TZS HEUTE

Stand der Dinge

Winter 2023

Foto: Holger Frenzel / Pinningen im Winter

SAARLAND

DAS LAND
DER GRENZENLOSEN
ERLEBNISSE

Sparkassen-Tourismusbarometer 2023

Bedeutung des Tourismus für die Lebens- und Standortattraktivität im Saarland

Im Fokus des aktuellen Sparkassen-Tourismusbarometers steht die Bedeutung des Tourismus für die Lebens- und Standortattraktivität des Saarlandes, die zweifelsohne hoch ist. Wirtschaftsminister Jürgen Barke und die Präsidentin des Sparkassenverbandes Saar, Cornelia Hoffmann-Bethscheider, präsentierten am 16. November im neu eröffneten NationalparkTor Keltenpark gemeinsam mit dem dwif-Consulting die aktuellen Eckdaten zur Entwicklung des saarländischen Tourismus.

Wirtschaftsfaktor Tourismus

Klar ist: Die Tourismusbranche im Saarland hat sich zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor entwickelt. Der Tourismus im Saarland ist wieder im Aufwind: 2022 wurden erstmals seit den Pandemiejahren wieder mehr als drei Millionen Übernachtungen gezählt. Die Umsätze aus dem Tourismus konnten von 2019 bis 2022 um 2,6 Prozent auf knapp 1,5 Milliarden Euro gesteigert werden. Der Tourismus entfaltet auch eine breite Branchenwirkung in Richtung Gastgewerbe, Einzelhandel und Dienstleistungen. Zudem stärkt er die öffentlichen Haushalte mit einem Beschäftigungsäquivalent von 28.230 Personen. Vom Tourismus im Saarland gehen erneut starke wirtschaftliche Impulse aus.

Lebensqualität

Die Bevölkerung profitiert erheblich von der Entwicklung der Tourismus- und Freizeitinfrastruktur und der damit verbundenen Lebensqualität im Saarland. Das Tourismusbarometer zeigt, dass der Tourismus als Wirtschaftsfaktor für den Wohnort wahrgenommen wird. 60% der Saarländer*innen erzählen gerne davon, was das Saarland zu bieten hat. Als positive Effekte werden von der Bevölkerung vor allem die vielfältigen Angebote in den Bereichen Kultur, Freizeit und Erholung geschätzt.

Bedeutung der Qualität für die Zukunft

Das Preis-Leistungs-Verhältnis und das Internetangebot im Saarland werden von den Gästen als sehr gut bewertet. Das gastronomische Angebot hat sich im Vergleich zum Vorjahr nochmals deutlich verbessert. Dagegen ist die Zufriedenheit der Gäste im Saarland gesunken. Im Ranking der Bundesländer liegt das Saarland aktuell auf Platz 11. Auch im Bereich Service verliert das Saarland weiter an Boden, die Außenanlagen der Betriebe werden zunehmend als schlecht empfunden und das weitere Umfeld – sprich das Ortsbild – hat großes Potenzial zur Weiterentwicklung. „Das aktuelle Tourismusbarometer zeigt uns erneut, wie wichtig die Qualität in den Bereichen Service und Ortsbild ist. Wir müssen gemeinsam am Tourismusbewusstsein arbeiten, um das Saarland als Tourismusland weiter zu entwickeln“, sagt Birgit Grauvogel, Geschäftsführerin der Tourismus Zentrale Saarland.

https://www.tourismuslotse.saarland/media/2881/tb-2023_wirtschaftsfaktor-tourismus.pdf

★ KONTAKT ★

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

Startschuss

Klimawandelanpassungs- und Klimaschutzkonzept für den saarländischen Tourismus

Auf dem Weg in eine nachhaltige und ökologisch verträgliche Zukunft erarbeiten die Tourismus Zentrale Saarland und das IfaS derzeit ein ganzheitliches Klimawandelanpassungs- und Klimaschutzkonzept für den saarländischen Tourismus. Der Startschuss für das Leuchtturmprojekt der saarländischen Nachhaltigkeitsstrategie am 25. Oktober markiert einen ersten Meilenstein.

In den Kernphasen des Projektes stehen eine fundierte Analyse und die Identifikation der aktuellen Herausforderungen. Durch die Bildung von Untersuchungsclustern und einer umfassenden Risikoanalyse werden spezifische Anpassungsbedarfe im saarländischen Tourismus identifiziert.

