Saarland
mit grenzenlosem Charme

FAHRPLAN 2017

MASSNAHMEN UND PROJEKTE ZUR PROFILIERUNG DES SAARLANDES ALS REISEZIEL

SAARLAND
Großes entsteht immer im Kleinen.

www.urlaub.saarland

Editorial

Das Jahr 2016 war für den Saarland Tourismus bisher das beste mit über 2,9 Millionen Übernachtungen und geschätzt mit zum ersten Mal einer Million Gästeankünften. Und das obwohl die Bedingungen im In- und Ausland nicht optimal waren: Das nasse und kalte Frühjahr hat die ersten Saisonmonate ziemlich verhagelt, die Umsätze blieben im Vergleich zum Vorjahr zurück, aber der Spätsommer und einige überregional bedeutsame Veranstaltungen haben das gute Ergebnis ermöglicht. Die Frage, inwieweit das Saarland vom aktuellen Deutschland-Boom profitieren wird, hängt maßgeblich davon ab, wie es gelingt, unser Angebot bzw. das der Leistungsträger weiter zu professionalisieren. Nach Aussagen des letzten Sparkassen-Tourismusbarometers besitzen mehr als die Hälfte der Betriebe keine ausgeprägte Ausrichtung auf Zielgruppen. Das wird auch in den Betriebsumsätzen deutlich. Die Wettbewerbsfähigkeit und Marktnähe ist im bundesweiten Vergleich unterdurchschnittlich. Für die Erreichung der Ziele der Tourismusstrategie ist es daher das gemeinsame Ziel, sowohl die Leistungsfähigkeit der Betriebe zu verbessern, als auch im Angebot auf attraktive Reiseanlässe setzen zu können, um im hartumkämpften bundesdeutschen Wettbewerb Marktanteile zu behalten bzw. auszubauen.

Die im Fahrplan vorgestellten Maßnahmen dienen dazu, mit den Marketingaktionen im Allgemeinen und den Web- und Social-Media-Maßnahmen im Besonderen (z.B. die neue Content-Strategie), das Image und die Profilthemen zu schärfen. Die Managementaufgaben in der Umsetzung der Tourismusstrategie und in der Projektleitung verfolgen insbesondere das Ziel, die Fitness der Betriebe und Kulturakteure für den nationalen und internationalen Markt voranzubringen, und das vor dem Hintergrund einer zunehmenden Digitalisierung, die einen immer größeren Stellenwert im Tourismus und somit auch im Aufgabenspektrum der TZS einnimmt.

Die Umsetzung von Querschnittsaufgaben wie das Innenmarketing und die Ansprache bzw. Beratung von Vertretern der Politik und des gesellschaftlichen Lebens sollen u.a. dazu beitragen, ein höheres Bewusstsein für den Tourismus als Teil der Wirtschaftsstruktur zu generieren. Eine weitere Herausforderung ist die Verbesserung der visuellen Attraktivität der Orte und Städte. Diese dient nicht allein der Erhöhung des Steueraufkommens und der allgemeinen Wertschöpfung, sondern stellt insbesondere eine Steigerung der Lebensqualität der Bürgerinnen und Bürger vor Ort dar.

Der Fahrplan liefert eine detaillierte Übersicht der verschiedenen Managementbereiche der Tourismus Zentrale Saarland. Im Vordergrund stehen dabei die Marketingbereiche. Hier wird vor allem zwischen Maßnahmen für die Kunden direkt und den Maßnahmen für den Vertrieb (Reiseveranstalter) unterschieden.

Auf ein erfolgreiches 2017!
Das Team der TZS

Birgit Grauvogel

SAAR
LAND
CARD

Viel entdecken.
Viel erleben.

Finden Sie es heraus mit der Saarland Card!
Ab 1. April 2017 genießen Sie freien Eintritt zu über 50 Ausflugszielen und freie Fahrt mit Bus & Bahn im Saarland!

Neugierig?
www.card.saarland

Saarland
mit grenzenlosem Charme

Inhalt

1. Einblick in den saarländischen Tourismus 6–13

1.1 Tourismus Zentrale Saarland 6

1.2. Tourismuskonzeption 2025 8
- 1.2.1 Vision und Ziele 8
- 1.2.2 Handlungsfelder 9
- 1.2.3 Zielgruppen, Themen und Quellmärkte 9

1.3. Marktforschung 11
- 1.3.1 Blick auf die Statistik 11
- 1.3.2 Aktuelle Marktforschungsergebnisse 12

2. Marketing und Vertrieb 14–31

2.1 Webpräsenz 14
- 2.1.1 www.urlaub.saarland 14
- 2.1.2 reiseblog.saarland 16
- 2.1.3 Social Media Aktivitäten 16
- 2.1.4 Online-Marketing 18
- 2.1.5 Saarland Touren App 18
- 2.1.6 Bewegtbild 19

2.2 Media 20
- 2.2.1 Anzeigen 20
- 2.2.2 Medienkooperationen 21
- 2.2.3 Beileger 22
- 2.2.4 Cross-Marketing und Out-of-Home 22

2.3 Printprodukte 23

2.4 Präsentationen 28
- 2.4.1 Messen 28
- 2.4.2 Roadshow 30
- 2.4.3 Events und Promotion 31

2.5. Content Marketing 31

2.6 Marketing und Vertrieb Business-to-Business 32

2.7 Veranstaltungskooperationen und Partnerschaften 33

3. Presse und Kommunikation 34

4. Netzwerkmanagement 35–38

4.1 Tourismuslotse Saarland 35

4.2 Projektkreismanagement 35

4.3 Genuss Region Saarland 38

4.4 Saarland Card 38

4.5 Netzwerk Hören 38

5. Tourismusbewusstsein 39

5.1 Tourismus-Qualitätssicherung Saarland (TQS) 39

5.2 ServiceQualität Deutschland im Saarland 39

1. Einblick in den saarländischen Tourismus

1.1 Tourismus Zentrale Saarland

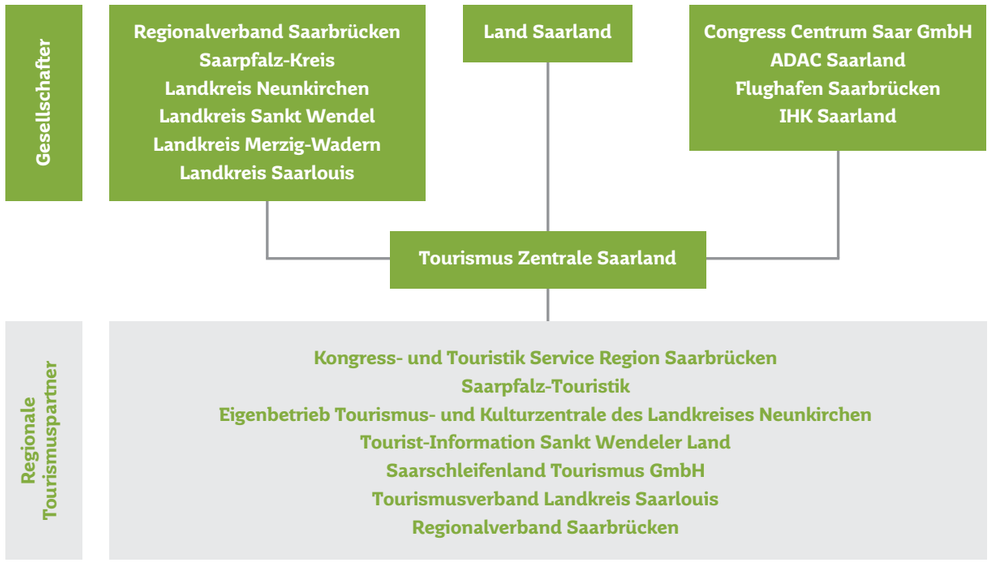
Die Landesmarketingorganisation Tourismus Zentrale Saarland GmbH wurde 1997 mit dem Saarland als Hauptgesellschafter gegründet. Zu den weiteren Gesellschaftern gehören der Regionalverband Saarbrücken, die Landkreise des Saarlandes, das Congress Centrum Saar, die IHK Saarland, der ADAC Saarland und der Flughafen Saarbrücken. Der Aufsichtsrat besteht aus 11 Mitgliedern. Als weiteres Gremium wurde nach dem Gesellschaftsvertrag ein Regionalausschuss gebildet. Viermal im Jahr treffen sich die regionalen Touristiker und die TZS, um sich über anstehende Themen und Projekte auszutauschen. Darüber hinaus findet ein kontinuierlicher themenbezogener Dialog in den Projektkreisen statt.

Als Hauptziele und Kernaufgaben der TZS sind definiert:

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

Neben der originären Aufgabe des Landesmarketings ist die TZS Beraterin für Institutionen, Organisationen und Verbände. Gleichzeitig ist sie Schnittstelle zu Reiseveranstaltern und forciert die Präsenz des Saarlandes in den großen Veranstalterkatalogen. Auf Bundesebene sind die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) und der Deutsche Tourismusverband (DTV) wichtige Partner. Hier ist die TZS sowohl im Vorstand als auch in den Fachausschüssen vertreten. Auch über die Grenzen hinaus hat sich die TZS als Impulsgeberin für die interregionale Zusammenarbeit erwiesen. So konnte von 2009 bis 2015 gemeinsam mit den touristischen Partnern aus Rheinland-Pfalz, Luxemburg, Lothringen und Ostbelgien unter der Federführung der TZS das Interreg IV-A Projekt „Tourismusmarketing für die Großregion“ realisiert werden. Da eine Fortsetzung von allen Partnern gewünscht wurde, hat die TZS 2016 erneut ein Projekt für die Interreg V-A Förderperiode eingereicht. Die TZS wird sich mit ihren 8 großregionalen Partnern wiederum dem gemeinsamen Tourismusmarketing widmen, jedoch nicht analog, sondern mit innovativen digitalen touristischen Maßnahmen wird künftig (bis 2020) um Gäste geworben.

Gesellschafter und Partner



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

Arnold Künzer

Verwaltung & Finanzen
Leiterin des Fachbereichs
Angela Beining
Tel.: 0681/927 20-13
beining@tz-s.de

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

Marketing & Vertrieb
Leiterin des Fachbereichs
Marketing & Marktforschung
Miriam Dubois
Tel.: 0681/927 20-44
dubois@tz-s.de

Leiter des Fachbereichs B2B
Marketing & Vertrieb
Eric Schneider
Tel.: 0681/927 20-15
schneider@tz-s.de

Auslandsmarketing & Messen
Joanna Czyrny
Tel.: 0681/927 20-27
czyrny@tz-s.de

Internet & Social Media
Isabelle Kuhn
Tel.: 0681/927 20-37
kuhn@tz-s.de

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

Buchungsservice Individual
Petra Walter
Tel.: 0681/927 20-20
walter@tz-s.de

Buchungsservice
Gruppen & Gästeführerbetreuung
Petra Wannenmacher
Tel.: 0681/927 20-14
wannenmacher@tz-s.de

Klassifizierungs- und Qualitätsberaterin
Buchungsservice Ferienwohnungen
Andrea Simon-Schäfer
Tel.: 0681/927 20-22
simon-schaefer@tz-s.de

Presse & Kommunikation
Leiterin des Fachbereichs
Susanne Renk
Tel.: 0681/927 20-16
renk@tz-s.de

Catherine Fabre
Tel.: 0681/927 20-28
fabre@tz-s.de

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

Projektmanagement & Koordination
Leiter des Fachbereichs
Klaus Wallach
Tel.: 0681/927 20-23
wallach@tz-s.de

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

Städte- und Kulturtourismus, Saarland Card
Barrierefreier Tourismus
Leiterin des Fachbereichs
Melanie Hertgen
Tel.: 0681/927 20-43
hertgen@tz-s.de

Projektassistenz
Luisa Woll
Tel.: 0681/927 20-39
woll@tz-s.de

Naturtourismus, Genuss Region Saarland
Projektleitung
Teresa Thome (in Elternzeit)
Vertretung Sabrina Deutsch
Tel.: 0681/927 20-24
deutsch@tz-s.de

ServiceQualität Deutschland im Saarland, Tourismuslotse Saarland
Projektleitung
Christina Riem
Tel.: 0681/927 20-31
riem@tz-s.de

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

1.2. Tourismuskonzeption 2025

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

1.2.1 Vision und Ziele

Saarland-Tourismus 2025

Wir schaffen Werte mit Wachstum und Qualität

Ein starker Wirtschaftsfaktor für einen erfolgreichen Strukturwandel im Saarland

Die Prämissen für die zukünftige Tourismusentwicklung im Saarland sind:

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

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

1.2.2 Handlungsfelder

Um die gesetzten Ziele in den nächsten zehn Jahren zu erreichen, wurden zehn zentrale Handlungsfelder verortet. Zunächst sind fünf übergeordnete Handlungsfelder benannt. Sie zeigen auf, welche Rahmenbedingungen verbessert werden müssen, damit die für den Saarland-Tourismus gesetzten Ziele erreicht werden können. Im Anschluss daran sind die Aufgabenschwerpunkte und Strategien für die (Weiter-)Entwicklung der definierten Themensegmente in fünf spezifischen Handlungsfeldern aufgeführt.

