hotellerie nur sehr gering. Die mittlere Aufenthaltsdauer in der Stadt Bonn beträgt im Durchschnitt 1,9 Tage, dabei übernachten die Gäste 2,0 Tage in Hotel Garnis und 1,7 Tage in Hotels. Die mittlere Auslastung der Betten beträgt 47,4 % und ist damit im Vergleich zum Vorjahr (47,8 %) gefallen.¹³

Abb.: Betriebsarten und Auslastung in Bonn

Betriebsart	Betriebe	Betten	Auslastung
	angebotene	angebotene	
Hotels	36	5.280	48,1 %
Gasthöfe	–	–	–
Pensionen	1	14	k.A.
Hotels garnis	46	2.554	45,0 %
Erholungs-, Ferien-, Schulungsheime	7	870	44,6 %
Ferienhäuser, -wohnungen und -zentren*	–	–	–
Hütten, Jugendherbergen, u. Ä.	2	317	k.A.
Vorsorge- und Reha-Kliniken	1	150	k.A.
Campingplätze	1	–	–
Betriebe insgesamt	94	9.185	47,4 %

Quelle: eigene Darstellung nach: IT NRW für Bonn Januar bis Dezember 2016.

*Das statistische Landesamt erfasst Ferienhäuser, -wohnungen und -zentren ab 10 Betten.

¹³ Quelle: IT.NRW 2016.

Der Rhein-Sieg-Kreis konnte 2016 von 148 Übernachtungsbetrieben 74 Hotels, 42 Gasthöfe und Hotel Garnis sowie 16 Schulungs- und Ferienheime aufweisen. Insgesamt standen im Kreis 9.553 Betten zur Verfügung, 156 mehr als im Vorjahr. Auch im Rhein-Sieg-Kreis wird der Großteil der Übernachtungen (rund 50 %) in Hotels generiert.

¹⁴

Die mittlere Aufenthaltsdauer im Kreis beträgt im Durchschnitt 2,2 Tage, dabei übernachteten die Gäste 3,5 Tage in Schulungs- und Ferienheimen und 1,8 Tage in den Hotels. Die mittlere Auslastung der Betten beträgt 37,8 % und ist damit im Vergleich zum Vorjahr (37,4 %) gestiegen.

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

Betriebsart	Betriebe	Betten	Auslastung
	angebotene	angebotene	
Hotels	74	4.995	36,0 %
Gasthöfe	20	386	21,3 %
Pensionen	5	145	60,5 %
Hotels garnis	22	1.221	41,4 %
Erholungs-, Ferien-, Schulungsheime	16	2.181	38,5 %
Ferienhäuser, -wohnungen und -zentren*	5	157	17,2 %
Hütten, Jugendherbergen, u. Ä.	2	335	k.A.
Vorsorge- und Reha-Kliniken	2	133	k.A.
Campingplätze	3	–	k.A.
Betriebe insgesamt	148	9.553	37,8 %

Quelle: eigene Darstellung nach: IT NRW für Rhein-Sieg-Kreis Januar bis Dezember 2016.

*Das statistische Landesamt erfasst Ferienhäuser, -wohnungen und -zentren ab 10 Betten.

¹⁴ Vgl. IT.NRW 2015.





Die Region Bonn/Rhein-Sieg/ Ahrweiler als Ausflugsziel

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

Der Tagestourismus stellt deutschlandweit einen großen Markt dar. Die Tagesreiseintensität, die den prozentualen Anteil der Bevölkerung (ab 14 Jahren) beziffert, die innerhalb eines Zeitraums von zwölf Monaten mindestens eine Tagesreise unternommen haben, liegt in Deutschland bei 83,7 %.¹⁵ Das Potenzial von Tagesreisen liegt damit ungebrochen hoch.

Im Schnitt unternimmt dabei jeder Deutsche 37,7 Tagesreisen innerhalb von zwölf Monaten, wobei hier auch Tagesgeschäftsreisen mit berücksichtigt werden. Rund 60% der Tagesreisen finden in Deutschland in einem Umkreis von bis zu 50 km statt.¹⁶ Das Bundesland NRW ist mit 19,5 % bzw. 21,6 % Spitzenreiter sowohl bei den empfangenen als auch bei den produzierten Tagesreisen der Deutschen, wobei zu beachten ist, dass der größte Anteil der Tagesreisen in NRW in das eigene Bundesland geht.¹⁷

Entsprechend sind Tagesreisende auch für die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler eine bedeutende Nachfragegruppe, nicht zuletzt, da sie eine ganzjährige Auslastung der Infrastruktureinrichtungen gewährleisten und beachtliche Umsätze im Zielgebiet generieren.¹⁸

Das Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München hat in seiner Grundlagenuntersuchung zu den Tagesreisen der Deutschen für die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler ein Verhältnis von Übernachtungsgästen zu Tagestouristen von 1 : 11,1 ermittelt. Übertragen auf die Gesamtübernachtungszahl (rund 2,87 Mio. Übernachtungen in 2016) lässt sich für das Jahr 2016 eine Zahl von rund 32 Mio. Tagesgästen annehmen und ist damit im Vergleich zum Vorjahr (rund 31 Mio. Tagesgäste) gestiegen.¹⁹

¹⁵ Vgl. Tagesreisen der Deutschen. Grundlagenuntersuchung. DWIF e.V. 2014, S. 12.

¹⁶ Vgl. Tagesreisen der Deutschen. Grundlagenuntersuchung. DWIF e.V. 2014, S. 40.

¹⁷ Vgl. Tagesreisen der Deutschen. Grundlagenuntersuchung. DWIF e.V. 2014, S. 44f.

¹⁸ Vgl. Tagesreisen der Deutschen. Grundlagenuntersuchung. DWIF e.V. 2014, S. 25.

¹⁹ Vgl. Tagesreisen der Deutschen. Grundlagenuntersuchung. DWIF e.V. 2014, S.50ff.



Zielgruppen

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

Aktive Best Ager

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

Erwachsene Paare

Qualität, Service und eine persönliche Betreuung haben bei der Kernzielgruppe Erwachsene Paare einen hohen Stellenwert, ob sie sich bei Wanderungen und Radtouren in der Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler aktiv in der Natur bewegen, städtisches Flair und gutes Essen genießen oder in Wellnessanlagen entspannen. Die Kernzielgruppe übernachtet vornehmlich in Drei- und Vier-Sterne-Hotels. Aktivreisende Paare buchen dagegen überdurchschnittlich oft Ferienwohnungen oder -häuser. Hierzu eignet sich insbesondere das vorhandene Angebot im Rhein-Sieg-Kreis. Persönliche Erfahrungen von Freunden und Bekannten spielen neben dem Internet eine wichtige Rolle als Informationsquelle vor der Reise.

Familien

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





Geschäftsreisende

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

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

Urlaubsarten

Einer Erhebung des Qualitätsmonitors Deutschland-Tourismus zufolge, ordnet mit 63 % der größte Anteil der Urlaubsgäste aus dem In- und Ausland in Bonn seinen Urlaub einer Städtereise zu, gefolgt von 34 %, die ihren Urlaub einer Kulturreise zuordnen und 27 %, die auf einer Besichtigungsreise bzw. für Sightseeing nach Bonn gekommen sind (Mehrfachantworten möglich). Insbesondere das Segment Kultururlaub liegt dabei doppelt so hoch wie im Landes-schnitt (15%). Eine entsprechende Erhebung liegt für den Rhein-Sieg-Kreis derzeit noch nicht vor.

Urlaubsgäste aus dem In- und Ausland Frage: „Welcher Urlaubsart würden Sie diesen Aufenthalt zuordnen?“

Bonn	
Städte-Urlaub	63
Kultur-Urlaub	36
Besichtigungsreisen/Sightseeing	27
Verwandte-/Bekanntesbesuch	19
Fun-Urlaub	14
Besuch Veranstaltung/Event	9
Erholungsurlaub	8
Familien-Urlaub	5
Wellness-/Schönheits-Urlaub	5

(in Prozent; Mehrfachantworten; Antworten mind. 5 %)



Quellmärkte

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

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

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

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

Tab.: Vergleich des Übernachtungsanteils ausländischer Gäste

	ÜN insgesamt	aus Deutschland	aus dem Ausland	aus Europa	Anteil Ausland	Anteil Europa
Bonn	1.495.546	1.139.489	356.057	196.075	23,81 %	13,11%
Rhein-Sieg-Kreis	1.333.390	1.154.097	179.293	142.314	13,45%	10,67%
NRW	48.687.999	38.548.939	10.139.060	7.614.776	20,82%	15,64%

Quelle: eigene Darstellung nach: IT.NRW 2016.

Die aktuelle Übernachtungsstatistik für das Jahr 2015 zeigt den Anteil der durch ausländische Gäste getätigten Übernachtungen an den Gesamtübernachtungen für Bonn und den Rhein-Sieg Kreis.²⁰ Die Zahl der Übernachtungen ausländischer Gäste in Bonn ist vor allem im Vergleich zum Rhein-Sieg-Kreis aber auch im Vergleich zu Gesamt-NRW relativ hoch. Dies liegt hauptsächlich an den vielfach von den Vereinten Nationen und anderen Unternehmen am Standort Bonn durchgeführten, international geprägten Konferenzen. Diese Entwicklung spiegelt sich auch im DZT Qualitätsmonitor bundesweit wider.²¹

²⁰ Vgl. IT.NRW 2016

²¹ Vgl. DZT, Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus Ergebnisse 2011/2012 o.S. nach Qualitätsmonitor Mai 2011 - April 2012.

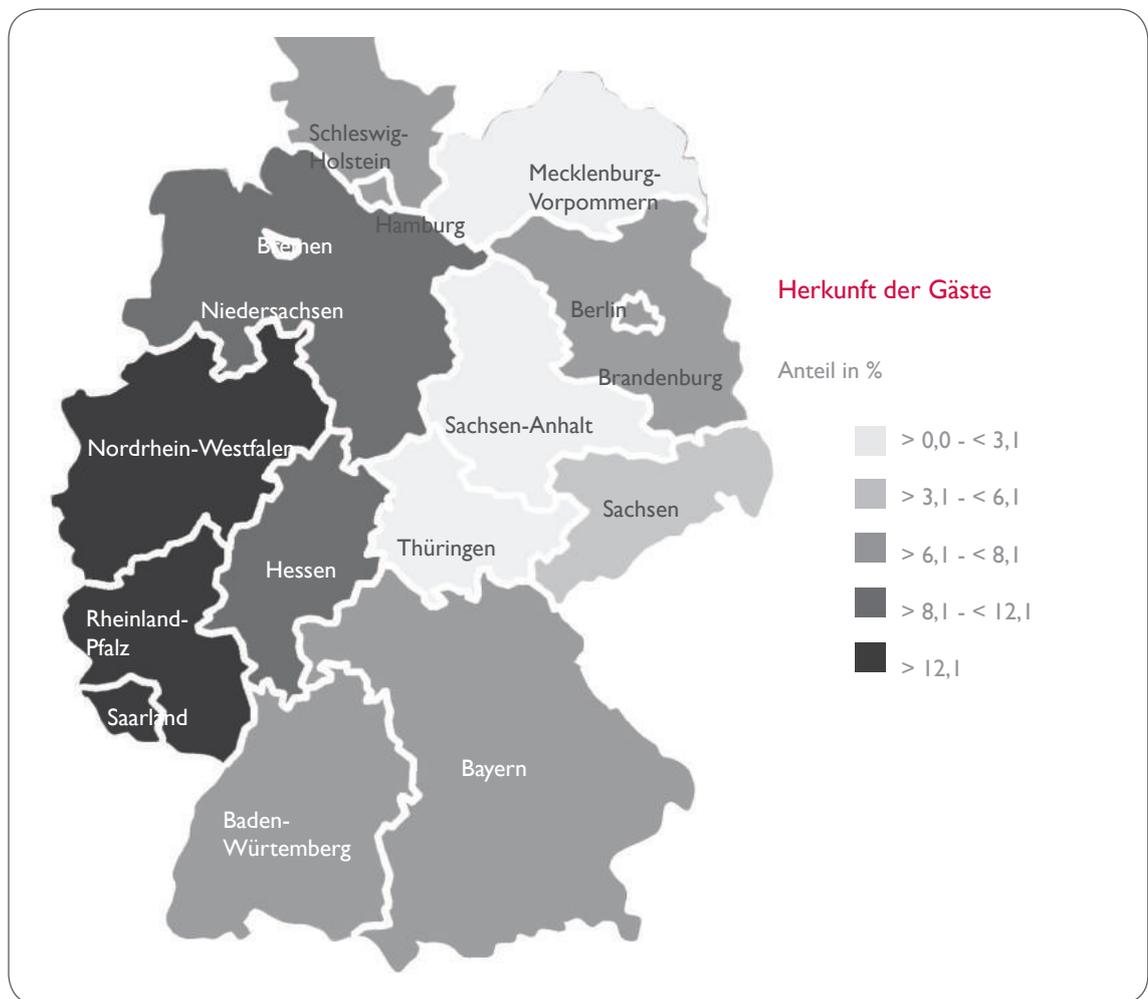


Mit klarer Mehrheit überwiegen jedoch sowohl im Kreis- als auch im Stadtgebiet die deutschen Touristen und bilden damit den Hauptquellmarkt für Reisen in die Region. Betrachtet man Deutschland als Quellmarkt genauer, zeigt sich auf Bundesebene, dass das Land NRW wiederum den wichtigsten Quellmarkt für sich selbst darstellt.²² Dem Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus zufolge, bilden die Bundesländer Rheinland-Pfalz (inklusive Saarland) und NRW den wichtigsten innerdeutschen Quellmarkt für die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler.

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

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

Quelle: eigene Darstellung nach: Ergebnisse Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2013/2014. Bonn, DWIF 2014, S. 38.