Foto: Erik Hoffmann

Dazu gehören potenzielle Risiken wie verstärkte Extremwetterereignisse, Veränderungen in der Flora und Fauna sowie potenzielle Auswirkungen auf touristische Infrastrukturen. Der resultierende zielgerichtete Ansatz der Anpassungsstrategie an den Klimawandel beinhaltet konkrete Maßnahmen, die auf die individuellen Herausforderungen des Saarlandes abgestimmt und erarbeitet werden. Die Anpassungsstrategie verfolgt das Ziel, die Widerstandsfähigkeit des Tourismussektors gegenüber den Auswirkungen des Klimawandels zu stärken.

Die zweite Phase des Klimaschutzkonzeptes konzentriert sich auf die Erstellung einer detaillierten Energie- und Treibhausgasbilanz. In einer Szenarienrechnung werden verschiedene Entwicklungen mit und ohne konsequente Klimaschutzpolitik gegenübergestellt. Die Identifikation von Einsparpotenzialen und die Steigerung der Energieeffizienz in allen Bereichen des saarländischen Tourismus sind dabei entscheidende Schritte, um die Treibhausgasemissionen zu reduzieren und die CO2-Bilanz zu verbessern.

Das Klimawandelanpassungs- und Klimaschutzkonzept zeigt, dass sich Tourismus und Umweltschutz nicht ausschließen, sondern Hand in Hand gehen können. Es betont nicht nur den proaktiven Umgang mit Risiken, sondern auch die Potenziale für einen nachhaltigen und klimaresilienten Tourismus.

★ KONTAKT ★

Erik Hoffmann
Themen- und Projektmanager Natur & Nachhaltigkeit
hoffmann@tz-s.de • Tel.: 0681 927 20-28

Was ist Nudging?

Der Begriff Nudging taucht immer häufiger im Zusammenhang mit Tourismusprojekten und Naturschutzgebieten auf – doch was bedeutet Nudging eigentlich genau?

Unter Nudging versteht man die gezielte Beeinflussung von Entscheidungen ohne Verbote oder Zwänge. Der Begriff stammt aus dem Englischen und bedeutet so viel wie „anstupsen“ oder „schubsen“. Ziel ist es, Anreize oder Veränderungen in der Umwelt zu schaffen, um Menschen zu einer freiwilligen Verhaltensänderung zu bewegen. Dabei werden psychologische Maßnahmen eingesetzt, um bestimmte Entscheidungen wahrscheinlicher zu machen. Nudging wird in verschiedenen Bereichen eingesetzt, um beispielsweise gesünderes Essverhalten oder umweltfreundlicheres Verhalten zu fördern. Hier einige Nudging-Maßnahmen in Naturschutzgebieten, die deutlich machen, wie eine sanfte Besucherlenkung erreicht werden kann.

1
Bei der Wegegestaltung werden subtile Gestaltungselemente wie Felsen oder Baumstämme eingesetzt, um die Menschen auf den etablierten Wegen zu halten und Schäden an sensiblen Ökosystemen zu vermeiden.

2
Um Wildtiere zu schützen, werden Gebiete während der Brutzeit zeitweise gesperrt. Ein wichtiger Aspekt ist dabei die offene Kommunikation des Grundes mit der Bitte an die Besucherinnen und Besucher, die Lebensräume der Wildtiere zu respektieren und zu schützen.

3
Informationstafeln und Schautafeln informieren über die heimische Flora und Fauna, fördern die Wertschätzung für die Natur und regen zu verantwortungsvollem Verhalten an.

4
Klare Aussagen auf Schildern ermutigen die Menschen, ihren Müll wieder mitzunehmen und keinen Abfall im Schutzgebiet zu hinterlassen.

Das Projekt „**MONA – Modal Shift, Routing and Nudging Solutions in Nature Areas for Sustainable Tourism**“ ist eine Initiative im Rahmen des Interreg Nordwesteuropa Programms mit dem Ziel, den Freizeitdruck in Naturschutzgebieten in Nordwesteuropa zu reduzieren.

Als Partner im MONA-Projekt leistet die Tourismus Zentrale Saarland GmbH einen aktiven Beitrag zur Förderung des nachhaltigen Tourismus in Naturschutzgebieten. Gemeinsam mit weiteren Partnern wie VisitBrabant, Nationalparks und wissenschaftlichen Einrichtungen aus vier Ländern arbeitet das Saarland daran, den Besucherverkehr in Naturschutzgebieten umweltverträglicher zu gestalten und gleichzeitig die natürliche Umwelt zu schützen.