Handlungsfelder für den Saarland-Tourismus 2025 im Überblick

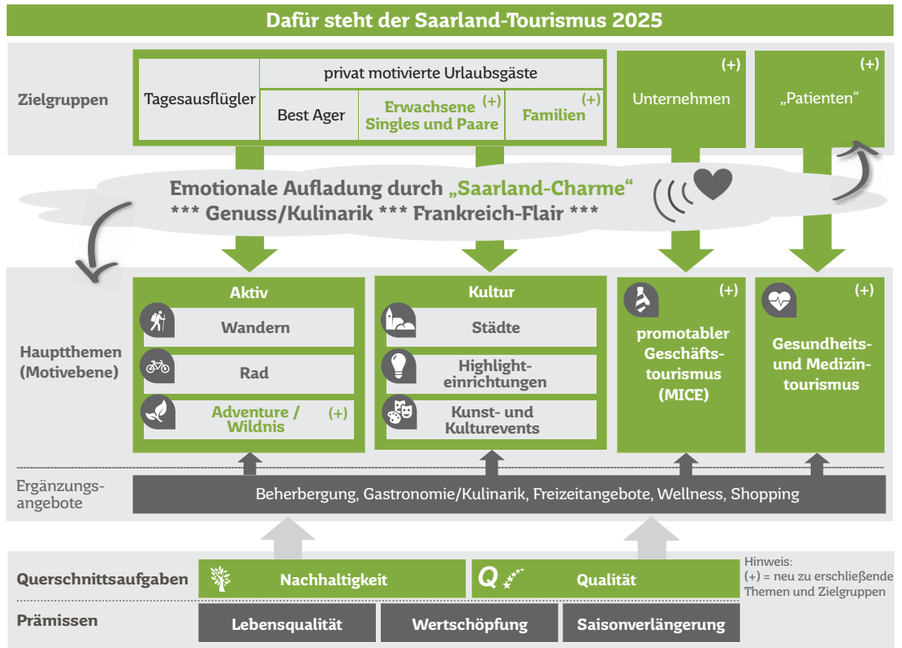
Übergeordnete Handlungsfelder		Themenspezifische Handlungsfelder	
1	Tourismusbewusstsein	6	Inwertsetzung kultureller Leuchtturmstandorte
2	KMU-Netzwerk	7	Ausbau der naturtouristischen Infrastruktur
3	Professionelles Ansiedlungsmanagement	8	Qualitätssicherung im Aktivtourismus
4	Attraktive Ortsbilder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

Quelle: dwif 2015

1.2.3 Zielgruppen, Themen und Quellmärkte

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

Themen- und Zielgruppenausrichtung für den Saarland-Tourismus



Quelle: dwif 2015

Quellmärkte

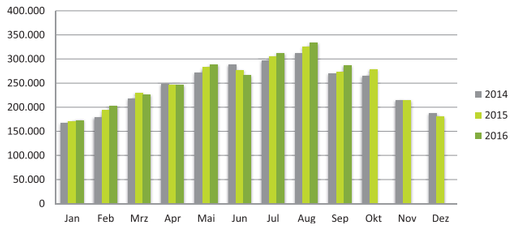
Unsere Aufgabe ist es, mit den identifizierten Zielgruppen und Themen den Tourismus im Inland zu etablieren und gleichzeitig die Internationalisierung voranzutreiben. Die Hauptquellmärkte im Inland sind im Tagestourismus das **Saarland** selbst und **Rheinland-Pfalz**. Im Übernachtungstourismus kommen schwerpunktmäßig **Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg und Hessen** hinzu. Im Ausland konzentriert sich die Tourismus Zentrale Saarland auf die Top-Quellmärkte **Niederlande, Belgien und Frankreich**. Die Marketingaktivitäten in der **Schweiz** werden in den kommenden Jahren weiter ausgebaut. Im Tagestourismus spielen Frankreich (Fokus: **Lothringen**) und **Luxemburg** eine wesentliche Rolle.

1.3. Marktforschung

1.3.1 Blick auf die Statistik

Bis September 2016 haben bereits 783.000 Gäste das Saarland besucht und dabei 2,33 Mio. Übernachtungen ausgelöst. Mit einer Steigerung von 1,3% im Vergleich zum Vorjahr ist das Wachstum eher moderat und das Saarland im unteren Drittel im Länderranking angesiedelt. Sicherlich ein Grund ist das vor allem im Westen der Republik sehr schlechte Wetter im Frühjahr, das zu einem Rückgang von 3,6% der Übernachtungen im Juni führte. In den Sommermonaten konnte dieser Rückgang dann aufgefangen werden. Außerordentlich positiv haben sich 2016 die Ankünfte entwickelt. Im September wurde eine zweistellige Zuwachsrate von 10,6% erreicht. Davon ausgehend, dass die Anzahl der Übernachtungen in den Monaten Oktober bis Dezember gleich oder steigend zum Vorjahr sein wird, wird zum Jahresende zum ersten Mal bei den Übernachtungen die Drei-Millionen-Marke und bei den Ankünften die Ein-Million-Marke erzielt werden.

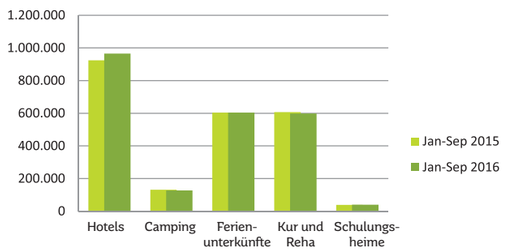
Übernachtungen 2014 bis September 2016



Quelle: Statistisches Amt Saarland 2016

Bei der Betrachtung der Beherbergungsarten zeigt sich bereits jetzt das Segment „Hotellerie“ als Gewinner: plus 4,5% bei den Übernachtungen, sogar 5,7% bei den Ankünften. Ein „echter“ touristischer Zuwachs also. Der nur im geringen Maße promotable Kur- und Rehabereich weist hingegen einen Rückgang von 1,4% bei den Übernachtungen und 8% bei den Ankünften auf. Da der Anteil dieser Beherbergungsart bei 26% liegt, ist dies eine Entwicklung, die aufmerksam beobachtet und analysiert werden muss.

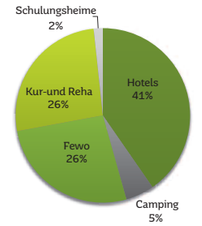
Entwicklung der Übernachtungen nach Unterkunftsart Januar bis September 2015/2016



Quelle: Statistisches Amt Saarland 2016

Eine leichte Verschiebung hat sich bei den prozentualen Anteilen der Beherbergungssegmente ergeben. Der Anteil der Hotellerie beträgt 41%, +1% im Vergleich zum Vorjahr. Diesen Prozentpunkt hat der Ferienwohnungsbereich abgegeben. Durch Hotelneueröffnungen in den nächsten Jahren wird davon ausgegangen, dass der Hotelbereich weiterhin anwächst.

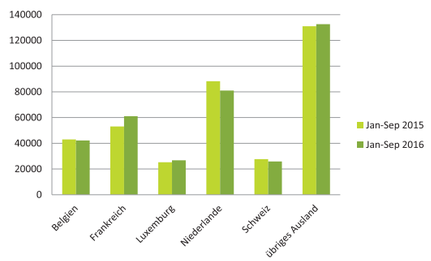
Prozentuale Anteile der Beherbergungssegmente Januar bis September 2016



Quelle: Statistisches Amt Saarland 2016

Bis September 2016 haben knapp 370.000 Übernachtungen ausländischer Gäste (16% der gesamten Übernachtungen) bei 128.000 Ankünften stattgefunden. Gäste aus dem Ausland bleiben somit durchschnittlich 2,9 Tage. Die Top 5 Quellmärkte sind – sortiert nach ihrer Bedeutung – Niederlande, Frankreich, Belgien, Schweiz und Luxemburg. Diese Märkte generieren knapp 65% der ausländischen Übernachtungen. Insgesamt sind die Übernachtungen um 0,3% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum angestiegen. In der Einzelbetrachtung zeigt sich ein differenziertes Bild: Die Übernachtungen der niederländischen und belgischen Gäste sind zurückgegangen (vor allem im Landkreis St. Wendel), die Übernachtungen aus Frankreich sind hingegen angestiegen, im Landkreis St. Wendel um 43,7%. Der Regionalverband, der in den Jahren zuvor, gerade bei den französischen Gästen Zuwachsraten aufweisen konnte, muss in 2016 einen Verlust um 2% hinnehmen. Als Fazit lässt sich festhalten, dass für die französischen Leisure-Gäste das Saarland zunehmend bekannter und attraktiver wird.

Entwicklung der Übernachtungen in den TOP 5 Quellmärkten Januar bis September 2015/2016



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

1.3.2 Aktuelle Marktforschungsergebnisse

Für ein effizientes Marketing und eine zielgruppengenaue Mediaplanung sind aktuelle Daten die Basis des Erfolgs. Eine ausgezeichnete Kenntnis des touristischen Marktes und der aktuellen Bedürfnisse und Motive der Reisenden sind für die zukünftige Arbeit und Ausrichtung unentbehrlich. Vor diesem Hintergrund beobachtet und analysiert die Tourismus Zentrale Saarland seit Jahren touristische Kennzahlen sowie aktuelle Trends und leitet ihre Strategien und Marketingmaßnahmen aus diesen Ergebnissen ab. Als Informationsquelle werden allgemein zugängliche Studien und Analysen wie auch eigene oder im Auftrag erstellte Studien herangezogen.

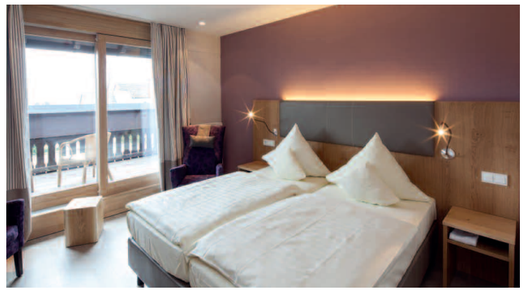
Das Sparkassen Tourismus Barometer

Das Sparkassen Tourismusbarometer wurde im Sommer 2004 eingeführt. Die fachliche Durchführung erfolgt durch die dwif-Consulting GmbH. Neben der kontinuierlichen permanenten Beobachtung und Bewertung der Tourismusentwicklung im Saarland, beschließt der Regionalbeirat des Sparkassen-Barometers ein jährliches Schwerpunktthema. In 2015 wurden die wirtschaftlichen Effekte des Tourismus im Saarland betrachtet, 2016 standen Marktstrukturen und zukunftsfähige Investitionen für den Saarland Tourismus auf dem Prüfstand. Der Bericht weist übergeordnete Handlungsempfehlungen und Schlüsselfaktoren für zukunftsfähige Investitionen auf, immer mit einem Blick auf die gemeinsame Tourismusstrategie 2025. Für 2017 wurde „Binnenmarketing und Tourismusbewusstsein“ als Schwerpunktthema bestimmt.
Eine wertvolle Planungs- und Argumentationshilfe bieten die wirtschaftlichen Kennzahlen, die im Jahresbericht 2015 ausführlich dargestellt sind.

Wirtschaftliche Effekte zum Tourismus im Saarland

Jährliche Bruttoumsätze	**1,4 Mrd €**
Touristisch bedingte Beschäftigte	**33.000**
Übernachtungen im Saarland	**8,4 Mio**
Gewerbliche Übernachtungen (ohne Camping)	2,8 Mio
Übernachtungen Verwandte/Bekanntenbesuche	4,33 Mio
Private Ferienwohnungen	0,45 Mio
Camping	0,67 Mio
Private Freizeitwohnsitze	0,18 Mio
Tagesreisende aus dem In- und Ausland	**31,1 Mio**
Tagesreisende Inland	27,7 Mio
Tagesreisende Ausland	3,4 Mio
Touristische Aufenthaltstage	**39,5 Mio**
Übernachtungen 8,4 Mio + Tagesreisende 31,1 Mio	
Ausgaben pro Übernachtungsgast und Tag	**95,60 €**
Ausgaben pro gewerblichen Übernachtungsgast (ohne Camping)	**118,90 €**
Ausgaben inländische Tagesreisende	**27,90 €**

Quelle: Sparkassen-Tourismusbarometer Saarland – Jahresbericht 2015, dwif Consulting
Alle bislang erschienenen Barometer können unter www.svsaar.de abgerufen werden.

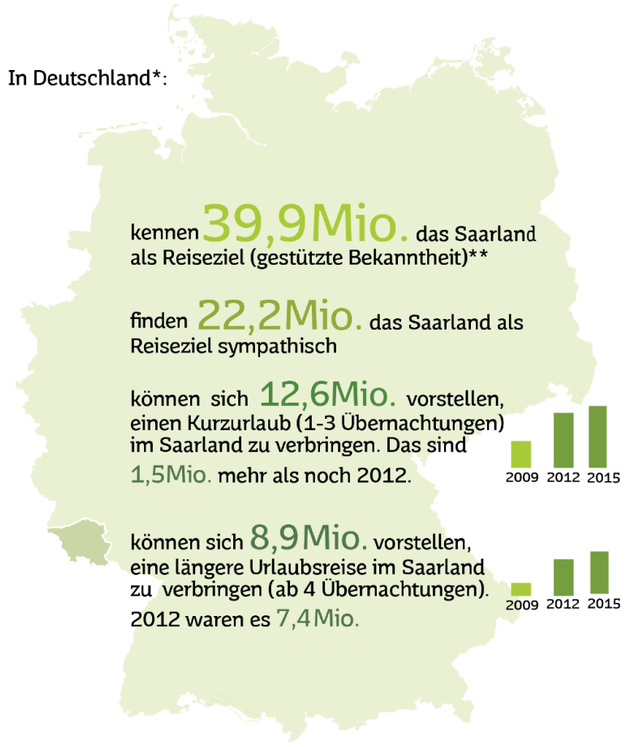


Aktuelle Ergebnisse aus der Destination Brand zur Markenstärke des Saarlandes als Reiseziel

Die Destination Brand ist eine Studienreihe zur Untersuchung der Markenstärke, der Themenkompetenz und des Profils touristischer Destinationen. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die in Privathaushalten lebende deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14 – 74 Jahren. Die Destination Brand wird durchgeführt von der GfK SE Panel Services Deutschland und dem Institut für Management und Tourismus (IMT) der FH Westküste, herausgegeben wird sie von inspektour GmbH – Tourismus- und Regionalentwicklung.

Sympathisch, bekannt und vielleicht eines der nächsten Urlaubsziele?

Die Destination Brand 15 gibt als umfassende Studie zur Markenstärke deutscher Urlaubsziele darüber Aufschluss. Die Markenstärke des Saarlandes wurde bereits in der Destination Brand 09 und 12 untersucht. Die aktuelle Studie zeigt, dass sowohl der Bekanntheitsgrad als auch die Sympathie für das Saarland als Reiseziel nochmals gestiegen sind.