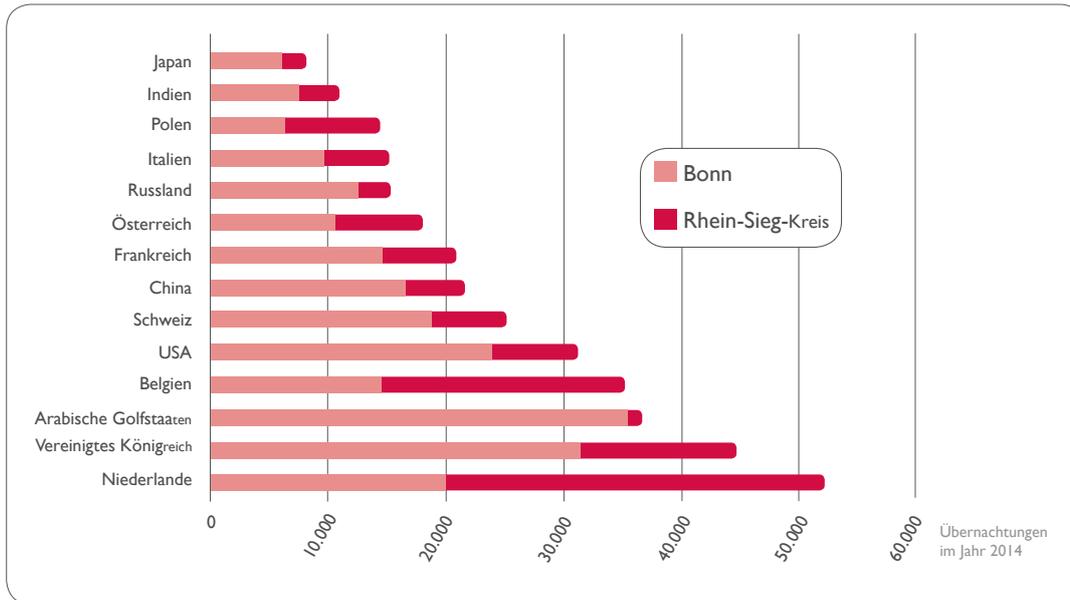


Zu den nachfragestärksten internationalen Quellmärkten der Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler gehören die Niederlande mit über 52.000 Übernachtungen/Jahr sowie das Vereinigte Königreich und Belgien. Vor allem auch aufgrund der regionalen Nähe zählen diese Märkte zu den primären Quellmärkten für die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler.

²² Vgl.: 13 Vgl. Tourismus NRW e.V. 2015, o.S.

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

Quelle: eigene Darstellung nach: IT.NRW 2016.



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

Besonders stark in den vergangenen Jahren, jedoch mit partiellen Einbrüchen aufgrund politischer und wirtschaftlicher Einflüsse, sind die Zuwächse aus Russland und den Arabischen Golfstaaten sowie Japan und China. Sie gehören zu den Zukunftsmärkten und bergen dank bereits hoher Übernachtungszahlen und weiterhin ansteigenden Zuwachsraten ein Potential für die Zukunft.

Die bundes- und landesweiten Trends bestätigen die Entwicklung in der Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler und damit die Ergebnisse der T&C.²³ Zudem werden die asiatischen Märkte insbesondere Japan als weitgehend krisenresistent eingestuft, das bedeutet, dass auch in Zukunft mit einem Anstieg asiatischer Gäste zu rechnen sein wird.²⁴

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



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

²³ Vgl.: Incoming-Tourismus Deutschland, Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Edition 2015, S.13 & 22; Jahresbericht 2014 Tourismus NRW e.V., S. 55 und IT.NRW 2015.

²⁴ Vgl.: Incoming-Tourismus Deutschland, Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Edition 2015. S.4.



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

	Vereinigtes Königreich	Niederlande	Belgien
Einwohnerzahl	63,5 Mio.	16,8 Mio.	11,2 Mio.
Auslandsreisen	61,4 Mio. Reisen	23,1 Mio. Reisen	16,8 Mio. Reisen
Deutschlandreisen	Rang 6: 2,9 Mio. / 5 % Marktanteil	Rang 1: 3,4 Mio. / 18 % Marktanteil	Rang 2: 2,0 Mio. / 12 % Marktanteil
Marktbesonderheiten	<ul style="list-style-type: none"> • Sehr umkämpfter, kostenintensiver Markt • Britische Urlauber sind sehr preisbewusst • Sehr internetaffin • Euro gilt in UK als unstabil 	<ul style="list-style-type: none"> • Krisenresistent • Hoher Stammkundenanteil • Sehr gute Zielgebietskenntnisse 	<ul style="list-style-type: none"> • Dreisprachiger Markt (NL, FR, D) • Lebensgenießer – legen großen Wert aufs Essen • Vereinsleben ausgeprägt
Reiseziel Deutschland			
Urlaubsarten			
Urlaub in Feriengebieten	14 %	35 %	23 %
Stadt- und Eventreisen	52 %	31 %	39 %
Rundreisen	21 %	12 %	15 %
Verkehrsmittel			
PKW	17 %	78 %	81 %
Bus	k.A.	3 %	3 %
Bahn	8 %	6 %	4 %
Flugzeug	62 %	6 %	5 %
Schiff	6 %	-	-
Unterkunftsarten			
Hotel	69 %	46 %	62 %
Ferienwohnung/ Pension, VFR*	9 %	23 %	9 %
Jugendherbergen	2 %	k.A.	7 %
Camping	k.A.	7 %	k.A.
Privatunterkünfte bei Verwandten oder Freunden	12 %	10 %	9 %
Buchungsverhalten			
Buchung im Voraus	92 %	68 %	85 %
Internetbuchung	85 %	56 %	66 %
Direktbuchung bei der Unterkunft	k.A.	26 %	16 %
Reisebüro	k.A.	8 %	13 %

Quelle: Quelle: eigene Darstellung nach:

Marktinformation. Incoming-Tourismus Deutschland 2016. Vereinigtes Königreich, Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.;

Marktinformation. Incoming-Tourismus Deutschland 2016. Niederlande, Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.;

Marktinformation. Incoming-Tourismus Deutschland 2016. Belgien, Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.

* Visiting Friends and Relatives

* Das statistische Landesamt erfasst Ferienhäuser, -wohnungen und -zentren ab 10 Betten.

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

Trends Tourismus

Reiseverhalten der Deutschen

Nach wie vor ist im Jahr 2015 das beliebteste Reiseziel der Deutschen das eigene Land: Rund 29 % der 69,1 Mio. Urlaubsreisen deutscher Gäste ab einer Dauer von fünf Tagen haben ein innerdeutsches Ziel. Bei den Reisen der Deutschen ins eigene Land stehen die Themen Natur, Aktiv und Sightseeing an oberster Stelle.²⁵

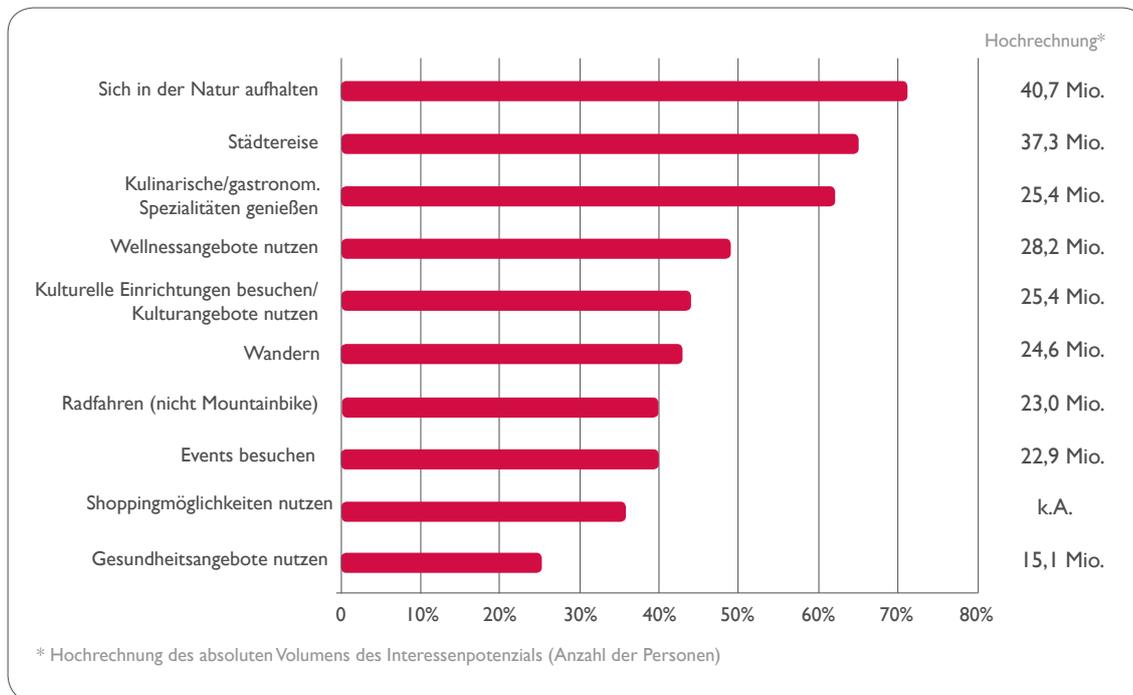


Abb.: Interessenpotenzial für die jeweilige Urlaubsart/-aktivität

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

Bei der Zahl der Kurzurlaube ist der Anteil der Inlandsreisen noch deutlich höher: Drei von Vier Kurzurlaubsreisen, werden innerdeutsch unternommen. Im Bereich der Kurzurlaube stehen vor allem Städtereisen an oberster Stelle.²⁶

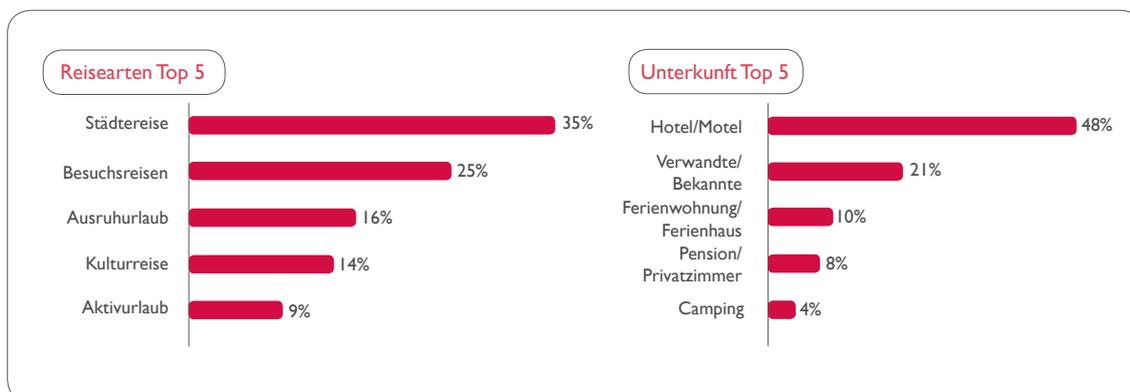


Abb.: Kurzurlaubsreisen

Quelle: FUR Reiseanalyse 2015 Erste Ergebnisse ITB Berlin – März 2015, Präsentation, F. 29.

²⁵ Vgl. ReiseAnalyse 2016. Erste ausgewählte Ergebnisse, FUR, S.2f.

²⁶ Vgl. Zahlen und Fakten 2015 zum deutschen Reisemarkt, Deutscher Reiseverband, S.31.



Sowohl die tatsächlich unternommenen als auch die in Zukunft geplanten Kurzurlaube mit Städteziel haben sich in den vergangenen zehn Jahren mehr als verdoppelt.²⁷

Informationsverhalten

In Bezug auf das Informationsverhalten der Deutschen kommt dem Internet eine immer bedeutendere Rolle zu. Allein im ersten Quartal 2015 nutzten in Deutschland 82 % der privaten Haushalte das Internet. Ein Trend, der auch an der Reisebranche nicht vorüber geht²⁸: Im Jahr 2016 haben laut FUR Reiseanalyse 61 % der Befragten das Internet schon einmal zur Information über Urlaubsreisen genutzt, 49 % sogar in den letzten 12 Monaten.²⁹

Stetig ansteigend ist auch die Bedeutung des mobilen Internets. 64 % der Bevölkerung nutzten 2015 ein Smartphone (2011: 17 %), 38 % ein Tablet (2011: 1%).³⁰

Wichtigste Informationsquelle zur Urlaubsplanung bleibt jedoch weiterhin noch der Reisekatalog (28%), gefolgt von der Beratung im Reisebüro (22%), Websites der Reiseziele (21%), Websites der Unterkünfte (19%) und Google (16%).

Abb.: Internetnutzung zur Information über Urlaubsreisen

Quelle: Vgl. VIR Daten & Fakten zum Online-Reisemarkt 2016, S 28, nach FUR Reiseanalyse 2016.

Jahr	Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren, die das Internet bereits zur Information über Urlaubsreisen genutzt hat, in %	In den letzten 12 Monaten, in %
2002	21	k.A.
2004	29	k.A.
2006	38	k.A.
2008	45	k.A.
2010	51	39
2012	55	45
2014	58	50
2016	61	49

Buchungsverhalten

Laut der FUR Reiseanalyse 2016 ist bei dem Buchungsverhalten der Deutschen der Wandel zu Gunsten von Einzelbuchungen, Unterkunftsanbietern und Internetportalen seit Jahren zu beobachten. Ursache für diese Entwicklung ist die kontinuierliche Zunahme der Onlinebuchungen, von 11 % aller gebuchten Urlaubsreisen im Jahr 2005 auf 36 % im Jahr 2015. Der Buchungsweg „per E-Mail“ kommt 2015 auf weitere 9%. Laut der Reiseanalyse ist zu erwarten, dass schon vor 2020 die Mehrheit aller Urlaubsbuchungen im Internet generiert wird.³¹

Auch in Bonn spiegelt sich dieser Trend wider. Einer Erhebung des Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus zufolge, buchten 58 % der Urlaubsgäste aus dem In- und Ausland in Bonn direkt bei der Unterkunft, 28 % bei Internet-Reiseportalen oder Buchungsplattformen und 11 % bei einem Reisebüro oder Reiseveranstalter. 51 % der Buchungen wurden Online getätigt, weitere 13% über den Buchungsweg „per E-Mail“.³²

27 Vgl. Das Reiseverhalten der Deutschen im Inland, Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., 2013, S.54.

28 Vgl. Statistisches Bundesamt, Private Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologie.

29 Vgl. VIR Daten & Fakten zum Online-Reisemarkt 2016, S 28, nach FUR Reiseanalyse 2016.

30 Vgl. VIR Daten & Fakten zum Online-Reisemarkt 2016, S 44.

31 Vgl. FUR Reiseanalyse 2016, Erste ausgewählte Ergebnisse der 46. Reiseanalyse zur ITB 2016, S.5.

32 Vgl. Ergebnisse Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2013/2014, DWIF e.V., S. 16f.

Abb.: Internetnutzung zur Buchung von Urlaubsreisen

Jahr	Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren, die das Internet bereits zur Information über Urlaubsreisen genutzt hat, in %	In den letzten 12 Monaten, in %
2002	7	k.A.
2004	11	k.A.
2006	17	k.A.
2008	24	k.A.
2010	29	16
2012	33	23
2014	37	27
2016	43	29

Quelle: Vgl. FUR Reiseanalyse 2015 Erste Ergebnisse ITB Berlin – März 2015, Präsentation, F. 48.