Foto: Caroline Schuhmacher

Informationstafel zur Müllvermeidung am Wanderparkplatz Betzental im Biosphärenreservat Bliesgau.

★ KONTAKT ★

Caroline Schuhmacher • Projektmanagerin Interreg Nordwesteuropa-Projekt MONA
schuhmacher@tz-s.de • Tel.: 0681 927 20-50

TourCert Qualified

Schlüssel zu nachhaltiger Anerkennung und Förderung im Tourismus

Zahlreiche Betriebe der saarländischen Tourismuswirtschaft haben von den Fördermitteln aus dem Sonderkonjunkturprogramm für das saarländische Gastgewerbe profitiert. Das TourCert Qualified ist dabei nicht nur ein obligatorischer Schritt im Förderprozess, sondern auch ein leistungsstarkes Instrument, um die Nachhaltigkeit im Betrieb zu überprüfen und zu verbessern. Die einzelnen Schritte des TourCert Qualified ermöglichen es, gezielt Handlungsbedarf zu identifizieren und umsetzbare Maßnahmen abzuleiten. Die Auszeichnung ist nicht nur eine Verpflichtung, sondern ein Schlüssel zur Zukunftsfähigkeit des Unternehmens. Sie ermöglicht nicht nur die Nutzung von Fördermitteln, sondern auch die Schaffung nachhaltiger Werte und die Anpassung an die wachsenden Anforderungen der Tourismusbranche. Die Anerkennung durch TourCert Qualified hebt den zertifizierten Betrieb auch in einem wettbewerbsintensiven Markt hervor.

Die Tourismus Zentrale Saarland positioniert das Saarland im In- und Ausland seit 2018 als nachhaltige Destination und als Vorreiter für Nachhaltigen Tourismus und nutzt damit die Vermarktungschancen als bislang einziges nachhaltig zertifiziertes Bundesland.

Foto: Elke Dubois

Erfweiler-Ehlingen. Biosphärenreservat Bliesgau

KONTAKT

Erik Hoffmann
Themen- und Projektmanager Natur & Nachhaltigkeit
hoffmann@tz-s.de • Tel.: 0681 927 20-28

Wer wird „Genuss-Gastwirt / Genuss-Gastwirtin Saarland 2024/2025“?

Es ist wieder soweit: Gesucht werden die „**Genuss-Gastwirt/Genuss-Gastwirtin Saarland 2024/2025**“! Regionale Produkte, Kreativität und Genusskultur im Saarland stehen erneut im Mittelpunkt des Wettbewerbs.

Regionalität hat Zukunft

Mit der Auszeichnung „**Genuss-Gastwirt/Genuss-Gastwirtin Saarland 2024/2025**“ will Wirtschafts- und Tourismusminister Jürgen Barke das Bewusstsein für die heimische Küche stärken und auf die vielfältige Gastronomie im Saarland aufmerksam machen. Mit einem Rezept für ein Hauptgericht, das möglichst viele regionale Produkte verwendet, konnten sich saarländische Gastronomiebetriebe bis zum 1. Dezember bewerben. Bewertet werden auch die Ausrichtung des Betriebes und dessen Bezug zur Regionalität sowie die Zusammenarbeit mit regionalen Lieferanten. Aus den Einsendungen werden derzeit die Betriebe, die in der zweiten Phase des Wettbewerbs von einer Jury vor Ort besucht werden, anhand festgelegter Kriterien ermittelt.

Foto: Katharina Schwarz

Dann heißt es: Probieren geht über Studieren! Im Januar 2024 dürfen auch die Saarländerinnen und Saarländer schlemmen und ihr Lieblingsgericht im Rahmen eines Publikumsvotings unterstützen. Am 18. März 2024 findet das Finale des Wettbewerbs statt: Die drei Besten treten im Rahmen eines Showkochens gegeneinander an. Beweisen müssen sie ihr Können vor einer Jury unter dem Vorsitz von Minister Jürgen Barke.