* Repräsentativ für in 2015 in Privathaushalten lebende deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14-74 Jahren
** mit Antwortvorgabe (Nennung des Saarlandes als Reiseziel)

Quelle: inspektour GmbH. Destination Brand 15 | Die Markenstärke deutscher Reiseziele

2. Marketing und Vertrieb

Die Marketing- und Vertriebsmaßnahmen sind darauf ausgerichtet, den Bekanntheitsgrad des Saarlandes als Urlaubsdestination zu erhöhen (Imageaufbau) und potenzielle Gäste für das Saarland zu begeistern.
Das Saarland setzt dabei auf ein frisches Design, Inspiration und Storytelling. Die Memo-Card Optik fordert dazu auf das Saarland zu entdecken. Im Fokus stehen dabei Bilder, die einen Moment einfangen, der in Erinnerung bleibt. Verstärkt wird das ganze durch ein auf die Themen abgestimmtes Storytelling-Element, z.B. beim Thema Wandern, „Wege die in Erinnerung bleiben".

2.1 Webpräsenz

2.1.1 www.urlaub.saarland

Der Gestaltung der Webpräsenz haben wir folgendes Leitbild zugrunde gelegt: Es ist uns eine Herzensangelegenheit, allen zu zeigen, wie überraschend schön und charmant das Saarland ist. Deshalb wünschen wir uns, dass die Gäste beim Blick bzw. Klick auf die Homepage denken, „Da will ich hin!". Unsere Internetseiten sagen: „Entdeckt das Saarland, traut Euch! Wir sind überzeugt, dass ihr hier einen sehr schönen Urlaub verbringen werdet."

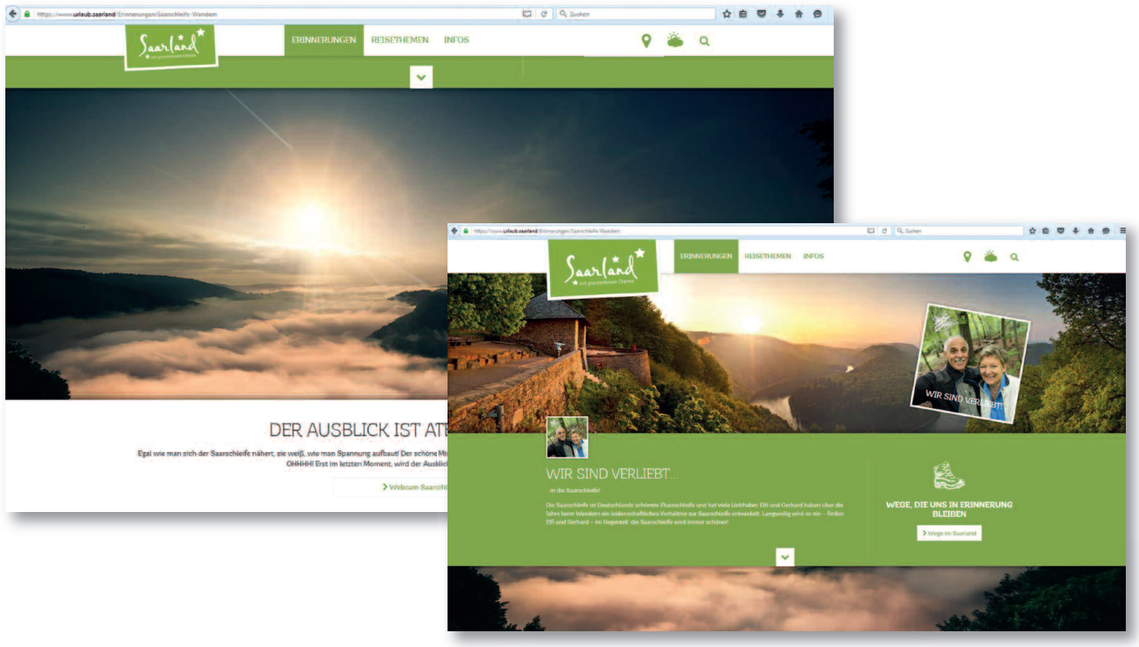
Die innovative, inspirierende und kommunikationsstarke Website steht im Einklang mit den aktuellen technischen und nachfrageseitigen Anforderungen und Trends. Ein besonderer Fokus liegt auf einer durchgehend hohen Usability und einem intuitiven Bedienkonzept.

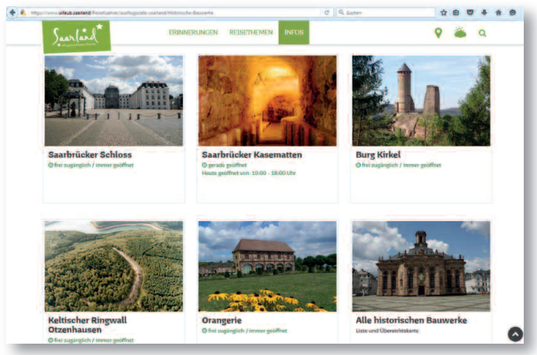
Die Website ist durch den klaren Aufbau in drei Hauptrubriken (Erinnerungen, Themen, Infos) einfach strukturiert und leicht zu bedienen.

Das Erscheinungsbild der Website hat einen sehr inspirativen Charakter. Im Vordergrund stehen großflächige Bilder, Videos und Geschichten. Die Geschichten werden in Form von „Erinnerungen" wiedergegeben, die in Verbindung mit großen emotionalen Bildern den „Da will ich hin-Effekt" auslösen sollen.

Neben dem inspirativen Charakter liegt ein weiterer Fokus darauf, dem Gast gezielte und aktuelle Informationen zur Verfügung zu stellen, wie zum Beispiel Live-Öffnungszeiten von Points of Interest (POIs) oder Karten mit Tourenverläufen, Höhenprofilen, Bildergalerien, Wegbeschreibungen.

Durch das responsive Design ist die Website für alle Endgeräte (PC, Smartphone, Tablet) optimiert. Sie trägt dem „Mobile First"- Ansatz Rechnung, der die Bedürfnisse der mobilen Nutzer in den Vordergrund stellt.





Im Zuge des Relaunchs im Dezember 2015 wurde die Domain auf die Top-Level-Domain .saarland geändert. Neben der Hauptdomain www.urlaub.saarland gibt es für einzelne Themen und Zielgruppen Microsites unter www.wandern.saarland, www.radfahren.saarland, www.genuss.saarland, www.natururlaub.saarland, etc., die ein gezieltes Marketing ermöglichen.

Um die Sichtbarkeit im Internet zu verbessern, insbesondere auch durch den Wechsel auf die Top-Level-Domain .saarland, wurde sehr viel Wert auf Suchmaschinenoptimierung in Verbindung mit hochwertigem Content gelegt.

Für die ausländischen Gäste steht die Website in den Fremdsprachen französisch, niederländisch und englisch zur Verfügung. Um die Auffindbarkeit in den ausländischen Suchmaschinen zu gewährleisten, werden die Sprachversionen der Website in der jeweiligen Landesdomain gehostet.

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

Der Inhalt auf den fremdsprachigen Seiten ist auf die landesspezifischen Urlaubsgewohnheiten und Freizeitaktivitäten der Gäste abgestimmt.

Vollintegriertes Kartenportal

Ein unverzichtbares Element einer jeden touristischen Website ist das Kartenportal. Auf der Website wird das System von outdooractive verwendet. Die Einbindung erfolgt vollintegriert, was die Bedienbarkeit für den Nutzer vereinfacht und eine harmonische Darstellung auf der Website gewährleistet. Eingepflegt sind Wanderwege, Radrouten und Motorradtouren mit Tourenverlauf, Höhenprofil, Bildergalerie, 3D-Flug, Wegbeschreibungen sowie Informationen zu Sehenswertem entlang der Strecke. Ein Tourenplaner unterstützt den Gast bei seiner individuellen Reiseplanung. Für unterwegs kann die Karte ausgedruckt oder die Tourdaten als GPS-Tracks heruntergeladen werden. Die Integration des Kartensystems ermöglicht darüber hinaus Features, wie Content-Relationen (logische Verknüpfung von verwandten Informationen) und eine Community-Anbindung.

Buchungssystem

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

Ansprechpartner:
Miriam Dubois, Tel.: 0681/927 20-44, dubois@tz-s.de
Isabelle Kuhn, Tel.: 0681/927 20-37, kuhn@tz-s.de

2.1.2 reiseblog.saarland

Das Saarland ganz persönlich! Der reiseblog.saarland erzählt Saarland-Geschichten aus erster Hand, persönlich, emotional, informativ und unterhaltend. Die Mitarbeiterinnen der Presseabteilung geben Tipps und Einblicke in Reiseerfahrungen und berichten über Kurioses aus dem Saarland. Durch eine gezielte Vernetzung mit ausgesuchten Partnern und den Social Media Aktivitäten der TZS ergeben sich neue Kommunikationsstrukturen, die die Presse- und Kommunikationsarbeit erweitern und neue Rezipienten erreichen.

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

2.1.3 Social Media Aktivitäten

Um eine dialogorientierte Kommunikation zwischen der TZS und den Gästen zu stärken, betreibt die TZS auf verschiedenen Social Media Kanälen Fanseiten. Ziele des Social Media Marketings sind Imagebildung und -pflege sowie Kundengewinnung und -bindung.

Neben dem Hauptmedium Facebook nutzt die TZS das Bilderportal Instagram und das Videoportal YouTube.

Der Fokus des Facebook- und YouTube-Kanals liegt auf der deutschsprachigen Community, während der Instagram-Auftritt auch ein internationales Publikum anspricht.

Unter dem Facebook-Account „Urlaub im Saarland“ werden seit April 2012 mehrmals in der Woche aussagekräftige, emotionale Bilder und Videos, Neuigkeiten und Tipps zu den verschiedenen Themen wie Wandern, Radfahren und Genuss sowie Veranstaltungen oder Gewinnspiele gepostet. Um potentielle Fans auf den Account „Urlaub im Saarland“ aufmerksam zu machen, werden auf Facebook über das Jahr hinweg regelmäßig Anzeigen geschaltet. Zudem werden vereinzelt Beiträge mit Anzeigen unterstützt, um sie prominenter darzustellen und eine höhere Reichweite zu erhalten. Da über Facebook-Anzeigen die Möglichkeit besteht, sehr spezifische Zielgruppen anzusprechen, werden ebenfalls Themen und Geschichten unserer Website www.urlaub.saarland darüber beworben.

Auf Instagram werden seit April 2015 unter „Urlaub im Saarland“ in regelmäßigen Abständen Bilder aus dem Saarland gepostet. Damit das Saarland in diesem Medium einen gewissen Wiedererkennungswert erreicht, werden alle Bilder mit den Hashtags #visitsaarland und #urlaubimsaarland getaggt. Um die Reichweite der potenziellen Fans zu vergrößern, werden die Bilder zudem mit thematischen, bildspezifischen Hashtags versehen. Im Laufe des Jahres 2017 sind sogenannte Instawalks bzw. Instagramtouren geplant, bei denen Instagramer zu unterschiedlichen Themen die Region erkunden und von dort verstärkt unter speziellen Hashtags (z. B. #naturtankstelle zum Thema Naturerlebnis im Saarland) ihre Bilder posten. Damit soll ein größerer Kreis an Personen angesprochen werden, die so auf das Saarland und den Auftritt aufmerksam werden.

Mit dem Hashtag #visitsaarland werden zukünftig auf einer Social Wall die Inhalte verschiedener Plattformen und verschiedener Quellen (TZS-Inhalte und User Generated Content) gebündelt dargestellt. Damit entsteht eine stets aktuelle Übersicht darüber, wie sich das Urlaubsland Saarland in den sozialen Medien zeigt und gesehen wird.

Im Bereich Influencer-Marketing wird neben den geplanten Aktionen mit Instagramern auch weiterhin auf die Zusammenarbeit mit Bloggern aus dem In- und Ausland gesetzt.