Differenzierung

Differenzierung ist ein Megatrend im Tourismus, der sich nicht nur auf die Zielgruppen, sondern auch auf die Produkte auswirkt. Die früher stark verbreitete, meist demografische Zielgruppenbetrachtung (beispielsweise nach Alter, Wohnort, Familienstand und Einkommen) ist nicht mehr ausreichend (siehe auch S. 31). Insbesondere bei den sogenannten Best Agern zeigt sich nach Jahrzehnten der Individualisierung sowohl ein genereller Wertewandel, als auch ein differenziertes Verhalten (beispielsweise die Inanspruchnahme von Marken und No-Name Produkten, Online und Print, rationales und emotionales Verbrauchsverhalten). Wichtig ist daher, die Lebensstile, Vorlieben, Interessen und Werte zu beleuchten. Die im Strategieplan von der T&C aufgeführten Zielgruppen, die der Zielgruppendefinition des Tourismusverbandes NRW entsprechen, werden daher verstärkt auch nach diesen Kriterien betrachtet. So werden wichtige Anhaltspunkte für die zeitgemäße Zielgruppenansprache geliefert.

Dem Verhalten der Zielgruppen entsprechend, herrscht ein starker Trend zu differenzierten Produkten. Reiseangebote „von der Stange“ werden immer seltener nachgefragt, die Nachfrage nach individuellen, dynamischen und maßgeschneiderten Programmen dagegen steigt. Die T&C hat sich schon frühzeitig auf diesen Trend eingestellt und bietet beispielsweise mit der Broschüre „Bonn Region Exklusiv“ Bausteine für maßgeschneiderte Reiseangebote und mit der Bonn Regio WelcomeCard Kombinationsmöglichkeiten von fast 50 Angeboten für Individualreisende. Auch in der Hotellerie nehmen differenzierte Produkte wie Familien-, Design- und Bio-Hotels oder Formate wie das Bonner Base Camp und die Baumhäuser des V-Hotel Bonn stetig zu.



Fazit Tourismus

Vor dem Hintergrund des aus den Bereichen Aktiv, Kultur und Freizeit bestehenden, außerordentlichen Angebots, beispielsweise mit Produkten wie **Beethoven, Museumsmeile, Tor zum romantischen Rhein, dem Natursteig Sieg** und der damit einhergehenden Anpassung der Infrastruktur (beispielsweise im Rahmen der Regionale 2010 bzw. der zurückliegenden und für den Zeitraum 2016-2019 anstehenden EFRE-Förderung) ist die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler gut aufgestellt im Wettbewerb der Destinationen. Hinsichtlich der Vermarktung des heterogenen touristischen Angebotsprofils der Tourismusregion / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler, das sich aus der zuvor vorgenommenen Betrachtung ergibt, bedarf es adäquater Strukturen, die im Kapitel „Struktur der Tourismusvermarktung“ behandelt werden.

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

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

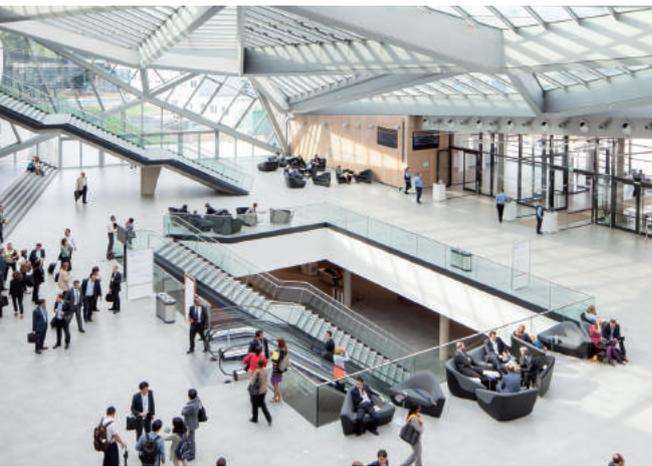
Kernzielgruppen der Region sind **Aktive Best Ager, Geschäftsreisende, Erwachsene Paare und Familien**. Für alle vier Kernzielgruppen stellt vor allem die Kombinationsmöglichkeit der Angebote aus Stadt Bonn und Region Rhein-Sieg einen wichtigen Faktor für Produkt und Vermarktung dar. Die **Verknüpfung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

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

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

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

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



KONGRESSREGION BONN/RHEIN-SIEG/AHRWEILER

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

Seit 2009 wird in Bonn und Region speziell für den Kongressbereich ein Tagungsmonitoring durchgeführt, um eine ständige Beobachtung des Tagungsmarktes zu ermöglichen. Die Datenerfassung erfolgt durch das „TagungsBarometer“, ein Instrument des Europäischen Instituts für Tagungswirtschaft. Das „TagungsBarometer“ ist eine Web-Applikation, über die monatlich Daten zum Veranstaltungsmarkt erfasst und ausgewertet werden. Insgesamt nehmen derzeit 16 Veranstaltungsstätten am TagungsBarometer teil. Ein Drittel der Häuser kommt aus dem Rhein-Sieg-Kreis, zwei Drittel aus Bonn, so dass eine Gesamtbetrachtung der Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler möglich ist. Die hierbei erfassten Daten bilden die Grundlage der folgenden Analyse der Tagungsregion.

Der Kongressstandort Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler bietet insgesamt 95 Veranstaltungsstätten (mit mindestens 30 Sitzplätzen im größten Saal bei Reihenbestuhlung).

Darunter sind 46 Tagungshotels, 34 Eventlocations und 15 große Veranstaltungszentren vertreten.

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

Angebotssituation		Nachfragesituation	
Veranstaltungsstätten gesamt*	95	Veranstaltungen	30.698
Veranstaltungszentren (VC)	15	Dauer	1,83 Tage
Tagungshotels (TH)	46	Teilnehmer	2,01 Mio.
Eventlocations (EL)	34		

*ab 30 Sitzplätzen im größten Saal

Quelle: TagungsBarometer Bonn, Europäisches Institut für Tagungswirtschaft GmbH (EITW), Management Info Mai 2016, S. 2.



Für das Jahr 2015 wurden rund 30.698 Veranstaltungen gezählt, bei denen 2,01 Mio. Teilnehmer in die Region kamen. Bei einer durchschnittlichen Dauer von 1,83 Tagen wurden über 85 Mio. Euro direkt bei den Veranstaltungsstätten generiert, wovon mehr als 30 Mio. Euro für Übernachtungen ausgegeben wurden. In den eigenen Räumlichkeiten durchgeführte Veranstaltungen („inhouse“) wurden bei der Marktanalyse nicht berücksichtigt.

Innerhalb des Segments der geschäftlich motivierten Veranstaltungen unterscheidet man zwischen den zwei verschiedenen Veranstaltungsarten Business-Veranstaltungen und Events. In Bonn und der Region ist der Anteil der Business-Veranstaltungen mit knapp vier Fünftel sämtlicher Veranstaltungen vergleichbar mit dem Bundesdurchschnitt. Events belegen lediglich mit circa 20 % den Markt.

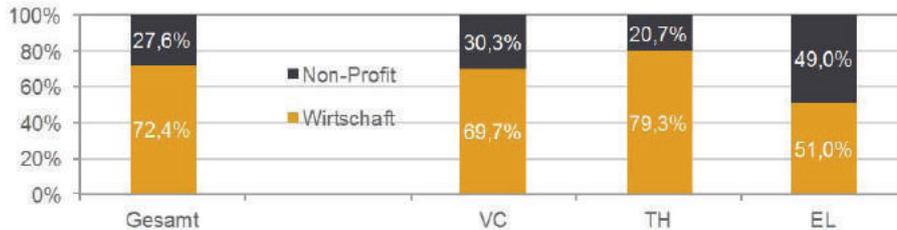


Abb.: Verhältnis Business- zu Eventveranstaltungen

Quelle: TagungsBarometer Bonn, Europäisches Institut für Tagungswirtschaft GmbH (EITW), Management Info Mai 2016, S. 7.

Die in der TagungsRegion / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler durchgeführten Veranstaltungen ziehen hauptsächlich kleinere Formate wie beispielsweise Seminare an. Knapp 80 % aller beruflich motivierten Veranstaltungen haben eine Teilnehmerzahl von bis zu 50 Besuchern.

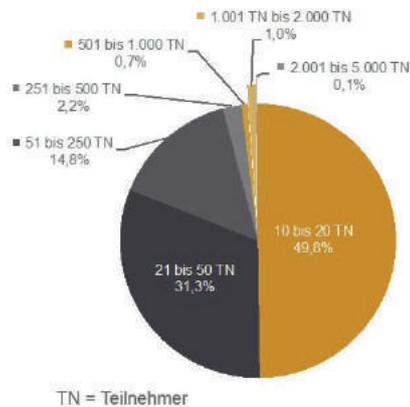


Abb.: Teilnehmer (TN) pro beruflich motivierter Veranstaltung

Quelle: TagungsBarometer Bonn, Europäisches Institut für Tagungswirtschaft GmbH (EITW), Management Info Mai 2016, S. 8.

Für den Veranstaltungsmarkt in Bonn und der Region sind besonders die Hotels, untergliedert in kleine, mittlere und große Hotels, beliebte Tagungsorte. Hier finden 70 % der Veranstaltungen statt.

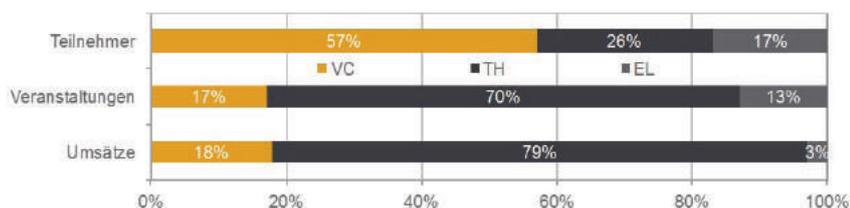


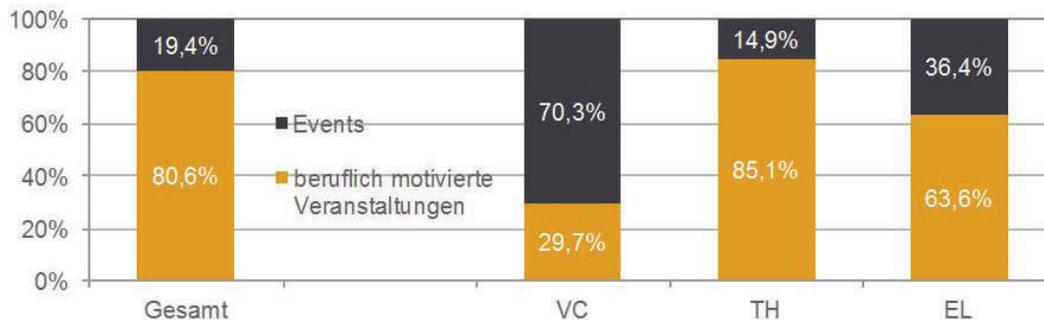
Abb.: Verteilung der Veranstaltungen auf unterschiedliche Veranstaltungsstätten

Quelle: TagungsBarometer Bonn, Europäisches Institut für Tagungswirtschaft GmbH (EITW), Management Info Mai 2016, S. 4.

Kundenanalyse

Nach der Analyse der in Bonn und der Region dominierenden Veranstaltungsformate wird mittels einer umfassenden Kundenanalyse die Nachfrageseite untersucht. Zur genaueren Betrachtung wird analysiert, aus welchen Branchensegmenten die Veranstaltungsplaner kommen, um hieraus spezifische Kundenbedürfnisse ableiten zu können. Zunächst kann festgehalten werden, dass der Hauptanteil, mehr als 70%, der Veranstalter aus der Wirtschaft kommt, lediglich knapp 30 % entstammen Nonprofit-Unternehmen.

Abb.: Verteilung der Veranstalter in der Tagungsregion



Quelle: TagungsBarometer Bonn, Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH (EITW), Management Info Mai 2016, S. 11.

Für eine detaillierte Betrachtung erfolgt die Einteilung der Veranstaltungsplaner in Branchensegmente. Der Wirtschaftsstandort schafft mit global agierenden Konzernen wie der Deutschen Telekom AG und der Deutschen Post DHL sowie den zahlreichen mittelständischen Unternehmen Synergien für internationale Tagungen und Kongresse. Aber auch die zahlreichen Einrichtungen (Universität Bonn, Hochschule Bonn-Rhein-Sieg, RheinAhr-Campus, Internationale Hochschule Bad Honnef Bonn, Fraunhofer-Institute, CAESAR sowie mehr als 200 Institutionen aus Wissenschaft und Technologie) machen die Region Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler zur idealen Plattform für wissenschaftliche Veranstaltungen. 18 UN-Sekretariate widmen sich globalen Zukunftsthemen wie Klimaschutz, Wüstenbildung, Wasserhaushalt, Boden- und Artenschutz und mehr als 150 weitere internationale Organisationen konzentrieren sich auf das Thema „nachhaltige Entwicklung“. Zudem ist Bonn mit dem ersten Sitz von sechs der 14 Bundesministerien und etwa 20 Bundesbehörden ein wichtiger Behörden- und Verbändestandort.