PRÄMIERUNG

Der prämierte „**Genuss-Gastwirt/Genuss-Gastwirtin Saarland 2024/2025**“ in Gold gewinnt ein umfangreiches Marketingpaket der Tourismus Zentrale Saarland im Wert von 5.000 Euro. Alle drei Finalisten und der Publikumspreis erhalten zudem eine einjährige Mitgliedschaft in der Genussregion Saarland. Die im Wirtschaftsministerium entstandene Projektidee zum Genuss-Gastwirt/Genuss-Gastwirtin Saarland wurde gemeinsam mit den Partnern Tourismus Zentrale Saarland und DEHOGA Saarland ins Leben gerufen. Weitere Kooperationspartner sind Slow Food Saarland und das TGBBZ II Mügelsberg.

Weitere Infos unter
www.saarland.de/genussgastwirt

SAARLAND
GENUSS REGION

★ KONTAKT ★

Lena Vogelgesang
Genuss Region Saarland
vogelgesang@tz-s.de • Tel.: 0681 927 20-14

Cannes Corporate Media & TV Awards 2023

Videoclip „Family Adventure Saarland“ mit Finalist Certificate ausgezeichnet

Die Jury der Cannes Corporate Media & TV Awards hat bei der Preisverleihung Ende September den von der Tourismus Zentrale Saarland eingereichten Videoclip „Family Adventure Saarland“ in der Kategorie A12 - Tourismusfilme mit einem Finalist Certificate ausgezeichnet. Beim diesjährigen Wettbewerb wurden in der Kategorie A12 Tourismusfilme-Produkte sechs Filme ausgezeichnet. Zwei Filme erhielten Gold, ein Film Silber und drei, darunter das Saarland, erhielten das Finalist Certifcate. Das Finalist Certificate ist eine besondere Anerkennung in Form einer Urkunde.

Das Video „Saarland Familienabenteuer“ überzeugte die Jury durch schnelle und abwechslungsreiche Sequenzen und Ortswechsel, die ohne Sprache und Text, untermalt von actionreicher Musik, von den grenzenlosen Erlebnismöglichkeiten eines Familienurlaubs im Saarland erzählen.

Foto: Teresa Thome

Teresa Thome, Miriam Dubois, Birgit Grauvogel und Melanie Hertgen präsentieren das begehrte Finalist Certifikate.

„Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung beim Cannes Corporate Media & TV Award 2023, die auch unsere Marketingstrategie würdigt. Unser Videoclip „Familienabenteuer“ richtet sich an die Zielgruppe der Familien mit Kindern und zeigt, wie viel Spaß und Abenteuer das Reiseziel Saarland für Familien bietet. Wir zeigen den Clip im Kino und bewerben ihn in den sozialen Medien facebook, instagram und youtube“, so Birgit Grauvogel, Geschäftsführerin der Tourismus Zentrale Saarland.
www.cannescorporate.com/en/winners2023.php

Die Cannes Corporate Media & TV Awards zeichnen jährlich die weltweit besten Unternehmensfilme, Online-Medienproduktionen, Dokumentationen und Reportagen aus. Beim diesjährigen Wettbewerb wurden von rund 900 Einreichungen bewertet, 70 Beiträge wurden mit einem Finalist Certificate ausgezeichnet und 130 Beiträge erhielten die begehrten Delfin-Trophäen in Gold, Silber, Schwarz, Blau und Weiß. Das Festival wurde 2010 von Filmservice International ins Leben gerufen. Seitdem ist es stetig gewachsen und hat sich zu einem der weltweit wichtigsten Festivals für Wirtschaftsfilme entwickelt.

★ KONTAKT ★

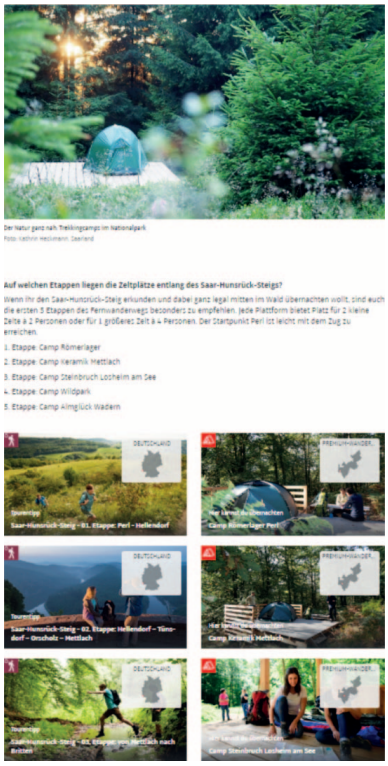
Teresa Maria Thome
Umsetzungsmanagement
thome@tz-s.de • Tel.: 0681 927 20-42