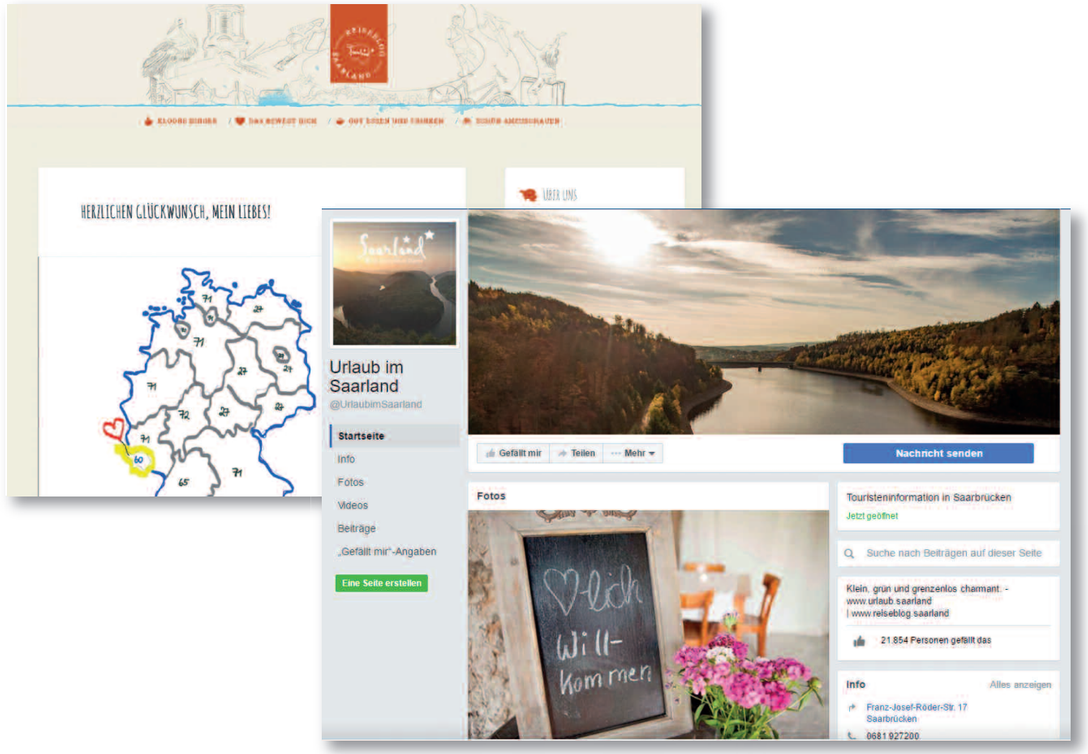
Niederlande

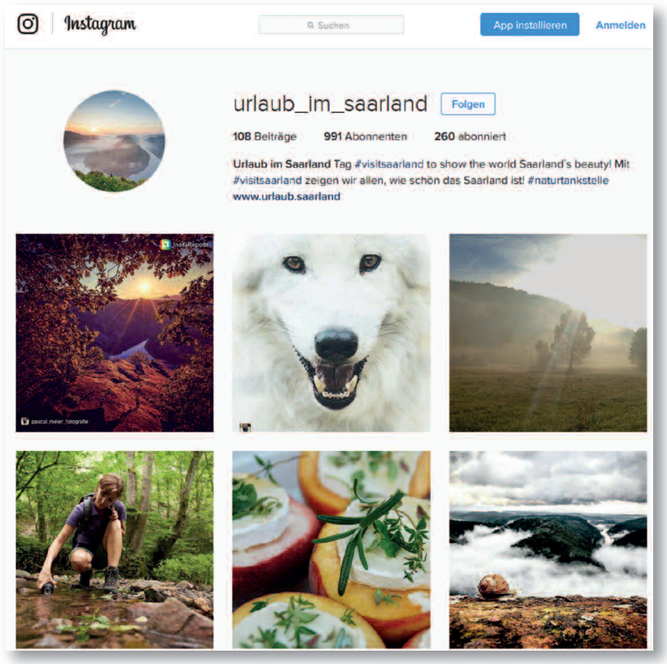
In den Niederlanden beteiligt sich das Saarland an einer crossmedialen AKTIV-Videokampagne mit Fokus auf die Themen Radfahren und Wandern, der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT). Im Rahmen der Kampagne besuchen rad- und wanderbegeisterte Niederländer 4–5 Tage das Saarland und halten ihre Erlebnisse in einem Videofilm fest, welcher zum einen auf zielgruppenspezifischen Webseiten veröffentlicht, zum anderen über verschiedene Social Media Kanäle gestreut wird.

Zudem beteiligt sich das Saarland an einer Instagramreise zum Schwerpunktthema „Kurz-nah-weg“ der DZT in den Niederlanden. Hierbei bereisen 5–6 niederländische Instagramer im Rahmen einer Deutschlandreise das Saarland zwei Tage zum Thema Kurzurlaub und berichten durch tägliches Live-Blogging während der Reise über ihre Eindrücke im Saarland.

Im Laufe des Jahres werden weitere Bloggerreisen durchgeführt.

Ansprechpartnerin: Isabelle Kuhn, Tel.: 0681/927 20-37, kuhn@tz-s.de





2.1.4 Online-Marketing

Newsletter

Der Reise-Newsletter wird in regelmäßigen Abständen mehrmals im Jahr an einen interessierten Kundenstamm per E-Mail versendet. Genau wie die Website ist auch der Newsletter für die Ansicht auf mobilen Endgeräten optimiert. Darin enthalten sind themenorientierte Neuigkeiten, Veranstaltungstipps, buchbare Angebote und Hinweise auf Blogbeiträge aus dem TZS-Reiseblog.

Frankreich

Neben dem deutschsprachigen Newsletter werden auch mehrmals im Jahr Newsletter an französischsprachige Empfänger versendet.

Google Adwords Kampagne

Zur weiteren Unterstützung der Auffindbarkeit der Website und zur Steigerung der Besucherzahlen auf www.urlaub.saarland, werden über das Jahr hinweg Anzeigen über Google Adwords geschaltet. Das Hauptziel dieser Suchmaschinenmarketing-Maßnahme ist somit die Optimierung der Sichtbarkeit der Website sowie die Verbesserung des Rankings in den Ergebnislisten der Suchmaschinen.

Online-Kooperationen

Deutschland

- www.ferienstrassen.info: Vorstellung der Barockstraße Saar-Pfalz und der Genuss Region Saarland
- www.tourenfahrer-partner-region.de: Saarland wird auf eigener Microsite als Tourenfahrer-Partnerregion vorgestellt
- www.outdooractive.com: Darstellung als Highlightregion und Newsletter-Beiträge

Schweiz

- www.wandern.ch: Online-Banner zum Thema Wandern, Zeitraum April/Mai

Niederlande

- www.ecktiv.nl: Einbindung eines Saarland-Videos sowie zwei ausführlichen Reisereportagen auf der Startseite mit je 100.000 Impressions im Frühjahr und im Herbst
- Online-Marketing-Kampagne in Kooperation mit Dutch Travel Media: Erstellung einer Saarland-Landingpage mit zielgruppenrelevanten Content, Bannerschaltungen auf themenrelevanten niederländischen Websites, Google Adwords und Google Search Kampagnen sowie einer ausgedehnten niederländischen Facebookkampagne.

Im Laufe des Jahres erfolgen weitere Online-Medienkooperationen mit Tageszeitungen und Special Interest Magazinen.

Ansprechpartner:
Miriam Dubois, Tel.: 0681/927 20-44, dubois@tz-s.de
Isabelle Kuhn, Tel.: 0681/927 20-37, kuhn@tz-s.de
Joanna Czyrny, Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

2.1.5 Saarland Touren App

Die Saarland Touren-App bietet in ihrer neuen Version jetzt noch mehr Funktionen. Herzstück der App sind weiterhin die stufenlos zoombaren topografischen Karten im Maßstab 1:25.000 und der Zugriff auf die umfangreiche Touren-Datenbank, die insbesondere für Wanderer und Radfahrer Inhalte für Outdoor-Aktivitäten bietet. Das neue Modul „Quiztouren“ ist für alle Nutzer interessant, die gerne Wandern und Rätselraten verbinden. Die interaktiven Touren führen über mehrere Stationen, die mit unterschiedlichen Fragen verknüpft sind. Eine Frage taucht immer erst dann auf, wenn man mit seinem Smartphone an der entsprechenden Station angelangt ist. Durch die richtige Beantwortung der Fragen setzt sich Stück für Stück das Lösungswort zusammen.

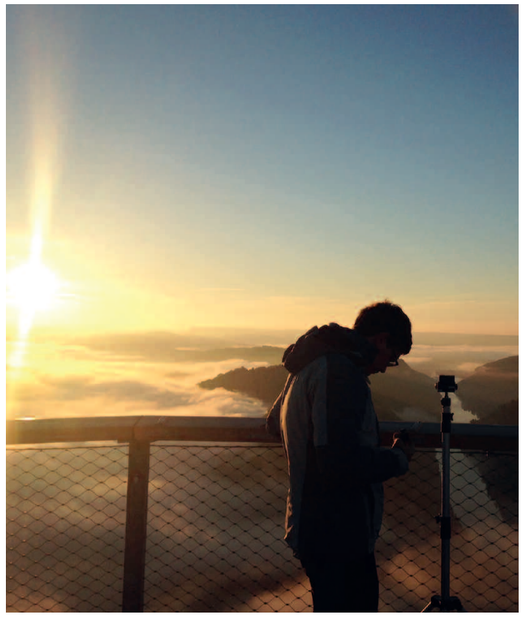
Ein Gewinnspiel, das ganzjährig gemeinsam mit dem WOCHENSPIEGEL durchgeführt wird, bietet zusätzlichen Anreiz zum Mitmachen. Neben der bereits bekannten Funktion „Mängeldetektiv“, die es den Nutzern ermöglicht, unkompliziert von unterwegs Wegeschäden, fehlende Schilder, etc. zu melden, gibt es jetzt eine Notruf-Funktion, die im Notfall während eines Anrufes direkt die Standortangaben anzeigt. So können Rettungskräfte den Anrufer schnell und genau lokalisieren. Links zu, für mobile Endgeräte optimierte Internetseiten, laufenden Events in der Region, Social-Media-Kanäle der TZS und eine Favoritenliste runden das Angebot der Saarland Touren-App ab.

Es werden eigene Infoflyer produziert, mit denen Betriebe (Bett&Bike, Q-Gastgeber Wanderbares Deutschland, Motorradfreundliche Betriebe) ihre Gäste auf die Touren-App aufmerksam machen können.

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

2.1.6 Bewegtbild

Die TZS setzt auf ihrer Website, den sozialen Kanälen und Präsentationen verstärkt auf Bewegtbild, um den Gästen ein lebendiges Bild vom Saarland zu vermitteln. Neben einem 360°-Video am Baumwipfelpfad an der Saarschleife sowie zwei Drohnenvideos am Bostalsee und im UNESCO-Weltkulturerbe Völklinger Hütte, die die Locations aus einer besonderen Perspektive darstellen, ist ein neuer Imagefilm für das Saarland gedreht worden. Darüberhinaus wurden mehrere Kurzclips, die die Partner der Genuss Region Saarland präsentieren, produziert.



2.2 Media

2.2.1 Anzeigen

Deutschland

- WAZ Ruhrgebiet (Aufl. 594.729) „Reiseziel der Woche“, Erscheinungsdatum 21.01.2017
- Landlust-Reisebeilage „Landreise“ (Aufl. 400.000), Anzeige zum Thema Genuss im Saarland, ⅓ Seite, Erscheinungsdatum 22.02.2017
- PUBLICPRESS Verlag, Wanderführer „Wanderland Saarland“ (Aufl. 6.000), 1 Seite Anzeige, Erscheinungsdatum im Februar
- ZEITmagazin (Aufl. 496.946), Partneranzeige zum Thema Kultur im Saarland, 1 Seite, Erscheinungstermin im März
- ARTE Magazin (Aufl. 101.910), Partneranzeige zum Thema Kultur im Saarland, 1 Seite, Erscheinungsdatum im Mai

Niederlande/Belgien

- Wandel.nl Magazine (Aufl. 50.000), Anzeige 1 Seite zum Thema Wandern, Erscheinungsdatum 29.11.2016
- Fiets Actief (Aufl. 23.500), Anzeige ½ Seite zum Thema Wandern, Erscheinungsdatum 15.12.2016
- Vogelvrije Fietser (Aufl. 35.000), Anzeige 1 Seite Radfahren, Erscheinungsdatum Januar 2017
- De Standaard Krantengroep (flämisch) (Aufl. 354.000), Coupon Radfahren, Erscheinungsdatum 07.01.2017
- Het laatste Nieuws (flämisch) (Aufl. 277.000), Coupon Wandern, Erscheinungsdatum 14.01.2017
- Wegener Media / Media Groep Limburg (Zeitungs-Kombi) (Aufl. 950.000), Coupon Radfahren, Erscheinungsdatum 14.01.2017
- Pasar Zeitschriften-Kombi Pasar, Op Weg, femma, raak (Aufl. 175.000), Coupon Wandern, Erscheinungsdatum Jan./Feb. 2017

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

2.2.2 Medienkooperationen

Deutschland

- Im Jahresmagazin „Wanderbares Deutschland“ (Aufl. ca. 60.000) wird sich das Saarland als Wanderregion auf einer Doppelseite präsentieren. Der Baumwipfelpfad in Mettlach-Orscholz schließt sich mit einer weiteren Seite an. Das Magazin ist im Zeitschriftenhandel erhältlich und wird zusätzlich über den Deutschen Wanderverband an die angeschlossenen Vereine verteilt, Erscheinungstermin März 2017.
- PUBLICPRESS Verlag, Radkarte Saarland/Saar-Radweg und französische Kanäle. In die Neuauflage fließen Aktualisierungen der Streckenführung ein. Erscheinungstermin Frühjahr 2017
- In der Fachzeitschrift „Wandermagazin“ erscheint in Kooperation mit dem Nationalpark Hunsrück-Hochwald und Projektbüro Saar-Hunsrück-Steig eine Darstellung zum Thema „Naturlandschaften“ inkl. Tourentipps.
- Im Jahresheft „Tambiente Aktiv 2017“ (Aufl. 100.000) wird sich das SaarRadland mit einem Radthema präsentieren.
- WAZ Ruhrgebiet (Aufl. 594.729) Beilage „Mein Urlaub – Rad & Akivurlaub“, Erscheinungsdatum 21.03.2017
- WAZ Ruhrgebiet (Aufl. 594.729) Beilage „Mein Urlaub – Wandern & Aktivurlaub“, Erscheinungstermin 05.09.2017
- Mit dem Wochenblatt-Verlag (Wochenspiegel, Die Woch) werden über das Jahr verteilt mehrere Preisrätsel zu Touren aus dem Aktiv-Bereich durchgeführt. Genutzt wird hierzu das neue Modul „Quiz-Tour“ (siehe 2.1.5) aus der Saarland Touren-App, die ebenfalls in Kooperation mit dem Verlag betrieben wird.
- In dem Magazin Wintertraum (Aufl. 80.000) präsentiert sich das Saarland mit Weihnachtszauber ohne Grenzen, Erscheinungstermin September 2017

Niederlande

- In dem Magazin Wandel.nl (Aufl. 47.000) präsentiert sich das Saarland als Wanderregion, Erscheinungstermin 29.11.2016.
- In dem Jahresheft „Tambiente Niederlande“ (Aufl. 2.000) präsentiert sich das Saarland mit Kultur und Natur.

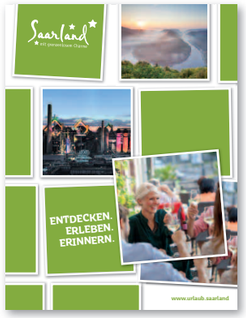
Schweiz

- In der Wanderzeitschrift wandern.ch (Aufl. 25.519), dem größten Wandermagazin der Schweiz, präsentiert sich das Saarland als Wanderregion.