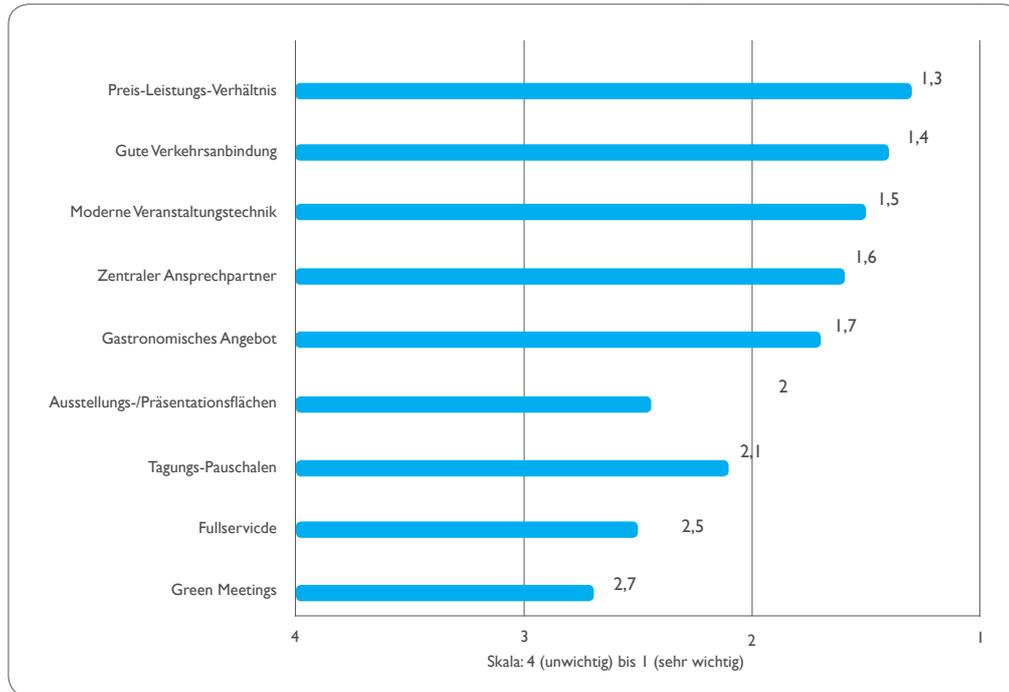
Die wichtigsten Branchen im Veranstaltungsmarkt für Bonn und die Region sind besonders IT- und Telekommunikation, gefolgt vom Bankensektor sowie der Medizin- und Pharmaindustrie. Bei den Nonprofit-Unternehmen dominieren Verbände und Politik.

Eine hohe Bedeutung kommt hierbei auch der Untersuchung der Bedürfnisse der Veranstaltungsplaner zu, um deren Anforderungen an Destinationen entsprechen zu können. Untersuchungen des Europäischen Instituts für TagungsWirtschaft zeigen, dass Preis eine hohe Bedeutung für bzw. gegen die Wahl einer Destination darstellt. Durch das breit gefächerte Angebot kann die TagungsRegion / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler diesem Anspruch standhalten.

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



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

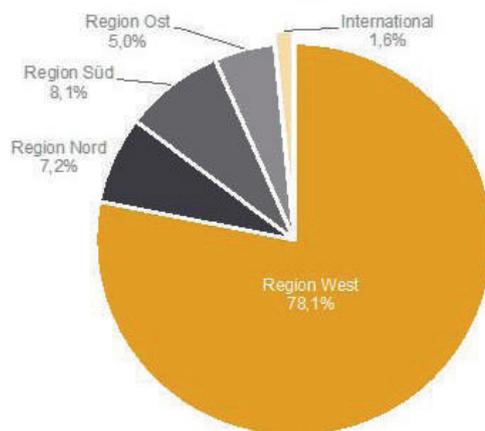


Quelle: eigene Darstellung nach: Meeting- & EventBarometer 2012, S. 17.

Quellmärkte

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

Abb.: Quellmarkt der Tagungsregion Bonn



Quelle: TagungsBarometer Bonn, Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH (EITW), Management Info Mai 2016, S. 12.
*Region West: NRW, Niedersachsen, Hessen. Region Süd: Rheinland-Pfalz, Saarland, Baden-Württemberg, Bayern. Region Nord: Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Mecklenburg-Vorpommern; Region Ost: Brandenburg, Berlin, Sachsen-Anhalt, Sachsen, Thüringen.

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

Trends Kongress

Zur Bestimmung der künftigen Schwerpunkte und Themen der T&C im Kongressbereich werden durch die kontinuierliche Marktbeobachtung und Auswertung von Marktforschungsdaten, Trends und Schwerpunktfelder der Branche erkannt, untersucht und in die strategische Ausrichtung miteinbezogen.

In enger Kooperation mit dem überregionalen Multiplikatoren-Netzwerk greift die T&C hierzu auf die Untersuchungen und Studien des German Convention Bureau, wie etwa dem Meeting- und Eventbarometer des Europäischen Institut für Tagungswirtschaft und der Trend Studie Future Meeting Space zurück.

Destination Deutschland

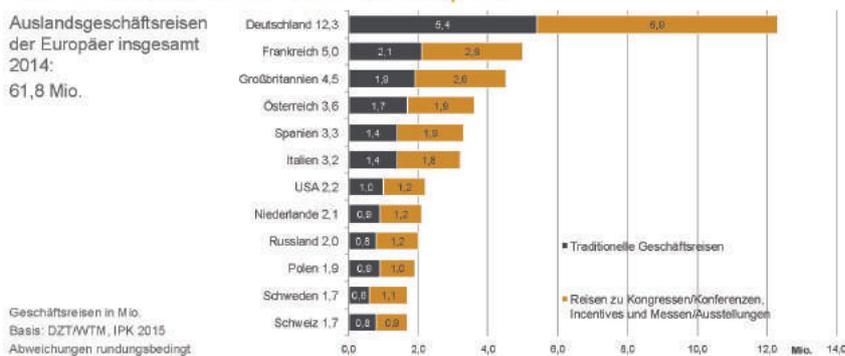
Eine seit Jahren stete Entwicklung ist die Positionierung der Destination Deutschland als Spitzenreiter unter den TOP 10 Geschäftsreisezielen in Europa. Dies bietet für Geschäftsreisdestinationen in Deutschland eine solide Ausgangsbasis, um internationales Geschäft zu akquirieren.

Abb.: Bevorzugte Tagungsdestinationen weltweit



Quelle: EITW, Veranstalterbefragung 2015.

Abb.: Top 10 der Auslandsgeschäftsreisen von Europäern



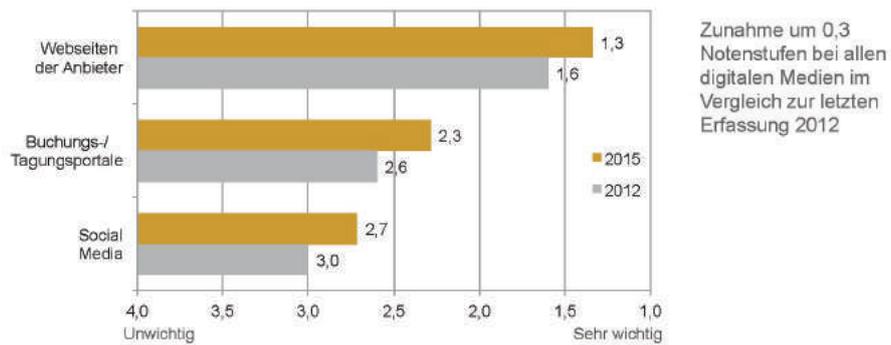
Quelle: DZT/WTM, IPK 2015.

Internet und Social Media

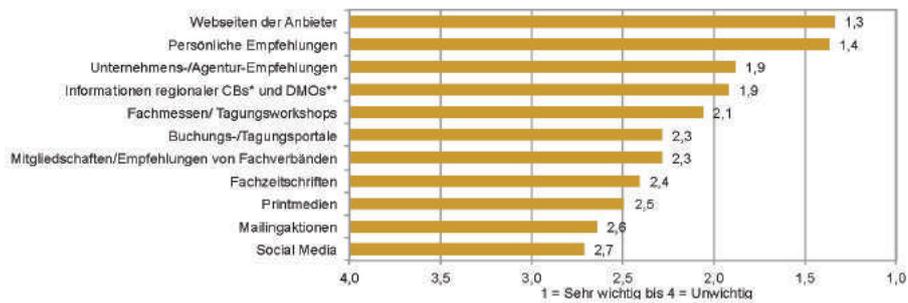
Digitale Medien verändern auch die Tagungs- und Kongressbranche. Der Trend zur Digitalisierung von Informationen ist, im 4-Jahres Rückblick betrachtet, ungebrochen.



Abb.: Frage: Welche „Wichtigkeit“ haben die folgenden Informationsquellen für Sie bei der Auswahl einer Veranstaltungsstätte bzw. eines Veranstaltungsortes?



Quelle: EITW, Veranstalterbefragungen 2013/2015.



Persönliche Empfehlungen innerhalb des Geschäftsumfeldes des Kunden und eine professionelle Webseite des Anbieters sind die wichtigsten Informationsquellen bei der Destinationswahl. Die noch im eventbarometer 2011/2012 vorhergesagte starke Bedeutung von Social Media Netzwerken für einen interaktiven Kundendialog konnte sich nicht bestätigen. Zwar nutzen mehr als 50% aller Anbieter ein Social Media Netzwerk wie etwa Facebook, jedoch dies nicht zum unmittelbaren Kundendialog.

Megatrends

Durch die Trendanalyse des Europäischen Instituts für Tagungswirtschaft konnten 3 Kernthemen identifiziert werden, welche die M.I.C.E Branche in der nahen Zukunft begleiten werden.

Technisierung

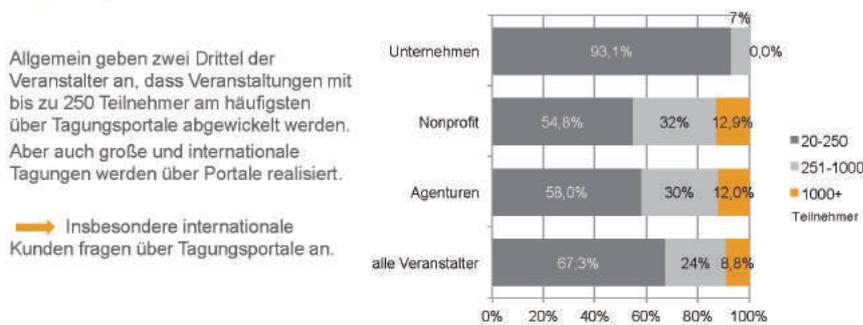


Die Bedeutung von Digitalisierung und mobiler Kommunikation ist an der Wichtigkeit, die eine ausreichende Versorgung einer Location mit WLAN für Veranstalter hat, deutlich zu erkennen. Internet-Breitbandanschlüsse, welche die Möglichkeit eröffnen, mit möglichst vielen mobilen Endgeräten gleichzeitig Online zu gehen, werden von Veranstaltern vermehrt gefordert.

Hieraus resultiert auch, dass die Veranstalter die Bedeutung digitaler Technik, wie etwa der Nutzung von mobilen Anwendungen während Veranstaltungen, eine hohe Bedeutung beimessen.

Die digitalen Medien beeinflussen auch nachhaltig die Art und Weise, wie Veranstalter Anfragen zu Tagungen an Anbieter und Destinationen richten. Zwei Drittel aller Veranstalter geben an, dass sie Veranstaltungen mit bis zu 250 Personen über Tagungsportale abwickeln. Insbesondere internationale Kunden fragen über Tagungsportale an

Abb.: Frage: Bei welcher Teilnehmeranzahl (oder Veranstaltungsgröße) werden die Buchungen für Tagungen/Kongresse am häufigsten über diese Plattformen abgewickelt? (Mehrfachnennung möglich)



Quelle: EITW, Veranstalterbefragung 2015.

Nachhaltigkeit

Die nachhaltige Entwicklung in der MICE Branche gewinnt weiterhin an Bedeutung. Veranstalter achten insgesamt stärker auf Nachhaltigkeitsanstrengungen der Anbieter. Rund 50% der Veranstaltungsplaner bevorzugen Anbieter mit einem Nachhaltigkeitsmanagement System.

Dabei werden die Nachhaltigkeitsanstrengungen der Anbieter durchaus von Seiten der Kunden als verlässliches Qualitätskriterium wahrgenommen.

Demografischer Wandel

Im Zusammenhang mit dem demografischen Wandel der Gesellschaft kommt dem Thema Barrierefreiheit auch in der Veranstaltungsbranche eine wachsende Bedeutung zu. Hier zeigt sich, dass von Seiten der Anbieter bereits entsprechende Vorarbeit geleistet wurde und viele Betriebe die Barrierefreiheit in ihren Unternehmensphilosophien verankert haben.

Bei 80 % der Anbieter ist Barrierefreiheit in der Unternehmensphilosophie verankert, aber nur 52 % der Anbieter informieren aktiv über diesen Service. Dabei benötigen Veranstalter laut den Untersuchungen des Tagungsbarometers mehr Informationen zu barrierefreien Angeboten auf den Webseiten der Anbieter.

Die Entwicklung des Gesamtmarkts schätzen Anbieter als auch Veranstalter im Rahmen einer Zukunftsprognose besser als die derzeitige Situation ein.

Aus diesen Kernthemen resultieren wiederum die Megatrends der Branche, welche die zukünftige Ausrichtung der MICE Branche beeinflussen:

- Globalisierung und Internationalisierung
- Peak Everything³³
- Urbanisierung, Stadt der Zukunft
- Demografischer Wandel, Feminisierung und Diversity
- Technisierung der Arbeits und Lebenswelt
- Nachhaltige Entwicklung
- Mobilität der Zukunft
- Sicherheit

33 Peak Everything bezeichnet die Endlichkeit aller vorhandenen Rohstoffe auf der Welt und betont die Betrachtung der Welt als geschlossenes Ökosystem.