Content-Kampagne

Neue Campgrounds am Saar-Hunsrück-Steig

Ende September wurden vier neue „Nature Campgrounds“ am Saar-Hunsrück-Steig eröffnet. Zusammen mit dem bereits im vergangenen Jahr etablierten Campground in Losheim und der Übernachtungsplattform am Keltischen Ringwall auf rheinland-pfälzischer Seite im Nationalpark Hunsrück-Hochwald ist ein besonderes Übernachtungsangebot entstanden, das Wanderer auf dem Saar-Hunsrück-Steig buchen und nutzen können. Die Campgrounds richten sich an Menschen, die mit Zelt und Rucksack legal im Wald übernachten möchten.

Gemeinsam mit dem Saarschleifenland nutzte die TZS die Herbstsaison, um das neue Angebot auf der Tourenplattform Outdooractive.com zu bewerben. Die Content-Kampagne baute auf den bestehenden Inhalten zum Saar-Hunsrück-Steig als Trekkingangebot auf und wurde um Informationen zu den einzelnen Campgrounds und Buchungsmöglichkeiten ergänzt. Ein Advertorial auf der Startseite und weitere Banner auf den Unterseiten sorgten für eine gute Sichtbarkeit der Kampagne. Die Kommunikation des neuen naturnahen Übernachtungsangebots wird zu Beginn der kommenden Wandersaison fortgesetzt.



Links: Klickbares Banner zum Angebot
Rechts: Erweiterte Inhalte zu den Campgrounds am Saar-Hunsrück-Steig

Foto: Klaus Wallach

★ KONTAKT ★

Klaus Wallach
Projekt- u. Themenmanagement Aktivtourismus
wallach@tz-s.de • Tel.: 0681 927 20-23

Erfolgreiche Deutschland Tour im Saarland

Das Saarland ist eine attraktive Region für Radsportveranstaltungen. Dies bestätigte im August das internationale Rennradrennen „Deutschland Tour 2023", das mit dem Prolog in Sankt Wendel startete und dessen erste Etappe in Merzig endete. Um die Vermarktungschancen dieser Großveranstaltung für das Saarland optimal zu nutzen, hat die TZS aus dem Projektkreis Radtourismus eine Arbeitsgruppe gebildet, der die beteiligten Landkreise und Städte, der Saarländische Radsportbund (SRB), der LSVS und der Veranstalter (GfR) angehören.

Auf einer zentralen Landingpage von urlaub.saarland wurden die wichtigsten Informationen zur Deutschland Tour im Saarland gebündelt. Darüber hinaus wurde die Streckenführung der 1. Etappe von St. Wendel nach Merzig in das Tourenportal des Saarlandes übernommen und auf der Landingpage zur Deutschland Tour sowie über das Portal Outdooractive ausgespielt.Gemeinsam mit dem Saarschleifenland und dem Sankt Wendeler Land kooperierte die TZS mit dem führenden Fachmagazin für Rennradfahren und Radsport „Tour". Allein durch diese Maßnahme wurden bis zum Stichtag 21.9.2023 über den Verlag 694.616 Personen erreicht.

Auch auf den Social Media Kanälen war die Deutschland Tour im Saarland angesagtes Thema. Content Creator Rafael Forse begleitete das Rennen mit über 80 Story Beiträgen und zwei Reels und erreichte 3.618 Views. Am 20.08. organisierte er zudem eine Ausfahrt auf der Tourstrecke mit dem Club @parisouplesse und dem Radreifenhersteller Schwalbe.

Image Sporterlebnis Saarland

Die Deutschland Tour bescherte dem Saarland eine hohe Aufmerksamkeit in der Berichterstattung und trug wesentlich zum Image als Sportdestination bei. Über die Online-Medien wurden laut Media-Monitoring Echobot im Zeitraum von 2 Wochen rund um die Veranstaltung 2 Mio. Leserinnen und Leser erreicht. Auch die Sportredaktion des Saarländischen Rundfunks (SR), die federführend über die Deutschland Tour berichtete, zieht eine positive Bilanz: „Die Deutschland Tour erreichte während der ersten Etappe bundesweit durchschnittlich knapp eine halbe Million Zuschauer, in der Spitze knapp 600.000".