Weitere Medienkooperationen mit Tageszeitungen und Special Interest Magazinen folgen im Laufe des Jahres.

Ansprechpartner:
Susanne Renk, Tel.: 0681/927 20-16, renk@tz-s.de,
Klaus Wallach, Tel.: 0681/927 20-23, wallach@tz-s.de

2.2.3 Beileger



Im Rahmen der Jahreskampagne „Entdecken. Erleben. Erinnern." wird ein spezieller Beileger erscheinen, der die potentiellen Urlauber über Storytelling anspricht. In dem 16-seitigen Beileger, der in einer Auflage von 300.000 Stück erscheint, werden die Themen Genuss, Kultur, Radfahren, Wandern und Familie bespielt. Der Beileger wird in der ersten Jahreshälfte der Landlust, dem Feinschmecker, Essen & Trinken und ausgewählten Tageszeitungen beigelegt.

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

NEU

Ende März sowie Anfang April wird die neue Karte „Wandelen" in den wanderaffinen Medien „Op Weg" (Auflage: 6.500) und „PASAR" (32.000) beigelegt.

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny,
Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

2.2.4 Cross-Marketing und Out-of-Home

Deutschland

Rezeptkarten als Versandbeileger: Um eine höhere Reichweite der Angebote der Initiative „Genuss Region Saarland" zu erzielen, werden Rezeptkarten im DIN lang-Format mit typisch saarländischen Gerichten produziert. Diejenigen Genuss-Partner, die über einen Online-Shop verfügen, werden diese Karten bei den Bestellungen beilegen. Die Rezepte werden jeweils auf das Produktangebot des jeweiligen Genuss-Partners abgestimmt.

Ansprechpartnerin: Sabrina Deutsch,
Tel.: 0681/927 20-24, deutsch@tz-s.de

Schweiz

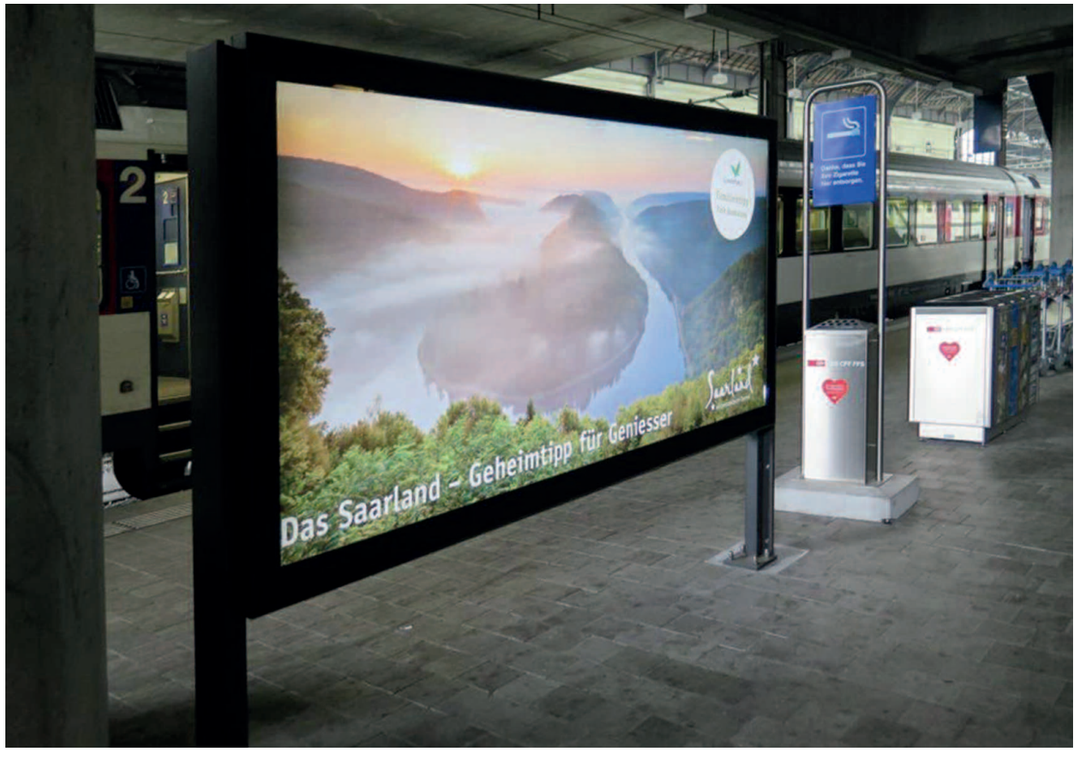
Großplakate am Hauptbahnhof in Zürich über einen Zeitraum von 7 Tagen in 2017

Frankreich

NEU

Einwöchige Plakatkampagne in und um Strasbourg herum. An stark frequentierten Orten werden großformatige Saarland-Plakate positioniert, die für die Vielfalt der Region und dem damit verbundenen Mix aus Kultur und Natur werben.

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny,
Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de



2.3 Printprodukte

Saarland Magazin

In Kooperation mit dem Saarland Marketing
Erscheinungstermin: Dezember 2016
Auflage: 40.000
Inhalt: Das Magazin zeichnet sich aus durch großformatige und hochwertige Fotografien. Die Bilder sprechen für sich und präsentieren das Saarland als facettenreiche Destination.

Vertrieb: Verteilung der Broschüre über die Vertriebswege der TZS, über das Saarland Marketing und über die Tourist Informationen und Infostellen des Saarlandes.

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

Übersichtskarte der Ausflugsziele mit Camping- und Reisemobilstellplätzen

Erscheinungstermin: Dezember 2016
Auflage: 30.000
Inhalt: Information zu den schönsten Ausflugszielen im Saarland, Verortung der Sehenswürdigkeiten auf einer topografischen Übersichtskarte. Neu: Verortung der Camping- und Reisemobilstellplätze.

Vertrieb: Verteilung der Karte über die Vertriebswege der TZS, über hochfrequentierte Einrichtungen im Saarland und über die Tourist Informationen und Infostellen des Saarlandes

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

Sehenswertes im Saarland

Erscheinungstermin: Dezember 2016
Auflage: 25.000
Inhalt: Kostenfreier Führer zu den wichtigsten touristischen Sehenswürdigkeiten im Saarland inkl. ÖPNV-Informationen zu jeder Sehenswürdigkeit. Für die Darstellungen der einzelnen Sehenswürdigkeiten wurde ein festes Raster entwickelt. Nachgeordnete touristische Organisationen können die einzelnen Darstellungen nach dem Baukastenprinzip übernehmen und daraus eigene Broschüren erstellen.
Vertrieb: Verteilung der Broschüre über die Vertriebswege der TZS und über die Tourist Informationen und Infostellen des Saarlandes

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

Radfahren

Erscheinungstermin: Dezember 2016
Auflage: 52.000
Inhalt: Kostenfreie Übersichtskarte mit allen Radwegen im SaarRadland, inkl. Beschreibungen und Höhenprofilen der Hauptradwege, grenzüberschreitenden Touren und Arrangements.

Vertrieb: Verteilung der Broschüre über die Vertriebswege der TZS, über die Tourist Informationen und Infostellen des Saarlandes

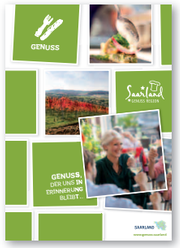
Ansprechpartner: Klaus Wallach,
Tel.: 0681/927 20-23, wallach@tz-s.de

Wandern

Erscheinungstermin: Dezember 2016
Auflage: 48.000
Inhalt: Kostenfreie Übersichtskarte zu den saarländischen Premiumwanderwegen mit Kurzporträts aller Wege und Image zum Thema Wandern allgemein.

Vertrieb: Verteilung der Broschüre über die Vertriebswege der TZS, über die Tourist Informationen und Infostellen des Saarlandes

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



Genuss

Erscheinungstermin: Dezember 2016
Auflage: 26.000
Inhalt: Genuss Region Saarland, Restaurant- und Einkaufsführer, Sterneköche, Erlebnisangebote, Wein, Bier und weitere Spezialitäten

Vertrieb: Verteilung der Broschüre über die Vertriebswege der TZS über die Tourist Informationen und Infostellen des Saarlandes, über die Partner der Genuss Region Saarland

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

Kultur

Erscheinungstermin: Dezember 2016
Auflage: 16.000
Inhalt: Themenmagazin zur abwechslungsreichen Kunst-, Theater- und Kulturszene im Saarland und in den angrenzenden Gebieten der Großregion

Vertrieb: Verteilung der Broschüre über die Vertriebswege der TZS, Vertrieb über die Tourist Informationen und Kultureinrichtungen des Saarlandes

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

Arrangements

Erscheinungstermin: Dezember 2016
Auflage: 15.000
Inhalt: Arrangements zum Thema Radfahren, Wandern, Genuss, Kultur und Wellness
Beteiligungsmöglichkeiten: Kommunen, Regionalverbände, touristische Leistungsträger

Vertrieb: Verteilung der Broschüre über die Vertriebswege der TZS

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

Familie

Erscheinungstermin: Dezember 2016
Auflage: 16.000
Inhalt: Die Broschüre richtet sich an die Zielgruppe der Familien mit Tipps zu erlebnisreichen Attraktionen, familienfreundlichen Ausflugszielen und (ungewöhnlichen) Übernachtungsmöglichkeiten.

Vertrieb: Verteilung der Broschüre über die Vertriebswege der TZS und über die Tourist Informationen und Infostellen des Saarlandes

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

Gruppenreisen 2016/2017

Erscheinungstermin: Dezember 2015
Auflage: 10.000, Beileger 5.000
Inhalt: Der Planning-Guide für Gruppen und Busreiseveranstalter. Mit Tagestourenvorschlägen, Tourenbausteinen, Incentives, außergewöhnlichen Abend- und Rahmenprogrammen, Pauschalarrangements, Tipps für Klassenfahrten und umfassender Darstellung der Sehenswürdigkeiten mit Blick zu den Nachbarn. Beileger: Gruppenhotels und Gastronomie 2017

Beteiligungsmöglichkeiten: Kommunen, Regionalverbände, touristische Leistungsträger
Vertrieb: Verteilung der Broschüre über die Vertriebswege der TZS

Ansprechpartnerin: Petra Wannenmacher,
Tel.: 0681/927 20-14, wannenmacher@tz-s.de

Motorradland Saarland

Erscheinungstermin: Herbst 2017
Auflage: 20.000 Stück
Inhalt: Vorstellung Motorradland Saarland in Zusammenarbeit mit dem Fachmagazin „Tourenfahrer“, bikerfreundliche Betriebe, Tourenvorschläge, Serviceadressen

Vertrieb: Verteilung der Broschüre über die Vertriebswege der TZS und die Tourist Informationen des Saarlandes sowie durch die Partnerbetriebe und den ADAC Saarland

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

Katalog „Unterwegs auf der Saar”

Erscheinungstermin: Saison 2015
Auflage: 10.000
Inhalt: Kostenfreier Katalog über die Saar und angrenzende Wasserreviere Mosel/Saarkanal/Blies. Vorstellung der Städte entlang der Saar inkl. Landgangtipps. Revierkarten mit Informationen zu Hausbootfahrten, Kanu und Rudern, zu Infrastruktur und Service

Vertrieb: Verteilung der Broschüre über die Vertriebswege der TZS, die Tourist Informationen, über Charterunternehmen und Vereine

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

Grenzenloser Weihnachtszauber

Erscheinungstermin: August 2017
Auflage: 2.000
Inhalt: Darstellung der schönsten Weihnachtsmärkte im Saarland und den Nachbarstädten, besinnliche weihnachtliche Arrangements in saarländischen Hotels und besondere Tipps rund um das vorweihnachtliche Erleben im Saarland

Vertrieb: Verteilung der Broschüre über die Vertriebswege der TZS, die Tourist Informationen und Infostellen des Saarlandes

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

Flyer Nationalpark Hunsrück-Hochwald

Erscheinungstermin: Januar 2017
Auflage: 10.000
Inhalt: Angebote im Nationalpark Hunsrück-Hochwald
Vertrieb: Verteilung des Flyers über die Vertriebswege der TZS, der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, der Naheland- und der Hunsrück-Touristik sowie der Tourist Information Sankt Wendeler Land

Ansprechpartnerin: Sabrina Deutsch,
Tel.: 0681/927 20-24, deutsch@tz-s.de

Französisch, Niederländisch, Englisch

Übersichtskarte mit Ausflugszielen (FR, GB, NL)

Auflage: 10.000, 10.000, 20.000
Inhalt: Informationen zu den schönsten Ausflugszielen im Saarland, Verortung der Sehenswürdigkeiten auf einer topografischen Übersichtskarte

Vertrieb: Direkter Versand, auf ausländischen Messen, über die Tourismusverbände und Leistungsträger des Saarlandes

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny,
Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

Imagebroschüren (FR, GB, NL)

Erscheinungstermin: 2016
Auflage: 7.500, 5.000, 6.000
Inhalt: Imagemagazine mit allgemeinen Informationen zu den Städten und Shoppingmöglichkeiten im Saarland, den Rad- und Wanderwegen, Tipps für Familien, Golf- und Wellnessthemen sowie kulinarischen Angeboten

Vertrieb: Direkter Versand, auf ausländischen Messen, über die Tourismusverbände und Leistungsträger des Saarlandes und die Deutsche Zentrale für Tourismus

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny,
Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

Fietsen und Wandelen (NL)

Erscheinungstermin: Dezember 2016
Auflage: je 7.000
Inhalt: Kostenfreie Übersichtskarten mit allen Radwegen inkl. Beschreibungen und Höhenprofilen der Hauptradwege sowie mit allen Premiumwanderwegen sowie Pauschalarrangements, Service, Infos und Übersicht der Bett+Bike-Betriebe bzw. der Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland

Vertrieb: Direkter Versand, auf niederländischen und belgischen Messen, über die Tourismusverbände und Leistungsträger des Saarlandes und die Deutsche Zentrale für Tourismus

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny,
Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

Campingflyer (NL)

Erscheinungstermin: Dezember 2016
Auflage: 5.000
Inhalt: Übersichtskarte mit allen Camping- sowie Reisemobilstellplätzen im Saarland sowie Darstellung der ausgezeichneten Plätze.