Fazit Kongress

Die KongressRegion / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler ist ein beliebter Veranstaltungsort von Seminaren, Meetings und Kongressen. Seit Jahren wird diese Position durch die Stellung Deutschlands als führender Tagungs- und Kongressmarkt weltweit und in Europa gestützt. Durch das große Angebot an unterschiedlichen Tagungsstätten können in der Kongressregion Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler vielseitige Veranstaltungsformate abgebildet werden. Im Jahr 2015 wurden über 30.000 Veranstaltungen mit rund 2 Mio. Teilnehmern durchgeführt. Einen besonderen Anreiz bieten hier die einzigartigen **Tagungsstätten mit polit-historischem Hintergrund** wie der ehemalige Plenarsaal des Bundestages oder das Gästehaus der Bundesregierung auf dem Petersberg. Die Tagungsregion ist bei Veranstaltern besonders für beruflich motivierte Veranstaltungen, wie etwa Meetings und Seminare, beliebt. Der Hauptteil der Veranstaltungen weist eine Teilnehmerzahl bis 50 Personen auf, was besonders durch die hohe Anzahl von Seminaren, beispielsweise durch ansässige DAX-Unternehmen, die Vereinten Nationen, Nicht-Regierungsorganisationen (NGOs) und die wissenschaftlichen Einrichtungen zu erklären ist. Der hohe Anteil an wiederkehrenden Veranstaltungen ist ein Zeichen einer **starke Kundenbindung**. Das Seminargeschäft gilt es in der Zukunft durch neue Veranstaltungsstätten und -formate zu erweitern, um so die Region Bonn am Markt zu stärken. Der Hauptteil der Veranstaltungen findet in den Tagungshotels der Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler statt. Eine Stärkung der **Veranstaltungszentren**, insbesondere durch die Akquirierung großer Veranstaltungs-Formate mit einem entsprechenden Übernachtungsaufkommen, bildet einen Schwerpunkt der künftigen Marketing- und Vertriebsstrategie. So kann durch die meist längeren, großen Veranstaltungen sowohl eine bessere Auslastung der Betriebe, als auch ein Ausbau der wirtschaftlichen Effekte für die Region Bonn erreicht werden. Eine wichtige Chance bietet in diesem Segment das eröffnete Hauptgebäude des **WorldCCBonn**. Der verstärkten Bewerbung dieses zentralen Produkts im nationalen und internationalen **M.I.C.E-Markt** fällt eine besondere Bedeutung zu im Rahmen der Positionierung der Region Bonn als Tagungs- und Kongressstandort. Die meisten Veranstalter kommen aus der Wirtschaft.

Die wichtigsten Kundensegmente entstammen der IT- und Telekommunikationsbranche, der Medizin- und Pharmaindustrie und dem Banken- und Versicherungssektor. Im Nonprofit-Bereich dominieren Verbände und Politik. Eine **intensive und zielgerichtete Betreuung** dieser Schlüsselkunden bestimmt den Vertrieb der T&C. Eine der Kernaussagen der kontinuierlichen Marktforschung der T&C empfiehlt, die Akquise und die persönliche Kundenansprache auf einen Quellmarkt mit einem Radius von 200 km um die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler zu fokussieren. Zusätzlich zeigt sich auch eine **Relevanz der europapolitischen Achse Brüssel-Bonn-Berlin**. Aufgrund der Kompetenz der Tagungsregion sowohl für politische Veranstaltungen wie auch für (internationale) Verbände bietet dieser Raum ein großes Kundenpotenzial. Dies bedingt eine stärkere Ansprache internationaler Veranstalter, besonders durch Kundengespräche auf Fachmessen. Auch die Trends der Branche bilden eine Grundlage für die künftige Ausrichtung der T&C. Als wichtige Entwicklung der letzten Jahre ist hier der Trend zur intensivierten Digitalisierung zu nennen, welcher sich im Informations- und Buchungsverhalten der Tagungskunden über Anbieter-Webseiten und Tagungsportale widerspiegelt. Durch die Einführung des **Tagungsplaners** der Region Bonn mit einer interaktiven, recherchierbaren Location- und Dienstleisterdatenbank, ist die Region Bonn im Bereich Digitalisierung auf einem erfolgreichen Weg. Dies belegen die Zugriffszahlen auf die digitalen Portale der T&C. Als entscheidende Entwicklung gilt nach wie vor die zunehmende Bedeutung des Themas „nachhaltige Veranstaltungen“. Über 50% der Veranstaltungsplaner bevorzugen mittlerweile Anbieter mit einem Nachhaltigkeitsmanagement-System. Durch das **Projekt Sustainable Bonn** entwickelt die Region Bonn sukzessive eine nachhaltige **Tagungsinfrastruktur**, um die Nachfrage in diesem Segment bedienen zu können. Für die Region entscheidend ist darüber hinaus der Trend zu Tagungsmöglichkeiten im Grünen. Die idealen Kombinationsmöglichkeiten zwischen Stadt und Region werden von den Kunden häufig auch für die Gestaltung der Rahmenprogramme genutzt. Ein weiterer wichtiger Trend ist die Bedeutung von Barrierefreiheit bei Veranstaltungsbetrieben im Zusammenhang mit dem demografischen Wandel der Gesellschaft.



STRATEGISCHE PARTNER (AUSZUG)

Zur Vermarktung des regionalen touristischen Angebots, Durchführung von Maßnahmen und Umsetzung der Ziele ist für die T&C eine regionale wie auch überregionale Vernetzung von zentraler Bedeutung. Nachfolgend ein Auszug der strategischen Partner der T&C auf regionaler sowie auf überregionaler Ebene.

Regional

Tourismusvertreter der Teilregionen der Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler:

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

sowie

- Beethoven-Jubiläums Gesellschaft mbH
- Erfahrungsaustauschgruppen und Arbeitskreise Hotellerie
- DEHOGA
- GolfNet Rheinland e.V.
- IHK Bonn/Rhein-Sieg
- Hotel- und Gaststätteninnung Bonn/Rhein-Sieg
- Marketingkooperation Rhein in Flammen®
- Museumsmeilenrunde
- RadRegionRheinland e.V.
- Region Köln/Bonn e.V. Kooperationsrunde Tourismus

- Regio-Treff
- Rhein-Sieg-Kreis, Referat Wirtschaftsförderung
- Städtekooperation Düsseldorf/Köln/Bonn
- Stadt Bonn, Amt für Wirtschaftsförderung
- Sustainable Bonn Partner
- Tourismus Förderverein
- Vorstand Internationale Hochschule Bad Honnef-Bonn
- World Conference Center Bonn (WCCB)

Überregional

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





STRUKTUR DER TOURISMUSVERMARKTUNG

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



kann der föderalistische Aufbau nicht 1:1 auf die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler übertragen werden. Aus diesem Grund ist eine Zwischenebene zwischen Regional- und Lokalebene vorhanden.

Bundesebene

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

Die Unternehmensziele der DZT sind:

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

Landesebene

Touristische Vermarktung auf Landesebene erfolgt seit 1997 durch den Tourismus NRW e.V. mit Sitz in Düsseldorf als touristischer Dachverband für Nordrhein-Westfalen. Der Tourismusverband fördert die Profilierung der nordrhein-westfälischen Regionen und Orte durch übergreifendes Themenmarketing in Abstimmung mit den Leitbildern der touristischen Entwicklung in NRW und ist Bindeglied zu den Tourismus-Organisationen auf Bundes- und EU-Ebene.

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

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

Regionalebene

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

Die zentralen Unternehmensziele der T&C sind:

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

Zwischenebene

Regionalebene - Lokalebene

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

Die zentralen Ziele der Partner auf der Zwischenebene sind:

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

Lokalebene

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

Regionaler Tourismustreff

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

Die zentralen Ziele der Zusammenarbeit sowie des Regionalen Tourismustreffs sind:

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





DIE TOURISMUS & CONGRESS GMBH ALS „MOTOR“ REGIONALER VERNETZUNG

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

Weiterhin agiert die T&C im Kongressbereich als Kommunikationsmittler zwischen den Akteuren aus der gesamten Region und ist wichtige Informationsplattform. Die T&C ist darüber hinaus Multiplikator für Informationen und gibt aktuelle Trends an die regionalen Leistungsträger weiter. Die T&C versteht sich auf dieser Basis als Bündelungsstelle für ein breitgefächer-

tes Leistungsspektrum aus der gesamten Region und nicht zuletzt als Vermittlerin zwischen heterogenen Kundenbedürfnissen und maßgeschneiderten Angeboten. Auf diesem Selbstverständnis baut die T&C ihr Vorgehen und ihre Handlungsweise auf, entwickelt Marketing- und Vertriebsstrategien für die Produkte und Themen der Region und tritt gleichzeitig als Initiator verkaufsfördernder Veranstaltungen auf.



HANDLUNGSFELDER

Touristik: Destinationsmarketing und -Vertrieb

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

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

die T&C auch zukünftig an ausgewählten nationalen Messen und Workshops teil und koordiniert gemeinsame Messeauftritte regionaler Leistungsträger mit dem Ziel einer möglichst breiten und effektiven Präsenz für die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler. Dabei ist die enge Kooperation mit den strategischen Partnern von besonderer Bedeutung. Auf der Internationalen Tourismusbörse Berlin (ITB) präsentiert sich die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler beispielsweise im Rahmen der Erlebnis- und Kulturstädte Düsseldorf, Köln und Bonn gemeinsam mit den Nachbarregionen im Rahmen einer einheitlichen Standgestaltung in der NRW-Halle. Die touristischen Marketingmaßnahmen wie Messeauftritte und Workshops nutzt die T&C auch in den kommenden Jahren, um die regionalen Produkte nationalen Einkäufern zu präsentieren und für die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler neue Partnerschaften anzubahnen.

Um auf den zuvor definierten internationalen Quellmärkten eine im Rahmen der zur Verfügung stehenden Budgets optimale Präsenz zu erreichen, kooperiert die T&C mit ihrem strategischen Partner, der DZT. Gerade vor dem Hintergrund des 250. Geburtstags Ludwig van Beethovens im Jahr 2020 hat die Kooperation eine ganz besondere Bedeutung. So ist es durch die Initiative der T&C frühzeitig gelungen, „Beethoven 2020“ als Themenjahr der DZT zu platzieren. Auf der ganzen Welt vermarktet die DZT die touristische Vielfalt





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

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

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

Auch Endkunden sollen weiterhin über gezielte Marketingmaßnahmen erreicht werden. So wird beispielsweise das touristische Roadshow-Format, gemeinsam mit den

regionalen, strategischen Partnern, im definierten bundesweiten Quellmarkt fortgesetzt. Ein weiterer Ausbau der Maßnahmen für Endkunden ist in direkter Abhängigkeit zum vorhandenen Budget zu sehen.

Im Rahmen der Zukunftstrends im Informations- und Buchungsverhalten hat insbesondere der Bereich Internet und Social Media hohe Relevanz für die zukünftige Entwicklung (siehe auch „Kommunikation“). Hier ist auch in Zukunft eine kontinuierliche Weiterentwicklung entscheidend. Die Printmedien sind nach wie vor ein wichtiger Bestandteil des Destinationsmarketings und -vertriebs der T&C (Beispiel Bonn Regio WelcomeCard-Flyer). Für die Zukunft gilt es, diese noch zielgruppen- und themenspezifischer und auf die Quellmärkte auszurichten (Beispiel Broschüre Bonn Exklusiv). Ziel ist es ebenfalls, die Plattformen für Qualifizierung und Wissenstransfer zu verstärken.

Zur kontinuierlichen Verbesserung der Servicequalität ist die T&C zertifizierter Service Qualität Deutschland Betrieb. Das NRW-Projekt „Landesweite touristische Innovationswerkstatt“, an dem die T&C für die Region Bonn beteiligt ist, soll kleine und mittelständische touristische Unternehmen durch Qualifizierungsmaßnahmen in die Lage versetzen, produkt- und marktgerechte Innovationen zu entwickeln und umzusetzen.

Schwerpunkte Touristik

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



Aktivregion:

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



Beethovenstadt Bonn:

Geburtsstadt Ludwig van Beethovens
250. Geburtstag Ludwig van Beethovens im Jahr 2020



Kunst & Kultur:

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



Politisches Erbe in Bonn und Region:

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



Romantischer Rhein:

Siebengebirge, Tor zum Romantischen Rhein
und Rhein in Flammen®



Events:

Das Beethovenfest, Kirschblüte, Pützchens Markt, Siegtal Festival, Rheinbach Classics, Museumsmeilenfest und und Rhein in Flammen®





Zielgruppenansprache über Reisetemen

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

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

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

Reisetemen

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

Oberthema Aktivurlaub

Dem Thema Aktivurlaub kommt in Zukunft eine immer stärkere Bedeutung zu, insbesondere die Bestandteile Rad- und Wandertourismus sind hier starke Wachstumsfaktoren. Auch



die Nachfrage im Bereich der Golfreisen hat sich stetig positiv entwickelt. Die T&C ist aktiv mit der Vermarktung dieser Themen befasst.

Radtourismus (Schwerpunkt Aktivregion)

Die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler verfügt über ein deutschlandweit bedeutendes Radwandernetz. Im Jahr 2011 wurde auf Basis des Regionale2010-Projektes die RadRegionRheinland gegründet. Rückgrat dieses Radnetzes ist der Rheinradweg. Auf mehr als 900 Kilometern und damit auf seinem größten Abschnitt verläuft dieser durch Deutschland. Auf diesen zentralen Elementen bauen sich die Radwege entlang der Flusslandschaft „rechts und links des Rheins“ sowie das flächendeckende Knotenpunktnetz der RadRegionRheinland auf.

Die T&C ist gemeinsam mit der Stadt Bonn sowie dem Rhein-Sieg-Kreis Mitglied in der RadRegionRheinland und unterstützt bei dem operativen Geschäft (Pflege von Inhalten, Routen, Teilnahme an Sitzungen). Individuelle und geführte Routen mit Übernachtung in fahrradfreundlichen Betrieben sind über die T&C-Partner-Reiseveranstalter buchbar (AMEROPA, Radissimo, DERTOUR). Zusätzlich ist die T&C Projektpartner der linksrheinisch verlaufenden Wasserburgen-Route. Zur Bewerbung der Route sind Broschüren produziert und ein online-Auftritt entwickelt worden (www.die-wasserburgen-route.de).

Weiterhin Trend-Thema ist die Schaffung von E-Bike-Angeboten. Mittelfristig geht

die Branche davon aus, dass der E-Bike-Markt in Deutschland einen Anteil von 15% erreicht. Speziell für die Teilregionen mit topographisch etwas anspruchsvolleren Strecken wurde im bergischen Bereich eine E-Bike-Region initiiert. Hier wurde das Radwegenetz durch zusätzliche Streckenauszeichnungen für E-Bike-Touren ergänzt.

Im Rahmen der Schaffung nutzerfreundlicher Infrastruktur und den Trends im Informationsverhalten entsprechend, bietet die RadRegionRheinland eine interaktive Tourenkarte sowie die kostenlose Navigations-App „QuoRadis“. Für die Region Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler sind Fahrradrouten enthalten, welche die touristischen Themen wie Natur, Kultur, Politisches Erbe oder Genuss multimedial verknüpfen. Ziel für die Zukunft bleibt es, die Raddestination Rheinland als Reise- und Naherholungsziel bekannter zu machen und die regionalen Angebote weiter zu entwickeln.