Vertrieb: Direkter Versand, auf niederländischen und belgischen Messen, über die Tourismusverbände und Leistungsträger des Saarlandes und die Deutsche Zentrale für Tourismus

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny,
Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

Faltkarte „Premiumwandern“ (FR)

Erscheinungstermin: 2015/2016
Auflage: je 7.500
Inhalt: Kostenfreie Übersichtskarte zu den saarländischen Premiumwanderwegen und Radwegen mit Kurzporträts aller Wege

Vertrieb: Direkter Versand, auf ausländischen Messen, über die Tourismusverbände und Leistungsträger des Saarlandes

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny,
Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

Radkarte – Die schönsten Touren (FR)

Erscheinungstermin: Dezember 2015
Auflage: je 7.500
Inhalt: Kostenfreie Übersichtskarte mit allen Radwegen im SaarRadland, inkl. Beschreibungen und Höhenprofilen der Hauptradwege

Vertrieb: Auf Messen, direkter Versand, über die Tourismusverbände und Infostellen des Saarlandes

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny,
Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

Gruppenbroschüren „La Sarre – Spécial groupes“ (FR)

Erscheinungstermin: 2015
Auflage: 5.000
Inhalt: Planning-Guide für Gruppenreiseveranstalter. Mit Tagestourenvorschlägen, Tourenbausteinen, Sehenswürdigkeiten, Märkten, Tipps für Klassenfahrten sowie Radfahren und Wandern im Saarland

Vertrieb: Direkter Versand, auf französischen Messen, über die Tourismusverbände und Leistungsträger des Saarlandes und die Deutsche Zentrale für Tourismus

Ansprechpartner: Eric Schneider,
Tel.: 0681/927 20-15, schneider@tz-s.de

2.4 Präsentationen

Die TZS sieht es als wichtige Aufgabe an, das Saarland als Reiseziel über Messen, Roadshows und Events bekannt zu machen und neue Gäste zu gewinnen sowie Stammgäste zu binden.
Im Bereich der Messen hat sich die TZS, abgesehen von der weltweit führenden Tourismusmesse ITB, auf themenorientierte Messen spezialisiert. Ob Radfahren, Wandern oder Genuss, hier wird eine thematisch sehr interessierte Zielgruppe erreicht.
Als sehr erfolgreiche Art der Präsentation hat sich auch die eigene Roadshow durch Städte in den Hauptquellgebieten erwiesen. Sie wird dieses Jahr erneut, jedoch mit Fokus auf themenorientierten Events, stattfinden.
Im Rahmen des Anschließerkonzeptes beteiligen sich an ausgewählten Präsentationen Hotels, regionale und kommunale Tourismusverbände und Partner aus dem Kultur- und Freizeitsektor.

2.4.1 Messen

Deutschland

SCN Reisemarkt
07.–08.01.2017
Ort: Flughafen Saarbrücken
Zielgruppe: Endkunden aus dem Saarland, aus Rheinland-Pfalz, Luxemburg und Frankreich

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny, Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

Fahrrad- & ErlebnisReisen mit Wandern
14.–15.01.2017
Ort: Stuttgart (im Rahmen der CMT)
Zielgruppe: Outdooraffine Endkunden aus Baden-Württemberg

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny, Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

Reisemarkt Saarbrücken
27.–29.01.2017
Ort: Messegelände Saarbrücken
Zielgruppe: Endkunden aus dem Saarland, aus Rheinland-Pfalz, Luxemburg und Frankreich

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny, Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

Reisemarkt in den Schadow-Arkaden
19.02.2017
Ort: Düsseldorf
Zielgruppe: Endkunden aus Düsseldorf und Umgebung

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny, Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

ADFC Radreisemesse Bonn
19.03.2017
Ort: Bonn
Zielgruppe: Fahrradaffine Endkunden aus Nordrhein-Westfalen

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny, Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

ITB (Internationale Tourismusbörse Berlin)
08.–12.03.2017
Die ITB bietet eine optimale Plattform, um wichtige Kontakte zu Endverbrauchern, Fachbesuchern und Multiplikatoren zu knüpfen. Wie in jedem Jahr erwartet den ITB-Messebesucher ein außergewöhnliches Event am Stand des Saarlandes in Halle 8.2. In diesem Jahr steht das Thema „Saarland – Entdecken.Erleben.Erinnern." im Mittelpunkt.
Ort: Berlin
Zielgruppe: Fachbesucher und Endkunden (weltgrößte internationale Tourismusmesse)
Anschließermöglichkeiten: Kommunen, Regionalverbände, touristische Leistungsträger

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny, Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

SaarLorLux Tourismusbörse St. Ingbert
18.–19.03.2017
Ort: St. Ingbert
Zielgruppe: Endkunden aus dem Saarland, aus Rheinland-Pfalz und Frankreich
Anschließermöglichkeiten: Kommunen, Regionalverbände, touristische Leistungsträger

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny, Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

ADFC RadReiseMarkt Frankfurt
26.03.2017
Ort: Frankfurt
Zielgruppe: Fahrradaffine Endkunden aus Hessen

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny, Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

Slow Food Messe „Markt des guten Geschmacks"
20.–23.04.2017
Ort: Stuttgart
Zielgruppe: Fachbesucher und Endkunden mit hohem Interesse für Kulinarik und Genuss
Anschließermöglichkeiten: Slow Food Mitglieder & Betriebe sowie Partnerbetriebe der „Genuss Region Saarland"

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny, Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

TourNatur Wander- und Trekkingmesse
01.–03.09.2017
Ort: Düsseldorf
Zielgruppe: Outdooraffine Endkunden aus Nordrhein-Westfalen
Anschließermöglichkeiten: Kommunen, Regionalverbände, touristische Leistungsträger

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny, Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

Zusätzlich zum eigenen Auftritt ist die TZS mit ausgewählten Broschüren über den VIA Urlaubsservice auf folgenden Messen vertreten: CMT Fahrrad- und Erlebnisreisen, Fahrrad Essen, f.re.e München, Radreisemesse Hamburg, Rad+Outdoor Bremen, bike aktiv Freiburg, Rund ums Fahrrad Ludwigsburg, Fahrradtag Paderborn, TourNatur Düsseldorf, Eurobike, Touristik & Caravaning Leipzig, MomenTour Pforzheim, Radsalon Mannheim und Weltenbummler Köln. Im Auftrag der TZS verteilt der VIA-Urlaubsservice die Reisebroschüren Radfahren, Wandern und das Saarland Magazin an ein interessiertes Publikum.

Niederlande

Fiets en Wandelbeurs Utrecht
11.–12.02.2017
Ort: Utrecht
Zielgruppe: Outdooraffine Endkunden aus den Niederlanden

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny, Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

Motorbeurs Utrecht
23.–26.02.2017
Ort: Utrecht
Zielgruppe: Motorradaffine Endkunden aus den Niederlanden

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

Belgien

Vakantiesalon Brüssel
02.–05.02.2017
Ort: Brüssel
Zielgruppe: Endkunden aus Belgien
Anschließermöglichkeiten: Kommunen, Regionalverbände, touristische Leistungsträger

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny, Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

Fiets en Wandelbeurs Gent NEU
18.–19.02.2017
Ort: Gent
Zielgruppe: Outdooraffine Endkunden aus Belgien

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny, Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

Frankreich

Tourissimo NEU
27.–29.01.2017
Ort: Strasbourg
Zielgruppe: Endkunden und Fachbesucher aus dem Elsass und Lothringen

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny, Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

Fête des jardins et des saveurs
Oktober 2017
Ort: Laquenexy
Zielgruppe: Natur- und kulturaffine Endkunden aus Frankreich

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny, Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

SITV Colmar
November 2017
Ort: Colmar
Zielgruppe: Endkunden und Fachbesucher

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny, Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

2.4.2 Roadshow

Roadshow – das Saarland on Tour

Die Roadshow hat sich seit ihrer Premiere im Jahr 2011 als optimale Präsentationsmöglichkeit der TZS etabliert. Kernelement der Roadshow ist der mit dem Saarland-Logo gebrandete Oldtimerbus, der in den jeweils angefahrenen Innenstädten bzw. Fußgängerzonen platziert wird. Die Präsentation wird ergänzt durch mehrere Counter und Stehtische zur Prospektauslage, durch Kundenstopper mit speziellen Angeboten im Rahmen der Roadshow und einer Gewinnspielbox. Es werden Städte aus unseren Hauptquellgebieten in Baden-Württemberg, dem Rhein-Main-Gebiet sowie Nordrhein-Westfalen angefahren.

Neu in 2017: das Saarland wird sich auf publikumsstarken Veranstaltungen präsentieren. Hier werden herausragende Märkte (Genuss-, Lifestyle oder Themenmärkte) oder besondere Feste (Schlossfeste, Kulturevents, Familienfeste etc.) in den Quellgebieten Baden-Württemberg, Rhein-Main-Gebiet oder Nordrhein-Westfalen besucht. Zudem wird Nancy (Placette St. Sebastien) angefahren. Als Zeitraum wird Frühjahr/Sommer anvisiert.

Die TZS gibt Partnern und Leistungsträgern die Möglichkeit, sich auf verschiedene Arten an der Roadshow zu beteiligen.

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny, Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

2.4.3 Events und Promotion

Museumsuferfest Frankfurt

25.–27. August 2017
Ort: Frankfurt
Das Museumsuferfest zählt zu einem der größten Kunst- und Kulturfestivals Europas. Die TZS präsentiert dort das Reiseland Saarland zusammen mit kulturellen Einrichtungen und dem Saarland gebrandeten Oldtimerbus.

Ansprechpartnerin: Joanna Czyrny, Tel.: 0681/927 20-27, czyrny@tz-s.de

Biosphärenfest Bliesgau

10. September 2017
Ort: Europäischer Kulturpark Bliesbruck-Reinheim
Zu dem Fest, bei dem es jährlich mehrere Tausend Besucher in den Bliesgau zieht, wird sich die TZS erneut zusammen mit der Saarpfalz-Touristik an einem Gemeinschaftsstand präsentieren.

Ansprechpartnerin: Sabrina Deutsch, Tel.: 0681/927 20-24, deutsch@tz-s.de

Kulinarik-Wanderung NEU

In 2017 wird eine Pilotveranstaltung zum Thema Wandern initiiert, die in einer Veranstaltungsreihe münden könnte. Eine Kulinarik-Wanderung soll das Wandern direkt mit den kulinarischen Vorzügen der Region verbinden. Die zahlenden Teilnehmer der Veranstaltung wandern auf einem Premiumweg und lassen sich entlang der Strecke an kulinarischen Stationen durch Spezialitäten aus der Region verwöhnen. Den Abschluss bildet ein kleines Genussfest im Ziel. Bei erfolgreicher Durchführung der Pilotveranstaltung könnte eine Fortsetzung auf jeweils einem Premiumwanderweg eines Landkreises unter Einbindung der dortigen Anbieter (Hersteller, Gastronomie, etc.) und Genuss-Partner folgen.

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

Familien-Wandertag NEU

Durchführung eines Familien-Wander- und Erlebnistags in Verbindung mit dem SeeGarten in Losheim.

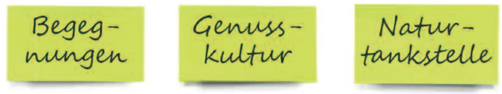
Ansprechpartner: Klaus Wallach, Tel.: 0681/92720-23, wallach@tz-s.de

2.5 Content Marketing

Saarland TO STAY

Aufbau von einzigartigem Content und Storytelling zum Thema Saarland TO STAY

Die Initiative Saarland TO STAY zeigt Alternativen zur Lebensweise TO GO. Die Initiative Saarland TO STAY will Bewusstsein für Ressourcen schaffen, zeigt wo Klasse und nicht Masse den Ton angeben, ermöglicht Raum und Zeit zum Ankommen, feiert den Moment des bewussten Genießens, in der Natur und der Begegnung. Saarland TO STAY ist eine Frage der Kultur. Die sogenannten „Brand Stories“ werden drei unterschiedlichen Themenfeldern zugeordnet:



Die Erzählungen sollen durch hochwertigen und zielgruppengerechten Content mit Texten, Fotos und Kurzclips zum Leben erweckt werden.

2.6 Marketing und Vertrieb Business-to-Business

Die Aufgabe des Marketing und Vertriebs für touristische Leistungsträger im Business-to-Business Bereich ist es, das touristische Angebot des Saarlandes im Wettbewerb mit Hilfe von gezielten Marketing- und Vertriebsmaßnahmen bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern zu positionieren und zu verkaufen.