Wandertourismus (Schwerpunkt Aktivregion)

Die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler bietet vielfältige Möglichkeiten im Segment des Wandertourismus. So verbindet der Rheinsteig® anspruchsvolle und abwechslungsreiche Wege von Wiesbaden bis Bonn auf der rechten Seite des Rheintals auf rund 320 Kilometern Wegstrecke. Der Natursteig Sieg bietet fast 200 km pures Wandervergnügen durch eine abwechslungsreiche Landschaft. Der Qualitätsfernwanderweg „Bergischer Weg“ bietet Verbindungswege auf den Rheinsteig und den Natursteig Sieg und der 116 Kilometer lange Römerkanal-





Wanderweg führt auf insgesamt sieben Etappen von Nettersheim nach Köln. Auch die Landschaft und Berge des Siebengebirges, des ältesten deutschen Naturschutzgebiets, sind ein Highlight des Wandertourismus.

Die T&C vermarktet die wandertouristischen Möglichkeiten der Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler gemeinsam mit ihren strategischen, regionalen Partnern und leitet die regionalen Produkte in die entsprechenden Vertriebskanäle. Hierzu zählt die Einbindung in das Landesmarketing NRW, die Aufnahme in diverse Programmroschüren, der Vertrieb von Pauschalangeboten der Gastgeber sowie die Bewerbung über Reiseveranstalter.

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

Golftourismus (Schwerpunkt Aktivregion)

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

Golfnat Rheinland zusammengeschlossen. Die T&C bringt in diesen Zusammenschluss das Golfangebot aus Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis mit ein.

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

Oberthema Städte- und Kulturreisen

Städtereisen liegen wie bereits beschrieben weiterhin im Trend. Bei den Kurzurlaubsreisen (zwei bis vier Tage Dauer) ist die Städtereise mit 35 % die häufigste Urlaubsform. Dabei werden auch die verschiedenen Bestandteile der Städtereise wie Kultur, Events und Shopping immer wichtiger. Die T&C ist aktiv mit der Vermarktung dieser Themen beschäftigt.

Eventreisen (Schwerpunkte Beethoven, Kunst & Kultur)

Die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler bietet vielfältige Veranstaltungen, ob für Kunst- und Kulturinteressierte, Sportbegeisterte, Karnevalisten, Familien mit Kindern oder Fans der klassischen und Pop-Musik. Die T&C vermarktet die Veranstaltungen der Region mit Marketing- und Vertriebsaktivitäten und Partnern aus allen Bereichen der Reiseindustrie. Darunter sind beispiels-



weise die Veranstaltungen Karneval, Rhein in Flammen®, Museumsmeilenfest, Beethovenfest, Pützchens Markt, Rheinbach Classics, Kirschblüte, Siegtal Festival und die Weihnachtsmärkte in Bonn und der Region. So wird beispielsweise die Veranstaltung Rhein in Flammen® bundesweit in Kooperation mit dem Reiseveranstalter REWE Reisen beworben. Auch im DERTOUR Event-Scout sind Highlights aus der Region enthalten. Darüber hinaus platziert und bewirbt die T&C die Veranstaltungen aus Bonn und der Region in jährlich rund elf Mio. Reisekatalogen. Gemeinsam mit der Museumsmeile Bonn führt die T&C jährlich ein großes Gewinnspiel zum Museumsmeilenfest auf der ITB durch. Im Bereich des Bonner Weihnachtsmarkts ist insbesondere der Anteil der angebotenen Flusskreuzfahrten angestiegen. Im Rahmen der Landesvermarktung NRW werden beispielsweise Veranstaltungen auch im NRW Reisemagazin beworben. Eine nach Themen selektierbare Auswahl von Veranstaltungen sowie jahreszeitliche Tipps stellt die T&C zudem auf ihrer Webseite www.bonn-region.de bereit. Für die Zukunft ist neben der Fortführung der bestehenden Vermarktung und der Erhöhung des touristischen Anteils bei den regionalen Events auch die touristische Vermarktung weiterer Veranstaltungen geplant. Das Beethoven-Jubiläum im Jahr 2020 wird hier frühzeitig in die Planungen integriert. Der touristische Direkt-Vertrieb, der im Bereich Events eine immer größere Rolle spielt, soll kontinuierlich ausgebaut werden. Hier konnte mit dem Direkt-Reiseveranstalter Berge & Meer ein weiterer wichtiger Kooperationspartner für die nächsten Jahre gewonnen werden.

Kulturreisen/Musikreisen (Schwerpunkte Beethoven, Kunst & Kultur)

Die T&C vermarktet die „Beethovenstadt Bonn“ im In- und Ausland. Der Tourismus-Magnet Beethoven ist Alleinstellungsmerkmal und zentrales Thema bei den Marketing- und Destinationsvertriebsaktionen (Print- und Onlinemedien, Pauschalangebote und Rahmenprogramme, Messeauftritte, Produkte Bonn Regio WelcomeCard und iTour Guide, Merchandising). Basis bildet die Zusammenarbeit mit den regionalen Akteuren von Beethovenfest, Beethoven-Haus und Beethoven-Orchester sowie der Beethoven-Jubiläums Gesellschaft mbH. Dabei werden die erfolgreichen gemeinsamen Projekte wie Messepräsentationen, Gruppenangebote (beispielsweise zu den Konzerten des Beethovenfestes), Fam Trips, verkaufsfördernde Maßnahmen und Sonderaktionen kontinuierlich fortgesetzt. Die T&C platziert das Thema „Beethovenstadt Bonn“ mit den verschiedenen Akteuren in jährlich rund zehn Mio. Reisekatalogen. Zu den Rahmenprogramm-Highlights zählten neben dem Beethoven-Haus und Führungen auf Beethovens Spuren insbesondere Ausflüge in die Region Rhein-Sieg (Schloss Drachenburg und Drachenfels) sowie Schifffahrten auf dem Romantischen Rhein.

Ziel für die Zukunft ist es, die Marke Beethovenstadt Bonn gerade vor dem Hintergrund des 250. Geburtstags im Jahr 2020 und der damit verbundenen nationalen und internationalen Aufmerksamkeit schlagkräftig





tig zu positionieren und gebündelt in den definierten Quellmärkten zu vermarkten (siehe auch Ausführungen unter Vision). Den Trend zum neuen Informationsverhalten der Reisenden aufgreifend, ist die T&C zudem an neuen Produktentwicklungen wie beispielsweise Beethoven-Apps beteiligt.

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

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

Trips und Pauschalangebote für Individualreisende und Gruppen durchgeführt. Die Museumsmeile Bonn sowie das LVR LandesMuseum sind beispielsweise Aussteller auf dem Gemeinschaftsstand Düsseldorf/ Köln/Bonn auf der weltgrößten Tourismusmesse, der ITB. Das Thema Politisches Bonn und Region mit der Dauerausstellung und Wechselausstellungen im Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland sowie den Besichtigungsmöglichkeiten in authentischen, zeithistorischen Orten wie Palais Schaumburg, Kanzlerbungalow, Villa Hammerschmidt, ehemalige Botschaften und Adenauer-Haus in Rhöndorf erfreut sich einer immer größer werdenden Beliebtheit. Auch die Ausstellungen in der Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland erfreuen sich einer außerordentlichen Popularität bei den Zielgruppen der Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler. Im Rahmen der touristischen Bewerbung der Schwerpunkte Kunst & Kultur sowie Politisches Erbe sollen für die Zukunft die bestehenden Maßnahmen weiter ausgebaut werden. Zusätzlich werden neu geschlossene Kooperationen mit Veranstaltern wie AMEROPA Kunst & Kultur intensiviert. Auch neue Angebotsformate sollen entwickelt werden.

Touristisches Themenjahr BTHVN 2020

Jährlich ergänzen spezielle Themenjahre die touristischen Aktivitäten der T&C. Dabei sind das Zusammenwirken und die Abstimmung



Touristische Themenjahre im Überblick:
2017: Luther- 500 Jahre Reformation
2018: Kulinarisches Deutschland
2019: 100 Jahre Bauhaus - 200. Geburtstag von Theodor Fontane
2020: 250. Geburtstag von Ludwig van Beethoven

zung mit den strategischen Partnern der T&C, sowohl auf regionaler wie auch auf überregionaler Ebene, enorm wichtig. Die DZT präsentiert beispielsweise mit jährlich wechselnden Themenjahren und ergänzenden Schwerpunktthemen die Vielfalt des Reiselandes Deutschland weltweit. Die T&C prüft Überschneidungen der DZT-Themenjahre mit den definierten Schwerpunkten der Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler, greift diese Themenjahre bei vorhandenen Überschneidungen in ihren Planungen auf und nutzt die entstehenden Synergien. Dabei profitiert die T&C von der gebündelten Darstellung des thematisch passenden, touristischen Angebotes.

Für das Jahr 2020 hat die DZT das touristische Themenjahr „250. Geburtstag von Ludwig van Beethoven“ ausgerufen. Die DZT bewirbt den Geburtstag in enger Abstimmung mit den regionalen Akteuren in einer internationalen Themenkampagne. Vor dem Hintergrund des Jubiläumsjahres wird die Beethoven Jubiläums Gesellschaft mbH einen inhaltlichen Bogen von Beethovens Musik zu aktuellen gesellschaftlichen Identitäts- und Zukunftsfragen spannen anhand der folgenden programmatischen Schwerpunktthemen: Beethovens Bonner Zeit (authentische Orte und Beethovens Entwicklung zum eigenständigen Künstler), Beethovens Kunst (Fokus auf sein radikales Künstlertum und Betrachtung seiner Schlüsselwerke), Beethovens Sozialutopien (Beethovens gesellschaftskritische Positionen mit ihrer universellen Bedeutung) und die Zukunft klassischer Musik (Auseinandersetzung mit zeitgemäßen Formen der Inszenierung klassischer Musik). Weitere Themen werden mit entsprechen-

dem Vorlauf gemeinsam mit den regionalen strategischen Partnern der T&C erarbeitet und durchgeführt.

Touristisches Projekt Rhein in Flammen®

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

2016 konnten mit dem Jubiläum „30 Jahre Rhein in Flammen®“ wichtige Impulse gesetzt werden und neue Kooperationspartner gewonnen werden. Das Beethoven Jubiläum 2020 wird bereits in den kommenden Jahren Einfluss auf die Gestaltung von Rhein in Flammen® haben.

Für die nächsten Jahre soll insbesondere die touristische Relevanz der Veranstaltung noch weiter gesteigert werden. Ziel ist es, die Anzahl der touristischen Besucher insgesamt und insbesondere den Anteil der Übernachtungsgäste weiter zu erhöhen.





Kongress: Destinationsmarketing und -Vertrieb

Im Rahmen der Neuorganisation des Kongressstandortmarketings wurde bei der T&C ein Convention Bureau als neutraler Destinationsvermarkter für die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler und Servicestelle für Kongress- und Tagungskunden implementiert.

Um die zukünftige Schlagkraft der Marketing- und Vertriebsmaßnahmen für den Standort zu erhöhen, können sich private Akteure leistungsbezogen an den Maßnahmen des Bonn Region Convention Bureau beteiligen. Ein regelmäßiger, persönlicher Kundenkontakt bildet neben dem Fokus potenzielle Kunden in die Region Bonn zu bringen, auch in Zukunft den Schwerpunkt des Destinationsvertriebs Kongress.

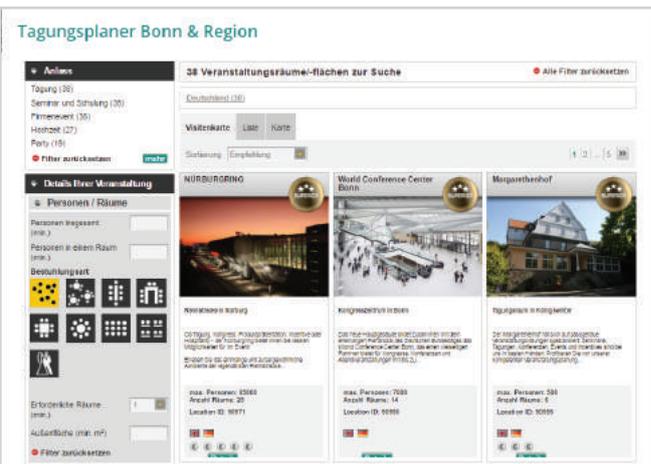
Dieser wird permanent und zielorientiert auf Basis von Marktforschungsergebnissen bewertet, justiert und ausgebaut um den Marktentwicklungen der nächsten Jahre Rechnung zu tragen. Für die nächsten Jahre greift der Destinationsvertrieb Kongress die Intensivierung der Aktivitäten im Bereich Beratung und Vermittlung auf. Dem nationalen Trend folgend spielen die Kompetenzfelder der Destination Region Bonn hierbei eine wichtige Rolle. Die Herausstellung des Kompetenzfeldes Nachhaltigkeit am Standort Region Bonn dient so beispielsweise der Akquise und Realisierung nachhaltig ausgeglichener Veranstaltungsformate.

Weitere Vermittlungskernthemen und Beratungsschwerpunkte, die einen zusätzlichen Mehrwert für Bonn und Region darstellen, sind Großveranstaltungen inklusive Rahmenprogramm, sowie Seminare und Tagungen,

Die Planung und Konzeption der Marketing- und Vertriebsmaßnahmen erfolgt auf Basis der zuvor geschilderten Zielgruppenorientierung sowie der ausführlichen Quellmarkt- und Kundenpotentialanalyse (TagungsBarometer). Analog zur Kernaussage des TagungsBarometers setzt das Convention Bureau der T&C den Fokus der Akquise und persönlichen Kundenansprache auf die Quellmärkte im Radius von 200 km um die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler insbesondere also auf die Ballungsräume von Köln, Düsseldorf, Ruhrgebiet bis in die Rhein-Main-

Region (z.B. Frankfurt). Aufgrund ihrer strategischen Bedeutung ist auch die europapolitische Achse Brüssel – Bonn - Berlin im Fokus der Vermarktung.