Vertrieb über Reiseveranstalter oder Reisemittler

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

Deutschland

Ausgewählte Kataloge und Onlinepräsenz

- DERTOUR Deutschland
- DERTOUR Wellness- und Vitalwelten
- DERTOUR Städtereisen
- TUI Deutschland Süd
- FTI Deutschland
- Thomas Cook
- ITS-Deutschland
- Mediplus Reisen
- Neckermann Deutschland
- Neckermann Care
- Ameropa Städtereisen
- Ameropa Wellness genießen
- Airtours Mitteleuropa
- CTS-Reisen
- Wikinger Reisen Rad-Urlaub
- Wikinger Reisen Wanderurlaub individuell
- Wikinger Reisen Wanderurlaub geführt
- Wikinger Reisen natürlich gesund
- Via Soluna Reise- und Wanderservice
- TS Touristik Service e.K.
- Croisi Europe Deutschland
- Müller-Reisen, 5173 Pforzheim
- Velociped GmbH & Co. KG
- Kofahl Reisen GbR

Ausgewählte reine Onlinepräsenz

- BestFewo
- CASAMUNDO
- Belvento
- Onka Tours
- Flussreisen24
- Ak Touristik
- VRtours

Ausgewählte Buspaketer

- PTI Panoramica Touristik International GmbH
- Grimm Touristik Wetzlar
- Behringer Touristik GmbH
- bus-partner
- SERVICE-REISEN GIESSEN

Ausgewählte Kataloge und Onlinepräsenz im Ausland

Belgien

- Lauwers Reizen
- Voyage Léonard
- Active Golf & Thalasso Travel
- TUI Belgien

Niederlande

- Pin High Golftravel
- TUI Niederlande
- FTI
- Neckermann Reizen

Frankreich

- LK Tours

Österreich

- PEDALO Radreisen
- Donau Touristik
- Eurotours

Dänemark

- De Graa Busser (DK)

und viele weitere kleine und mittelständige Reiseveranstalter.

Ansprechpartner: Eric Schneider, Tel.: 0681/927 20-15, schneider@tz-s.de

Gruppenreisen

Egal, ob Busgruppe, Verein oder Club, der Gruppenservice der TZS organisiert die Reise nach den Wünschen der einzelnen Kunden.

Zum Gruppenservice gehören die folgenden Leistungen:

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

Ansprechpartner: Eric Schneider, Tel.: 0681/927 20-15, schneider@tz-s.de

FAM-Trip und Studienreisen

FAM ist die Abkürzung für „familiarization“. Es handelt sich dabei um Reiseangebote, die sich ausschließlich an Reiseverkaufspersonal, z. B. Reiseveranstalter, Reisebüros oder Verkaufsagenten richten. Die Zielsetzung liegt darin, dass sie sich einen eigenen Eindruck vor Ort von den Hotels, Restaurants, Einrichtungen und den kulturellen Gegebenheiten machen und ihr Wissen dann beim Beratungsgespräch mit dem Kunden besser einsetzen können.

- Frühjahr oder Herbst 2017: Multiplikatoren-Reise mit Schuy Exclusiv Reisen GmbH & Co KG
- März 2017: Multiplikatoren-Reise mit Anton Götten Reisen GmbH
- Juni 2017: Expedientenreise mit der WILLY SCHARNOW-STIFTUNG FÜR TOURISTIK
- Oktober 2017: Multiplikatoren-Reise mit Müller Reisen, Wilhelm Müller GmbH & Co. KG Massenbachhausen

Ansprechpartner: Eric Schneider, Tel.: 0681/927 20-15, schneider@tz-s.de

Marketing- und Medien-Partnerschaften 2017

Die Broschüre „Marketing- und Medien-Partnerschaften 2017“ stellt die aktuellen Marketingmaßnahmen der TZS vor und bietet den touristischen Partnern und Leistungsträgern an, sich am zielgerichteten Marketingmix zu beteiligen und sich in Zusammenarbeit mit der TZS auf den In- und Auslandsmärkten zu positionieren.

Die Beteiligungsbroschüre kann unter www.urlaub.saarland/Ueber-uns/Marketing-Beteiligungen abgerufen werden.

Workshops und Hausmessen

©DZT AmsterdamPatricia Fever

Die Tourismus Zentrale Saarland präsentiert sich auf verschiedenen Fachbesucher-Messen und Workshops im In- und Ausland.

Deutschland

28.–29.01.2017	Hausmesse Müller Reisen
07.–09.05.2017	Germany Travel Mart Nürnberg
20.–21.04.2017	Group Travel Expo Friedrichshafen (RDA)
04.–05.07.2017	Group Travel Expo Köln (RDA)

Belgien

14.–15.01.2017	Hausmesse Voyage Léonard
14.–15.01.2017	Hausmesse Lauwers Reizen
22.11.2017	DZT-Deutschlandworkshop Brüssel

Niederlande

21.11.2017	DZT-ReisMarkt Duitsland

Ansprechpartner: Eric Schneider, Tel.: 0681/927 20-15, schneider@tz-s.de

2.7 Veranstaltungskooperationen und Partnerschaften

- 26.–27.05.2017: 19. Int. Saar-Lor-Lux Classique-European Historic Rallye (Oldtimer Klassik Veranstaltung)
- 31.10.–05.11.2017: Bitburger Badminton Open

Ansprechpartner: Eric Schneider, Tel.: 0681/927 20-15, schneider@tz-s.de

- 11.06.2017 8. WanderMarathon Saar-Hunsrück-Steig

Ansprechpartner: Klaus Wallach, Tel.: 0681/92720-23, wallach@tz-s.de

3. Presse und Kommunikation

Die Presseabteilung der Tourismus Zentrale Saarland bietet als Ansprechpartner für unterschiedliche Medien eine qualitativ hochwertige, informative und gut aufbereitete Pressearbeit. Diese dient der Unterstützung einer fundierten und positiven Berichterstattung zum Reiseland Saarland. Dazu gehört eine gezielte Kommunikation, die thematisch und zielgruppenorientiert ausgerichtet ist, um dauerhaft und langfristig das positive Image des Saarlandes in der Öffentlichkeit zu bilden und zu stärken. Die Presse- und Kommunikationsarbeit ist ein wesentliches Instrument innerhalb der Unternehmenskommunikation. Der Fokus der Presse- und Kommunikationsarbeit liegt auf den qualitativ hochwertigen Inhalten und nicht auf der Masse der Berichterstattung.

Der Aufbau und die Pflege von Pressekontakten erfolgt über:

- Pressegespräche und -konferenzen
- Pressemitteilungen und weitere Informationsformen
- individuelle Pressereisen
- Presse-Workshops

2017 steht die Kommunikation unter dem Jahresmotto:
„Momente, die in Erinnerung bleiben."
„Saarland – Entdecken.Erleben.Erinnern."

Schwerpunktthemen sind:

- Ausstellungen Weltkulturerbe Völklinger Hütte
- Die schönsten Festivals im Saarland
- Motorradtouren im Saarland
- Faszination Natururlaub
- Ungewöhnliche Übernachtungen
- Familienferien
- Baumwipfelpfad Saarschleife
- Genuss Region Saarland
- Dibbelabbes – eine regionale Spezialität

Medienpool:
Die TZS bietet über die Webpräsenz einen Medienpool innerhalb des Presseservice an, der für Medienvertreter, Touristikpartner und Agenturen zur Verfügung steht. Ein zeitgemäßer direkter Download der Top Motive des Reiselandes Saarland ist ohne Login direkt möglich. Weiteres Bildmaterial stellt die TZS auf Anfrage gerne zur Verfügung.

Ansprechpartnerinnen:
Susanne Renk, Tel.: 0681/927 20-16, renk@tz-s.de
Catherine Fabre, Tel.: 0681/927 20-28, fabre@tz-s.de
Sabine Caspar, Tel.: 0681/927 20-11, caspar@tz-s.de

4. Netzwerkmanagement

4.1 Tourismuslotse Saarland

Das Projekt „Tourismuslotse Saarland" wurde 2012 vom saarländischen Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr (MWAEV) initiiert. Innerhalb eines Jahres haben die sogenannten Tourismuslotsen eine Initialberatung im operativen Tagesgeschäft von 100 ausgewählten Hotel- und Gastronomiebetrieben durchgeführt.
Auf Grundlage der Projektauswertung und einer zusätzlichen Befragung der Tourismuslotsenbetriebe entwickelten die Projektpartner TZS, DEHOGA Saarland, IHK Saarland und MWAEV den Tourismuslotsen 2.0.

Interaktiv, zeitunabhängig, kostenlos
Unter www.tourismuslotse.saarland kann sich das Gastgewerbe über Veranstaltungen und Seminare, Qualitätssiegel, Partnernetzwerke, Ansprechpartner im Tourismus und vieles mehr informieren.

Im Log-In-Bereich steht der Online-Lotsen-Check als interaktives Tool für Hoteliers und Gastronomen zur Verfügung.

Bei der Bearbeitung von Checklisten sammelt der registrierte Nutzer Lotsenpunkte und kann sich in 5 Levels weiterentwickeln. Über die Checklisten werden Maßnahmen zur Verbesserung der touristischen Dienstleistungsqualität vermittelt. Entsprechend der erreichten Punktzahl erhält der Nutzer einen Lotsentipp mit Hinweisen auf weiterführende Maßnahmen und Angebote der Projektpartner. Zur Motivationssteigerung wurde zusätzlich ein Belohnungssystem mit virtuellen Auszeichnungen und realen Belohnungen integriert.

Der Online-Tourismuslotse sensibilisiert Gastgeber für den Tourismus im Saarland und motiviert zur Verbesserung der touristischen Dienstleistungsqualität. Ziel ist, dass der Online-Lotsen-Check zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Betriebe beiträgt und das Saarland mit einem qualitativ hochwertigen Angebot als Reiseland punkten kann.

www.tourismuslotse.saarland

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

4.2 Projektkreismanagement

In den Projektkreisen werden Maßnahmen zu den jeweiligen touristischen Themen entwickelt sowie landesweite Produkte und Angebote erstellt. Die Koordinierung zwischen den Projektkreisen und die überregionale Vermarktung der Produkte übernimmt die TZS.

Projektkreis „Wandertourismus"

Ziele:

- Etablierung des Saarlandes als bundesweit bekannte wandertouristische Destination
- Profilschärfung des wandertouristischen Angebots
- Qualitätssicherung der Wanderwegeinfrastruktur
- Aufbau und nachhaltige Sicherung der Wegequalität (Beschilderung, Wegebau, ergänzende Infrastruktur)
- Entwicklung Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland
- Entwicklung von Produktbausteinen (geführte Wanderungen, Erlebnispicknick etc.)
- Entwicklung der Serviceleistungen (Gepäcktransfer, Shuttle-Service etc.)
- Aufbereitung und Bereitstellung wandertouristischer Informationen
- Erhöhung der Wertschöpfung entlang der Wege

Maßnahmen:

- Das Projekt „WanderCent" ermöglicht eine dauerhafte Mitfinanzierung des Wegeunterhalts durch eine freiwillige Beteiligung der Wanderer. Die Idee ist es, mittels einer Spenden-SMS einen Beitrag zur Sicherung der Wegequalität durch den Nutzer der Wegeinfrastruktur zu leisten. Entlang der Wege weisen Schilder auf den Service hin. Infoflyer, eine Internetseite mit Erklärvideo und Erläuterungen in den touristischen Broschüren ergänzen die Kommunikation. Räumlich ist das Projekt auf die Traumschleifen Saar-Hunsrück begrenzt.
- Kooperation mit Magazin „Wanderlust", Booklet auf Titel (Aufl. 58.000)
- Beteiligung an Beileger zum Jahresheft „Wanderbares Deutschland" (Aufl. ca. 70.000) Erscheinungstermin März 2017
- Online-Marketing auf Plattform www.outdooractive.com (Highlightregion Saarland, gezielt Content hervorheben)
- Einstieg in barrierefreie Wanderangebote (Entwicklung von Wanderwegen nach DWV)

Teilnehmer:

- Vertreter der regionalen Tourismusorganisationen
- Vertreter der Hotellerie
- Vertreter von Interessenverbänden

Projektleitung: Peter Klein, Landkreis Merzig-Wadern
Ansprechpartner: Klaus Wallach, Tel.: 0681/927 20-23, wallach@tz-s.de

Projektkreis „Radtourismus“

Ziele:
- Komplettierung des Radwegenetzes (einzelne Lückenschlüsse und Primstalradweg)
- Qualitätsverbesserung und -sicherung der Radwegeinfrastrukturen
- Entwicklung touristischer Produkte
- Bereitstellung radtouristischer Informationen
- Aufwertung des Dienstleistungsangebotes (Bsp. Aktion Pedelecs Willkommen)
- Stärkung des Leistungsträger-Verbundes (Bett+Bike) und zielgruppengerechte Schärfung des Angebotes (Bsp. Bett+Bike Sport)

Maßnahmen:
- Im aktuellen Jahr wird der Saarland-Radweg rezertifiziert. Eine Bestätigung der bisherigen Sterne wird angestrebt. Maßnahmen zur Verbesserung der Infrastruktur und Wegweisung im Vorfeld der Zertifizierung könnten ggfls. zu einer Aufwertung des Ergebnisses von 3 auf 4 Sterne führen. Die Befahrung und Erhebung der Daten findet wie beim Saar-Radweg durch einen Qualitätsbeauftragten.
- Die Auswertung der Ergebnisse aus der in 2016 durchgeführten Radverkehrsanalyse findet im Rahmen eines Workshops statt. Handlungsempfehlungen werden daraus abgeleitet. Für Überlegungen zur Produktneugestaltung sind Beratungsleistungen eingeplant.
- Darstellung des SaarRadlandes auf einer Doppelseite im Katalog „Deutschland per Rad entdecken 2017/18“. Es werden u. a. die zertifizierten Radwege und das regionale Netz des Sankt Wendeler Landes vorgestellt.
- Darstellung SaarRadland im neuen Katalog Bett&Bike Hessen, RLP und Saarland auf einer Doppelseite inkl. Kartendarstellung der wichtigsten Radweg
- Darstellung eines Radweges als Advertorial im Fachmagazin „Fahrrad News“. Vertrieb über den Fahrrad-Fachhandel.