Im Rahmen des Marketing-Mix nimmt die T&C auch in Zukunft an ausgewählten Messen und Workshops teil. Die Kongress-Region Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler wird beispielsweise auf der wichtigsten Fachmesse für Meetings und Incentive-Reisen in Deutschland und Europa, der IMEX, durch das Convention Bureau mit eigenem Messestand präsentiert. Neben der IMEX wird die Kongressregion Bonn durch die T&C auf einer weiteren international bedeutenden Leitmesse der MICE-Branche in Barcelona



vertreten, der EIBTM. Site Inspections und Inforeisen sollen darüber hinaus Kongressveranstaltern die Möglichkeit bieten, die Vielfältigkeit der Kongressregion / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler persönlich vor Ort zu erleben. Im Zusammenspiel mit den strategischen Partnern werden in den nächsten Jahren zielgerichtete Maßnahmen durchgeführt. Insbesondere das GCB, welches Deutschland national und international als Standort für Kongresse, Tagungen, Events sowie Incentives vermarktet, wirkt hier als Schnittstelle zwischen Veranstaltern von Kongressen und Anbietern des deutschen Tagungsmarktes. Den Trend zum Informationsverhalten im Internet aufgreifend, wird die Webseite der T&C in den nächsten Jahren kontinuierlich weiterentwickelt. So ergänzt der in die T&C-Webseite integrierte „Tagungsplaner“ schon heute die Online-Publikationen der T&C um die Funktionalität einer nach jeglichen Anforderungen recherchierbaren Tagungsdatenbank. Die T&C-Webseite wird auch im Kongressbereich als eine zentrale und benutzerorientierte Informations- und Kommunikationsplattform ausgebaut werden (siehe Kommunikation). Die Digitalisierung von Informationen spielt branchenübergreifend eine wichtige Rolle. Im Hinblick auf eine kundenorientierte Kommunikation setzt die T&C die Bereitstellung von digitalisierten Flyern und Broschüren im Rahmen der Kundenansprache konsequent fort. Zentrales

Leitmedium bei der Ansprache von Tagungs- Kongress- und Eventveranstaltern ist unter anderem, der als E-Paper verfügbare Meeting Guide welcher auch als Vermarktungskanal für die regionalen Leistungsträger und Partner zur Verfügung steht.

Ziel bleibt es für die nächsten Jahre, die Marktpräsenz von Bonn und Region weiter auszubauen und dabei die Zukunftstrends der Kongress- und Tagungsbranche wie etwa Green Meetings, Technologisierung und Barrierefreiheit zielführend aufzugreifen.



Schwerpunkte Kongress

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



Innovative Wissensregion:

Ideale Plattform für wissenschaftliche Veranstaltungen u.a. zu den Themen Kommunikation, Logistik, IT



Konferenzstandort der Nachhaltigkeit:

Kompetenzzentrum für Nachhaltigkeit und Umwelt



Politisches Bonn und Region:

Zweites politisches Zentrum der Bundesrepublik Deutschland



UN-Standort:

Einziges UNO-Stadt in Deutschland und Heimat vieler Nicht-regierungsorganisationen aus dem internationalen Umfeld



Wirtschaftsregion:

Konzernzentralen, global agierende Wirtschaftsunternehmen



Sustainable Bonn – Konferenzstandort der Nachhaltigkeit

Mit dem bei der T&C angesiedelten Projekt „Sustainable Bonn – Konferenzort der Nachhaltigkeit“ wird angestrebt, auch die Durchführung und das Umfeld von Konferenzen nachhaltiger auszurichten und in der Region eine nachhaltige Tagungsinfrastruktur zu entwickeln. Die teilnehmenden Unternehmen werden im Rahmen von Workshops zu relevanten Nachhaltigkeitsthemen sensibilisiert. Eine externe Umweltagentur berät und erstellt nach Einzelterminen und gemeinsamen Workshops individuelle Maßnahmenpläne zur eigenverantwortlichen Umsetzung. Entsprechend der dargestellten Trends ist das Thema Nachhaltigkeit für die zukünftige Entwicklung im Bereich Kongress von großer Bedeutung. Gerade in diesem Zusammenhang wird das große Potenzial des speziellen Projektansatzes von Sustainable Bonn für die Region deutlich: Nicht einzelne Veranstaltungen, sondern die kongressrelevante Infrastruktur wird dabei anhand nachhaltigen Kriterien zertifiziert. Der bereits in Bonn und der Region angesetzte niederschwellige Projektansatz hat Vorbildfunktion über die Region hinaus. So kooperiert die T&C gemeinsam mit der Stadt Bonn im Rahmen einer Projektpartnerschaft mit den Partnerstädten Bucharu (Uzbekistan) und Chengdu (China) im Hinblick auf eine Etablierung des Projektansatzes im Ausland. Im Rahmen der Qualifizierungsoffensive „MICE Markt der Zukunft“, des mit EFRE-Mitteln geförder-

ten Projekts des Tourismusverband NRW nimmt Sustainable Bonn eine Pilotfunktion für weitere touristische Teilregionen in NRW wahr. Im Rahmen des Projekts werden durch einen wissenschaftlich begleiteten Entwicklungsprozess, Nachhaltigkeitsstandards für touristische Leistungsträger in NRW entwickelt und an den bereits durch Sustainable Bonn zertifizierten Häusern getestet und evaluiert. Vorbildcharakter demonstriert das Projekt Sustainable Bonn auch für ähnlich gelagerte Green Meetings Initiativen im europäischen Ausland. So konnte das Projekt beratend beim Aufbau eines Nachhaltigkeitskonzepts für die Tagungs- und Kongressinitiative von Luxemburg tätig werden.

Auch im Bereich Kongress setzt die T&C ihren Schwerpunkt auf die Destinationsvermarktung sowie bei ihren Dienstleistungen auf die Vermittlung und Koordination von Partnerdienstleistungen und den Bereich Beratung, beispielsweise bei der Realisierung nachhaltig ausgerichteter Veranstaltungen. Dies schafft eine höhere Frequenz auf dem Markt und gleichzeitig mehr Effizienz bei der Vermarktung der Kongressdestination Region Bonn. Neue Produkte aus dem Bereich Konferenzwesen, wie der Erweiterungsbau des WCCB, bieten weitere Chancen für die Vermarktung der Region. Es sind in diesem Zusammenhang große internationale Formate wie z.B. die Weltklimakonferenz (Cop 23) zu nennen, wo davon auszugehen ist, dass diese wiederkehren und weitere hinzukommen. Dies hat einen nicht unerheblichen Einfluss auf die kongressbezogene Entwicklung der Region





Bonn und damit auch auf die T&C. Hier sind insbesondere die Punkte Aufstellung/Ausstattung wie auch die Bereiche Umsatzentwicklung und Marketing zu nennen.

Kommunikation

Die T&C arbeitet auch in Zukunft mit nationalen und internationalen Journalisten und Medien aus den Bereichen Print, Funk, Fernsehen und Online zusammen. Ziel ist es, die Themen der Region möglichst weit zu verbreiten und das Image von Bonn und der Region nachhaltig weiter auszubauen. Themen aus der Region werden nicht nur über jährlich mehrere Pressekonferenzen und zahlreiche Pressemitteilungen verbreitet. Der Bereich Social Media transportiert Nachrichten aus Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis über Blogs, Facebook oder auch Twitter. So werden beispielsweise aktuelle Veranstaltungen und spezielle Tipps kurzfristig bei Facebook gepostet oder getwittert. Ergänzt wird die Pressearbeit durch Reisen für Journalisten und Blogger zu Themen aus der Region.

Zudem verfügt die T&C über ein Online-Buchungssystem. Dieses soll neben Unterkünften bald auch Pauschalangebote, oder Veranstaltungen sowie ein Shop-System enthalten. Schon jetzt kann das System auch mit dem Smartphone genutzt werden. Basierend auf einem Customer-Relationship-Management-System(CRM) ist es möglich, bestimmte Zielgruppen für die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler zu selektieren und auch gezielt anzusprechen. Durch Auswertung des Klickverhaltens werden spezifische Kundeninteressen erkennbar.

EFRE-Förderprojekte Qualifizierungsoffensive: MICE- Markt der Zukunft

Die Qualifizierungsoffensive hat die Stärkung und Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der MICE*-Anbieter im Segment der kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) im Fokus.

Dabei werden die beiden Aspekte:

- der Nachhaltigkeit (Kosten- und Ressourcenminimierung durch nachhaltiges Wirtschaften)
- der Früh-Navigation in Richtung Zukunft (Optimale Ausrichtung auf zukünftige Veranstaltungsformate)

untersucht und mit Maßnahmen hinterlegt.

Landesweite touristische Innovationswerkstatt

Um die Qualität und Innovationsfähigkeit touristischer Unternehmen zu steigern, beteiligt sich die T&C gemeinsam mit zehn weiteren regionalen Tourismusorganisationen in Kooperation mit dem Tourismusverband NRW als Projektträger am Projekt „landesweite touristische Innovationswerkstatt“. Mithilfe von Workshops, Seminaren und Coaching sollen die Unternehmen Impulse für die strategische Umsetzung von innovativen Ideen erhalten. Zudem soll die Netzwerkbildung in der gesamten Region angeregt werden, um den Austausch zwischen den klein- und mittelständischen Unternehmen und der Region zu fördern und regionale Synergien zu erschließen.

Mit dem **Römerkanal-Informationszentrum** am Römerkanalwanderweg und der **Apfelroute** in der Region Rhein-Voreifel sind zwei weitere EFRE-Förderprojekte 2017 einsatzbereit.

ZIELE 2017-2021

Zusammenfassend hat die T&C für die Jahre 2017-2021 ihre Ziele definiert. Hierbei wird eine Differenzierung zwischen qualitativen und quantitativen Zielen vorgenommen. Innerhalb der qualitativen Ziele erfolgt eine weitere Differenzierung zwischen unternehmensinternen Zielen und Zielen für die Bereiche Tourismus und Kongress.

Qualitative Ziele

Tourismus & Congress GmbH
(unternehmensintern)

- Stärkere Nutzung der Synergieeffekte zwischen Bonn und Rhein-Sieg-Kreis
- Stetige Anpassung der Ausrichtung der T&C an die touristischen Rahmenbedingungen und Kundenbedürfnisse (Digitalisierung)
- Konstanter Ausbau der Binnenmarketing-Maßnahmen
- Stellenwert der Bereiche Tourismus und Kongress bei den politischen Gremien kontinuierlich stärken
- Verbesserung der finanziellen Rahmenbedingungen der T&C zur Vermarktungssteigerung
- Steigerung der Qualitätsstandards in den Bereichen Tourismus und Kongress in Kooperation mit den regionalen strategischen Partnern
- Intensivierung des Wissenstransfers und Erfahrungsaustauschs auf allen Ebenen (Bundes-, Landes-, Regional-, Lokalebene)
- Steigerung der Effizienz in der Vermarktung
- Alleinstellungsmerkmal stärker nutzen und herausstellen, z.B. zentrale Lage in Europa
- Weiterentwicklung des neuen Hotelreservierungssystems „Deskline“
- Ausbau der dynamischen Reiseleistungen sowie Pauschalbuchbarkeit im System „Deskline“
- Einführung von neuen Veranstaltungsformaten für Bonn Börse und Rhein-Sieg Börse
- Weiterentwicklung von Veranstaltungsformaten für Endkunden wie touristische Roadshows
- Effektivere Konzentration auf die definierten Zielgruppen
- Generell stärkere Bedienung der Endverbraucher durch touristische Messeauftritte und Medien*

- Ausbau des Projektes Sustainable Bonn*

Tourismus

- Steigerung der Effizienz in der Beethovenvermarktung durch Nutzung regionaler Synergieeffekte (Bonn/ Rhein-Sieg Kreis)
- Verbesserung der nationalen und internationalen Positionierung als Aktivregion, Kunst- und Kulturregion, Region des politischen Erbes und Tor zum Romanischen Rhein, analog der definierten Schwerpunkte
- Ausbau der Vermarktung der touristischen Oberthemen Aktivurlaub und Städte- und Kulturreisen mit ihren Bestandteilen wie Rad-, Wanderreisen sowie Event-, Kunst-, Kultur-, Musikreisen national und international
- Ausbau der touristischen Marketing- und Vertriebsaktivitäten
- Ausbau eines übergreifenden touristischen Images in der öffentlichen Wahrnehmung,
- Intensivierung der Vermarktung der neu geschaffenen Produkte (beispielsweise Natursteig Sieg, Apfelroute, RadRegion-Rheinland, Römerkanal-Informationszentrum, Drachenfels)
- Nachhaltige Sicherstellung der Vermarktung der neu geschaffenen Produkte
- Ausbau der touristischen Vernetzung in der Region auf Basis der vorhandenen Strukturen
- Intensive Kommunikation im Hinblick auf die Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur
- Einbindung von Trends zum Informations- und Buchungsverhalten in die gesamt-touristische Vermarktung (beispielsweise Themen Social Media, digitales Content-Marketing, Buchungstechnologien)
- Ausbau und Stärkung der Kooperation mit privaten Partnern
- Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit von touristischen KMUs durch landesweit abgestimmte Qualifizierungsmaßnahmen im Förderprojekt Innovationswerkstatt (u.a. Digitalisierung, Reisen für Alle)
- Ausbau der Qualitätsstandards zur nachhaltigen Stärkung der Destinationsvermarktung

Die mit * gekennzeichneten Ziele sind unter den derzeitigen Rahmenbedingungen der T&C nicht bzw. nur eingeschränkt umsetzbar, da aktuell die finanziellen und personellen Ressourcen fehlen.



- Verbesserung der nationalen und internationalen Positionierung als touristische Destination und Beethovenstadt vor dem Hintergrund BTHVN 2020, sowie die Intensivierung der internationalen Marktbearbeitung*
- Einbindung der T&C in die Entwicklung einer Vermarktungsstrategie für das Beethoven Jubiläum 2020*
- Intensivierung der internationalen Marktbearbeitung in den Sekundär- und Zukunftsmärkten*
- Marktforschung im Bereich der touristischen Region als Basis für die zukünftige Ausrichtung*
- Klare strategische Positionierung im Social Media Bereich*
- Ausbau der T&C im Bereich Kundenservice für die Betreuung von nationalen und internationale Großveranstaltungen*
- Erhöhung des Bekanntheitsgrades als Kompetenzzentrum und Tagungsort für nachhaltige Themen*

Quantitative Ziele

Congress

- Stärkere nationale und internationale Positionierung als Kongressstandort
- Ausbau der kongressrelevanten Marketing- und Vertriebsaktivitäten
- Auslastung der Veranstaltungsstätten erhöhen
- Weitere Etablierung des Convention Bureaus auf dem nationalen und internationalen Tagungsmarkt als neutraler Destinationsvermarkter
- Einbindung von Trends wie z.B. Tagen in Deutschland in die Kongressvermarktung (Digitalisierung, Technisierung, Barrierefreiheit)
- Schwerpunkt auf Ansprache von nationalen Tagungskunden im Umkreis von 200 km sowie Berlin
- Schwerpunkt auf Ansprache von internationalen Tagungskunden im ersten Schritt am Standort Brüssel sowie auf internationalen Messen
- Ausbau der Schlüsselkundenbetreuung Kongress analog der Markterhebungen
- Ausbau und Stärkung der Kooperation mit privaten Partnern
- Stärkung von Anbietern hinsichtlich zukunftsweisender Tagungsformen im Förderprojekt MICE Markt der Zukunft (u.a. Nachhaltigkeit)
- Stärkere Vermarktung der Kongressdestination vor dem Hintergrund der WorldCCBonn-Erweiterung (siehe Marketingvorschlag)*
- Vermehrte Anwerbung von größeren, internationalen Veranstaltungen und Ausbau der Wochenendauslastung*
- Kontinuierliche Steigerung der Übernachtungszahlen in Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis um jährlich 3 bis 5 % auf Basis der Übernachtungszahlen 2016
- Verbesserung der Kapazitätsauslastung entsprechend den speziellen Gegebenheiten der Teilregionen (an Wochenenden, in belegungsschwachen Monaten sowie in der Woche)
- Steigerung der Anzahl von Tagestouristen in Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis
- Gewinnung von Großkongressen und -tagungen mit mehr als Tausend Teilnehmern
- Steigerung des Seminar- und Tagungsgeschäftes mit längeren Aufenthaltszeiten
- Steigerung der Buchungszahlen über Reiseveranstalter und Leistungsträger der Reiseindustrie
- Steigerung des Absatzes der buchbaren Produkte über Reiseveranstalter
- Steigerung der Anzahl der erreichten Personen über die „neuen“ T&C Medien Internet und Social Media
- Steigerung der Anzahl der erreichten Personen über die „klassischen“ T&C Medien Print, Funk und TV
- Pflege und Ausbau der Qualitätsstandards zur touristischen Vermarktung
- Investition in die Ausstattung der touristischen Vermarktung der Destination*
- Nutzung der Synergieeffekte der Metropolregion Rheinland zur touristischen Vermarktung
- Einbindung der T&C in die Entwicklung einer Vermarktungsstrategie für BTHVN2020*
- Ausbau der T&C im Bereich Kundenservice für die Betreuung von (internationalen) Großveranstaltungen

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

Die mit * gekennzeichneten Ziele sind unter den derzeitigen Rahmenbedingungen der T&C nicht bzw. nur eingeschränkt umsetzbar, da aktuell die finanziellen und personellen Ressourcen fehlen.

JAHRESÜBERSICHT 2017-2021 (AUSZUG)

Nachfolgend werden, zusätzlich zu den kontinuierlichen Maßnahmen und Zielen, die Schwerpunkte der jahresspezifischen Aktivitäten von 2017 bis 2021 aufgezeigt. Diese sind in den Entwicklungen und Prognosen der mittelfristigen Finanzplanung der T&C enthalten.

2017

- Weiterer Ausbau Kongress- sowie Tourismusstandortmarketing
- Fokuspunkte Touristik D
- Fokuspunkte Kongress D (Radius 200km) sowie Berlin (Verbände)/ Brüssel (EU)
- Jubiläum 650 Jahre Pützchens Markt
- Vorbereitung BTHVN 2020 gemeinsam mit der Beethoven Jubiläums Gesellschaft und weiteren Partnern
- Zielgruppenspezifische Neuausrichtung der Bonn Börse / Rhein-Sieg Börse
- Themenmarketing Aktiv & Kultur
- Ausbau der Vermarktung bestehender Produkte (Natursteig Sieg, Drachenfels, Museumsmeile, politisches Bonn und Region etc.)
- Cop 23 UN-Klimakonferenz in Bonn
- Vermarktung neuer Produkte (Apfelroute, Römerkanal-Informationszentrum, etc.)
- Qualifizierungsmaßnahmen zum Thema Barrierefreiheit & Digitalisierung (Innovationswerkstatt)
- Ausbau im Bereich zukunftsweisender Tagungsformen & Nachhaltigkeit (MICE Markt der Zukunft)
- Ausbau der regionalen Vernetzung
- Kontinuierliche Anpassung an Trends (demografischer Wandel, etc.)
- Ausbau Thema Flusskreuzfahrten
- Weiterentwicklung Veranstaltung Rhein in Flammen
- DZT Themenjahr Luther 2017 – 500 Jahre Reformation
- Präsentation von Bonn und Region auf der ITB

2018

- Weiterer Ausbau Kongress- sowie Tourismusstandortmarketing
- Fokuspunkte Touristik D/BeNeLux sowie Asien (Japan und China)*
- Fokuspunkte Kongress D / außerhalb EU
- Jubiläum 200 Jahre Universität Bonn
- Deutscher Tourismustag & Tagung des Verband der Paketreiseveranstalter 2018 in der Region Bonn/Rhein-Sieg
- Vorbereitung BTHVN 2020 gemeinsam mit der Beethoven Jubiläums Gesellschaft und weiteren Partnern
- Etablierung des neuen Formats der Bonn Börse / Rhein-Sieg Börse
- Themenmarketing Aktiv & Kultur
- Weiterentwicklung regionaler Produkte unter Berücksichtigung der Digitalisierung
- Aufgreifen der Social Media-Trends und Ausbau der Website
- Vermarktung neuer Produkte
- Ausbau der Vermarktung bestehender Produkte
- Qualifizierungsmaßnahmen zum Thema Barrierefreiheit & Digitalisierung (Innovationswerkstatt)
- Ausbau im Bereich zukunftsweisender Tagungsformen & Nachhaltigkeit (MICE Markt der Zukunft und Sustainable Bonn)
- Ausbau der regionalen Vernetzung
- Ausbau Thema Kurzreisen
- DZT Themenjahr Kulinarisches Deutschland
- Weiterentwicklung der Veranstaltung Rhein in Flammen
- Präsentation von Bonn und Region auf der ITB



2019

- Vorbereitung BTHVN 2020 gemeinsam mit der Beethoven Jubiläums Gesellschaft und weiteren Partnern
- Weiterer Ausbau Kongress- sowie Tourismusstandortmarketing
- Fokuspunkte Touristik D/UK sowie Asien (Japan und China)*
- Fokuspunkte Kongress D / außerhalb EU
- Ausbau des neuen Formats der Bonn Börse / Rhein-Sieg Börse
- Themenmarketing Aktiv & Kultur
- Weiterentwicklung regionaler Produkte unter Berücksichtigung der Digitalisierung
- Vermarktung neuer Produkte
- Ausbau der Vermarktung bestehender Produkte
- Qualifizierungsmaßnahmen zum Thema Barrierefreiheit (Innovationswerkstatt)
- Qualifizierungsmaßnahmen zum Thema Digitalisierung (Innovationswerkstatt)
- Ausbau im Bereich zukunftsweisender Tagungsformen & Nachhaltigkeit (MICE Markt der Zukunft)
- Ausbau der regionalen Vernetzung
- DZT Themenjahr 100 Jahre Bauhaus
- DER Campus Multiplikatoren-Veranstaltung
- Weiterentwicklung der Veranstaltung Rhein in Flammen
- Präsentation von Bonn und Region auf der ITB

2020

- **Schwerpunkt BTHVN 2020**
- Multiplikatoren-Veranstaltungen in der Region Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler zum Thema Beethoven
- Inforeisen in die Region Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler zum Thema Beethoven
- DZT Themenjahr 250. Geburtstag von Ludwig van Beethoven
- Weiterer Ausbau Kongress- sowie Tourismusstandortmarketing
- Fokuspunkte Touristik D / aktueller Zukunftsmarkt
- Fokuspunkte Kongress D / außerhalb EU
- Themenmarketing Aktiv & Kultur
- Weiterentwicklung regionaler Produkte unter Berücksichtigung der Digitalisierung
- Vermarktung neuer Produkte
- Ausbau der Vermarktung bestehender Produkte
- Weiterentwicklung der Veranstaltung Rhein in Flammen
- Präsentation von Bonn und Region auf der ITB

2021

- **Nachbereitung Schwerpunktthema BTHVN 2020**
- Weiterer Ausbau Kongress- sowie Tourismusstandortmarketing
- Fokuspunkte Touristik D/aktueller Zukunftsmarkt
- Fokuspunkte Kongress D / außerhalb EU
- Anpassung und Ausrichtung an aktuellen Trends
- Weiterentwicklung regionaler Produkte unter Berücksichtigung der Digitalisierung
- Vermarktung neuer Produkte
- Ausbau der Vermarktung bestehender Produkte
- Weiterentwicklung der Veranstaltung Rhein in Flammen
- Präsentation von Bonn und Region auf der ITB

VISION 2025

Die Vision 2025 greift die zuvor definierten Schwerpunkte der touristischen Vermarktung sowie die Schwerpunkte Kongress auf. Das **Beethoven-Jubiläumsjahr 2020** hat einzigartige weltweite Impulse entfaltet und die Marke Beethovenstadt Bonn nachhaltig gestärkt. Die Stadt Bonn hat sich gemeinsam mit dem Rhein-Sieg-Kreis, dem Land NRW und der Bundesregierung erfolgreich positioniert und wird national und international mit dem großen Komponisten verbunden. Reisenden aus aller Welt wird vor Ort ein authentisches Beethoven Erlebnis geboten, das auch im Bereich der Digitalisierung wegweisend ist. Durch die Strahlkraft des Beethovenjahres konnten in den Folgejahren darüber hinaus zahlreiche weitere regionale Themen und Projekte verwirklicht werden. **Die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler gilt mit ihrer Vielfalt und Dichte an Kunst- und Kulturinstitutionen als kulturtouristisches Zentrum.** Gemeinsam abgestimmte und miteinander verknüpfte Aktivitäten aller Institutionen haben die Schlagkraft der touristischen Vermarktung erhöht und den Kulturtourismus gestärkt. Wichtiger Bestandteil dieses kulturtouristischen Zentrums ist weiterhin die **Museumsmeile** und wichtige Bundeseinrichtungen sowie das Thema „**politische Erbe**“. Die zahlreichen authentischen, zeithistorischen Orte in Bonn und der Region wurden erfolgreich touristisch weiterentwickelt und neue Produkte geschaffen. Die qualitative Weiterentwicklung der Angebote und der örtlichen Infrastruktur hat der Marke „**Romantischer Rhein**“ Zuwächse insbesondere aus den internationalen Quellmärkten beschert. Der Rheintourismus erlebt eine Renaissance, Bonn und die Region profitieren von dem Status als das „Tor zum Romantischen Rhein“ und sind mit dem UNESCO-Welterbe Oberes Mittelrheintal eng vernetzt. Auch die erfolgreiche Inwertsetzung des Bonner Rheinufer und der verkehrstechnischen Anbindung tragen zur positiven Entwicklung der Destination bei. Der Bereich Aktivreisen ist weiterhin ein touristischer Schwerpunkt und Wachstumsfaktor. Hier konnte sich die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler bundesweit als **Kompetenzzentrum für die Themen Rad- und Wandertourismus** etablieren. Als „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ setzt die Region neue Maßstäbe und ist mit der flächendeckenden Fahrrad-Infrastruktur Teil der innovativen RadRegion-Rheinland. Durch die Inszenierung der Naturlandschaften, verbunden mit regionalen und emotional aufbereiteten Inhalten, liegen die Aktivangebote aus der Region voll im Trend. Trotz einer insgesamt zu verzeichnenden

rückläufigen Besucherfrequenz im Einzelhandel zugunsten von Online-Anbietern hat sich die **Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler als Shopping-Reiseziel** etabliert. Dies sorgt für steigende Umsätze im regionalen Einzelhandel und steigert die Wirtschaftskraft der Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler.

Der Kosmopolit Beethoven ist zugleich Ausdruck der Internationalität des Standorts Bonn und Region als deutsche UN-Stadt und als Sitz von weltweit operierenden Unternehmen. 10 Jahre nach der Eröffnung des neuen Hauptgebäudes des **World Conference Center Bonn** hat sich Bonn im Wettbewerb als **internationaler Konferenzstandort** etabliert und ist Gastgeber für zahlreiche neue Groß-Konferenzen. Als Diskursort für eine weltweit nachhaltige Entwicklung ist die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler der führende Konferenzort für zukunftsweisende, nachhaltige Themen. Das **Projekt Sustainable Bonn** – Konferenzort der Nachhaltigkeit wurde im Rahmen des Förderprojekts „**MICE Markt der Zukunft**“ erfolgreich weiterentwickelt und hat internationalen Vorbildcharakter. Die DAX Unternehmen mit ihrem starken Geschäftsreisenaufkommen, der starke Mittelstand und die wissenschaftlichen Einrichtungen sind weiterhin Wachstumstreiber für die Übernachtungszahlen in der Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler.

Die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler hat sich analog der Tagungstrends, beispielsweise zur kürzeren Veranstaltungsdauer und zu einem wachsenden Bedürfnis nach Sicherheit, ideal positioniert und ist als ein **politisches Zentrum** Impulsgeber für weitere Themen. Gleichzeitig schafft die Region durch die Kombination mit den touristischen Schwerpunkten, beispielsweise anhand von Rahmenprogrammen, emotionale Bedeutsamkeit.

Barrierefreie touristische Angebote bieten vor dem Hintergrund des demografischen Wandels sowohl Wachstumspotenziale als auch Wettbewerbsvorteile. Im Rahmen des Projekts „**Reisen für Alle**“, das Bestandteil des Förderprojekts Innovationswerkstatt ist, hält die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler eine entsprechende Infrastruktur bereit und bietet an den spezifischen Anforderungen und Bedürfnissen ausgerichtete Produkte.

Die Region / Bonn / Rhein-Sieg / Ahrweiler hat sich darüber hinaus als Best-Practice Beispiel gelungener Binnenkommunikation etabliert. Die Kommunikationswege sind kurz und ermöglichen schnelles und individuelles Reagieren auf anspruchsvolle und heterogene Gäste- und Tagungsanfragen. Die außergewöhnliche Vielfalt und die einzigartige Kombination aus internationalem Tagungsstandort, Beethovenstadt und dem breiten Angebot kultureller und naturräumlicher Sehenswürdigkeiten sind international bekannt.



IMPRESSUM



Herausgeber

Tourismus & Congress GmbH
Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler

Heussallee 11
53113 Bonn
www.bonn-region.de
info@bonn-region.de
Tel: 0228 910 41-0
Fax: 0228 910 41-11