Teilnehmer:
- Vertreter der regionalen Tourismusorganisationen
- Vertreter von Interessenverbänden und Verkehrsbetrieben
- Privatwirtschaft

Projektleitung: Dr. Martina Scheer, Landkreis St. Wendel
Ansprechpartner: Klaus Wallach, Tel.: 0681/927 20-23, wallach@tz-s.de

Projektkreis „Reisemobile & Camping“

Ziele:
- Profilierung des Saarlandes als Reiseziel für Reisemobilisten (Wochenend-, Transitreisende) und Camper
- Beratung/Know-how-Transfer bei der Neuanlage von Camping- und Stellplätzen
- Schaffung eines konkurrenzfähigen Angebots
- Verbesserung/Sicherung der Qualität der Infrastruktur
- Schaffung von Reiseanlässen bzw. Erhöhung der Verweildauer der Besucher
- Vernetzung der Akteure (auch grenzüberschreitend)

Maßnahmen:
- Um den Besuchern von Camping- und Reisemobilstellplätzen gezielte Informationen auf Landes-, Landkreis- und kommunaler Ebene zu reichen, werden Infopakete mit einheitlichem Deckblatt konfektioniert. Die Verteilung der Pakete, die von den Stellplatzbetreibern vor Ort platziert werden, wird durch die TQS unterstützt.
- Präsenz im Jahresmagazin „RoutenMag“ (Print) und Online auf ferienstrassen.info mit Barockstraße und Genuss Region Saarland.
- Erhebung und Analyse der saarländischen Camping-Anbieter als Basis für weiterführende Maßnahmen zur Stärkung des KMU-Netzwerks.

Teilnehmer:
- Vertreter der regionalen Tourismusorganisationen
- Vertreter von Dachorganisationen
- Vertreter von Interessenverbänden

Projektleitung: Wolfgang Henn/ Jörg Omlor, Saarpfalz-Kreis
Ansprechpartner: Klaus Wallach, Tel.: 0681/927 20-23, wallach@tz-s.de

Projektkreis „Motorradreisen“

Ziele:
- Steigerung des Bekanntheitsgrades des Saarlandes und der umliegenden Regionen als Motorrad-Reiseregion
- Professionalisierung des Angebotes
- Einbindung der regionalen Akteure und Multiplikatoren
- Zielgruppengerechte Aufbereitung der Informationen
- Themengerechte Qualifizierung ausgewählter Übernachtungsbetriebe (ADAC-zertifizierte motorradfreundliche Betriebe)
- Kooperation mit Wirtschaftspartnern (z. B. Handel, Reiseveranstalter, Verlage)

Teilnehmer:
- Vertreter der regionalen Tourismusorganisationen
- ADAC Saarland
- Engagierte Privatpersonen (Tour-Guides)
- Medienvertreter

Projektleitung: Dieter Ruck, Landkreis Saarlouis
Ansprechpartner: Klaus Wallach, Tel.: 0681/927 20-23, wallach@tz-s.de

Projektkreis Naturtourismus

Ziele:
- Festigung der Zusammenarbeit von Touristikern, Leistungsträgern und weiteren Akteuren im Bereich Naturtourismus
- Zielgruppenspezifischer Ausbau des Segments Naturtourismus sowie
- Entwicklung und Vermarktung attraktiver naturtouristischer Angebote in den Nationalen Naturlandschaften

Teilnehmer:
- Vertreter der regionalen Tourismusorganisationen und Verbände
- Vertreter der Naturschutzverbände und Schutzgebietsverwaltungen
- Vertreter der Hotellerie und Gastronomie
- Vertreter weiterer touristischer Leistungsträger

Projektleitung: Wolfgang Henn, Saarpfalz-Kreis
Ansprechpartnerin: Sabrina Deutsch, Tel.: 0681/927 20-24, deutsch@tz-s.de

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

Arbeitskreis Tourismus Marketing Nationalpark Hunsrück-Hochwald

Teilnehmer:
- Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (RPT)
- TZS
- Hunsrück-Touristik
- Naheland-Touristik
- TI Sankt Wendeler Land

Maßnahmen:
- Entwicklung eines touristischen Partnerbetriebs-Netzwerkes
- Printmarketing zur Bewerbung des Nationalparks, z. B. Nationalpark-Flyer
- Anschluss an Printmarketing der touristischen Partner, z. B. Image-Flyer Naturtankstelle, TZS-eigene Printbroschüren
- Online Marketing: Präsentation der Nationalparkregion auf Homepages der touristischen Partner und Kampagnen wie z. B. Content Kampagne „Naturtankstelle“, Schwerpunkt Wald
- Blogger-/Instagram-Reisen
- Entwicklung markt- und zielgruppengerechter Naturerlebnis-Angebote

Team Marketing Biosphäre Bliesgau

Teilnehmer:
- TZS
- Biosphärenzweckverband Bliesgau
- Saarpfalz Touristik
- (Kongress- und Touristik Service Region Saarbrücken GmbH)
- (Regionalverband Saarbrücken)

Maßnahmen:
- Online Marketing: Content Kampagne „Naturtankstelle“
- Blogger-/Instagram-Reisen
- Kooperation Fahrtziel Natur
- Messen, z. B. Präsentation auf der Tour Natur Düsseldorf, Biosphärenfest
- Printwerbung mit eigenen Broschüren und Broschüren der TZS
- Pressearbeit: Anzeigen und Artikel / Reportagen
- Informationsreise für Touristiker durch den Bliesgau
- Angebotsentwicklung neuer naturtouristischer Produkte z. B. Voluntourism, klimaneutrale Angebote

Ansprechpartnerin: Sabrina Deutsch, Tel.: 0681/927 20-24, deutsch@tz-s.de

Projektkreisarbeit im Städte- und Kulturtourismus

Im Rahmen der Tourismuskonzeption 2025 werden im Bereich Städte- und Kulturtourismus die Projektkreise „Römer und Kelten“ sowie „Zielgruppenansprache Amerikaner“ einer Neuausrichtung unterzogen. Der Fokus liegt nun vor allem in der Entwicklung und Vermarktung einzelner, herausragender bestehender und neuer kultureller Leuchtturmstandorte. Die in 2016 begonnene Zusammenarbeit in der Lenkungsgruppe "Kulturelle Leuchttürme" wird in den kommenden Jahren fortgeführt und mit konkreten Maßnahmen unterlegt. Geplante Maßnahmen für 2017: Workshop "Fit für den Tourismus", Produktion eines Beilegers und Fotoshooting.

Des Weiteren ist der Aufbau eines Projektkreises „Städtetourismus“ mit saarländischen Städten geplant, die sich mit der touristischen Inwertsetzung profilieren möchten.

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

4.3 Genuss Region Saarland

Die „Genuss Region Saarland“ (GRS) ist eine touristische Vermarktungsinitiative, die auf einem im Jahr 2009 von der TZS beauftragten und vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr finanzierten Konzept fußt. Die Qualitätscharta, in der die Kriterien zur Mitwirkung im Partnernetzwerk definiert sind, bildet die Grundlage der Initiative. Partner der GRS sind saarländische Produzenten und Gastwirte, die sich der Regionalität verschrieben haben. Gemeinsam reagieren die beteiligten Betriebe auf die verstärkte Nachfrage der Gäste nach typisch „Saarländischem“.

Kern der Initiative ist es, das kulinarische Angebot des Saarlandes für den Gast erlebbar zu machen. Dazu zählen z. B. Restaurantbesuche (Erleben regionaler Kochkultur), der Einkauf in einem Hofladen direkt beim Erzeuger, kulinarische Seminare, Feinschmeckerabende oder Führungen durch die Betriebsstätten der Genuss-Partner. Vermarktet werden die Partner sowie ihre touristisch relevanten Angebote – darunter auch kombinierte Tages- und Mehrtagesangebote – über verschiedene Marketing- und Vertriebskanäle der TZS. Dazu zählen beispielsweise der Webauftritt auf www.genuss-region-saarland.de, die Schaltung von Printanzeigen, der gemeinsame Auftritt auf Messen wie der Slow Food Messe in Stuttgart oder die Ausrichtung eigener Genussveranstaltungen.

Ziel ist es, die Profilierung des Saarland als Genussregion voranzubringen, die Wettbewerbsfähigkeit der Partner zu stärken und dauerhafte Kooperation untereinander zu fördern. Die GRS ist jederzeit offen für weitere Genuss-Partner, die die Qualitätskriterien erfüllen.

Ansprechpartnerin: Sabrina Deutsch, Tel.: 0681/927 20-24, deutsch@tz-s.de

4.4 Saarland Card – Neue Gästekarte ab April 2017

Ab April 2017 erhalten touristische Übernachtungsgäste die neue Saarland Card bei den teilnehmenden Gastgebern. Mit der Gästekarte sind über 50 Freizeitattraktionen im Saarland und über die Grenzen hinaus, sowie Bus & Bahn im Saarland kostenfrei nutzbar.

Das System der Saarland Card basiert auf einem Umlageverfahren, bei dem die teilnehmenden Gastgeber einen übernachtungsbasierten Umlagebetrag pro Gast und Nacht in das System einzahlen und aus dem die teilnehmenden Attraktionen einen Teil ihres regulären Eintrittes rückvergütet bekommen.

Die Saarland Card wird von einem umfassenden Marketing begleitet (Homepage www.card.saarland, Bewerbung in On- und Offlinemedien, Social Media, Bewerbung bei Reiseveranstaltern, etc.). Sie ist ein innovatives Produkt für die Gesamtdestination Saarland, das Gästen einen entscheidenden Mehrwert für ihren Aufenthalt im Saarland bietet und auf den gestiegenen Qualitätsanspruch der Gäste einzahlt. Für die Partnerbetriebe bietet die Saarland Card eine Chance auf neue Gäste und damit steigende Auslastung, steigenden Umsatz und steigende Wertschöpfung.

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

4.5 Netzwerk Hören

Das „Netzwerk Hören“ baut als Pilotprojekt den Medizin- und Gesundheitstourismus im Saarland zu einem hochwertigen und wirtschaftsstarken Zweig aus, um sich damit national und international positionieren. Tourismus, Medizin, Forschung und Barrierefreiheit sind die vier Säulen auf denen das Projekt fußt. Der Ansatz stellt ein Alleinstellungsmerkmal sowohl im Medizin- und Gesundheitstourismus als auch im barrierefreien Reisen dar. Aufgrund der hervorragenden Kompetenzen der im Netzwerk mitwirkenden Kliniken bei der Cochlea Implantation, soll diese Indikation pilothaft das vorrangige medizinische Leistungsportfolio ausmachen. Neben der medizinisch-therapeutischen Versorgung ist es das Ziel, den Urlaub für hörbeeinträchtigte Menschen zu erleichtern. Durch Information und Qualifikation der Dienstleister werden schon bestehende touristische Angebote zielgruppengerecht ausgebaut. Diese Angebote werden mit dem medizinischen Bereich verknüpft und zu qualitativ hochwertigen Leistungsketten zusammengefügt. Damit soll eine bessere Versorgungsstruktur für interessierte saarländische Gäste, für überregionale Patienten und die saarländische Bevölkerung entstehen. 2016 wurde neben der Umsetzung des kundenorientierten Internetportals hoeren.saarland ein Schwerpunkt auf die Information und Sensibilisierung von touristischen Akteuren gelegt. Dazu fand u. a. das Praxisseminar "Hören mit Herz" statt. Zudem wurden erste touristische Angebote für Menschen mit Hörschädigung durchgeführt. Regelmäßig fanden z. B. Stadtführungen in Ottweiler statt. Neben dem Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr des Saarlandes haben sich das Uniklinikum des Saarlandes, die MediClin Bosenberg Kliniken St. Wendel, die Tinnitustherapie- und Hörzentrum GmbH Neunkirchen, die Systems Neuroscience & Neurotechnology Unit und die Tourismus Zentrale Saarland als Kooperationspartner zusammengeschlossen.

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

5. Tourismusbewusstsein

5.1 Tourismus-Qualitätssicherung Saarland (TQS)

Die Aufgaben der TQS umfassen:

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

5.2 ServiceQualität Deutschland im Saarland

Die Initiative ServiceQualität Deutschland bietet ein Schulungs- und Zertifizierungsprogramm insbesondere für kleine und mittlere touristische Dienstleistungsunternehmen. Teilnehmende Betriebe werden für die Bearbeitung von Instrumenten des Qualitätsmanagements mit dem Q-Siegel in Stufe I, II oder III ausgezeichnet.

Das Know-how für die Zertifizierung in Stufe I wird im Seminar „Ausbildung zum QualitätsCoach“ vermittelt. Die Anmeldung zur Zertifizierung erfolgt im Online-Tool unter www.q-zertifizierung.de. Nach positiver Prüfung der Zertifizierungsunterlagen wird der Betrieb für drei Jahre in Stufe I ausgezeichnet. Jährlich ist ein Maßnahmenplan zu erstellen, der einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess gewährleisten soll. Nach den drei Jahren der Erstzertifizierung kann die Rezertifizierung in Stufe I oder ein Wechsel in die Stufe II erfolgen. Dafür ist die Weiterbildung des Q-Coaches zum Q-Trainer notwendig. In Stufe III werden bereits etablierte Qualitätsmanagementsysteme von ServiceQualität Deutschland anerkannt.

Seminartermine unter www.q-deutschland.de/seminare

Weitere Informationen zum Zertifizierungsprozess unter www.q-deutschland.de

Seit 2008 ist die Tourismus Zentrale Saarland Landeskoordinierungsstelle für ServiceQualität Deutschland im Saarland. Die TZS ist Ansprechpartnerin für teilnehmende Betriebe, bietet Schulungen „Ausbildung zum QualitätsCoach“ und „Ausbildung zum QualitätsTrainer“ an und organisiert den Zertifizierungsprozess. Mit ServiceQualität Deutschland im Saarland soll ein Qualitätsbewusstsein bei touristischen Leistungsträgern geschaffen, die Kundenzufriedenheit erhöht und das Saarland als serviceorientiertes Reiseland positioniert werden.

Zusätzliche Vorteile für Q-Betriebe

Auf alle kostenpflichtigen Marketingaktivitäten der TZS erhalten zertifizierte Q-Betriebe einen Nachlass von 15%. Zusätzlich werden sie in den Printprodukten und online mit dem Q-Logo gekennzeichnet.

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

Saarland
mit grenzenlosem Charme

Tourismus Zentrale Saarland GmbH
Franz-Josef-Röder-Straße 17, 66119 Saarbrücken
Tel.: +49 (0)681/92720-0, E-Mail: info@tz-s.de
www.urlaub.saarland