Foto: Klaus Wallach

Arbeitsgruppe Deutschlandtour

★ KONTAKT ★

Klaus Wallach
Projekt- u. Themenmanagement Aktivtourismus
wallach@tz-s.de • Tel.: 0681 927 20-23

Neue Broschüre

E-Bike Touren im Saarland

Der Trend zum E-Bike ist ungebrochen. Die Zahlen sprechen für sich: Nach Informationen des Zweirad-Industrie-Verbandes (ZIV) waren im Jahr 2022 bereits 65 Prozent der produzierten Fahrräder E-Bikes. Damit steigt der Gesamtbestand an E-Bikes in Deutschland auf fast 10 Millionen. Auch Radreisende nutzen im Urlaub gerne ein Fahrrad mit elektrischer Unterstützung. Laut ADFC-Radreiseanalyse waren es 2022 bereits 38 Prozent. Grund genug, die Zielgruppe der E-Biker genauer unter die Lupe zu nehmen und gezielt auf deren Bedürfnisse einzugehen.

In Kooperation mit der Tourismus Zentrale Saarland hat der ADAC Saarland e.V. eine neue Broschüre speziell für E-Biker herausgegeben. Darin finden sich Tourenvorschläge für Rundtouren, die durch Zusatztouren verlängert werden können. Da E-Biker im Durchschnitt längere Strecken fahren und auch Steigungen nicht scheuen, ergeben sich bei der Tourenplanung attraktive neue Kombinationsmöglichkeiten.

Alle Touren sind in der Tourendatenbank der TZS enthalten und können in der Broschüre über einen QR-Code abgerufen werden. Informationen zu Sehenswürdigkeiten, Radservicestellen, E-Bike-Ladestationen und Einkehrmöglichkeiten runden die Tourentipps ab.

Die neue Broschüre „Rad.Genuss.Saarland“ ist kostenlos bei den saarländischen ADAC-Geschäftsstellen und bei der Tourismus Zentrale Saarland erhältlich.

★ KONTAKT ★

Klaus Wallach
Projekt- u. Themenmanagement Aktivtourismus
wallach@tz-s.de • Tel.: 0681 927 20-23

Wie lässt sich Qualität im Tourismus messen?

Am 16. Oktober tagte der „Qualitätszirkel für den Saarland-Tourismus“ in den Räumen der IHK-Saarland. Auf Einladung der TZS trafen sich Vertreter*innen der saarländischen Landkreise, des DEHOGA und der IHK Saarland und diskutierten über einen neuen Vorschlag, die Angebotsqualität im Tourismus messbar zu machen. Mit Hilfe eines neu geschaffenen Wertes, dem sogenannten Qualitätsindex, soll es zukünftig möglich sein, die Qualitätsentwicklung im saarländischen Tourismus und auf Betriebsebene abzubilden. Der Q-Index fasst umgesetzte Qualitätsmaßnahmen wie eine abgeschlossene Zertifizierung nach „Reisen für Alle“ oder eine Klassifizierung durch den DTV in einer Punktzahl von 1 bis 10 zusammen: Je höher die Punktzahl, desto besser erfüllt der Betrieb die Qualitätsanforderungen im Sinne der saarländischen Qualitätsstrategie. In den Q-Index fließt auch der TrustScore für Beherbergungsbetriebe ein. Vor dem Hintergrund, dass Online-Bewertungen weiter an Bedeutung gewinnen, nutzt die TZS das Analysetool TrustYou Analytics, um Informationen über die Performance der saarländischen Beherbergungsbetriebe zu erhalten. Die TZS stellte dem Qualitätszirkel einen Bericht zum TrustScore im Saarland vor, der den Landkreisen ab 2024 halbjährlich zur Verfügung gestellt wird. So können passgenaue Beratungsangebote für Hotels und Ferienwohnungen geschaffen werden.

Weitere Informationen zum TrustScore unter
www.tourismuslotse.saarland/qualitaet/trustscore

Foto: Julia Schümann

★ KONTAKT ★

Christina Moon
Projektleitung Qualitätsmanagement
moon@tz-s.de • Tel.: 0681 927 20-31

Städte & Kulturtourismus Saarland

Digitale Content Creator Kampagne

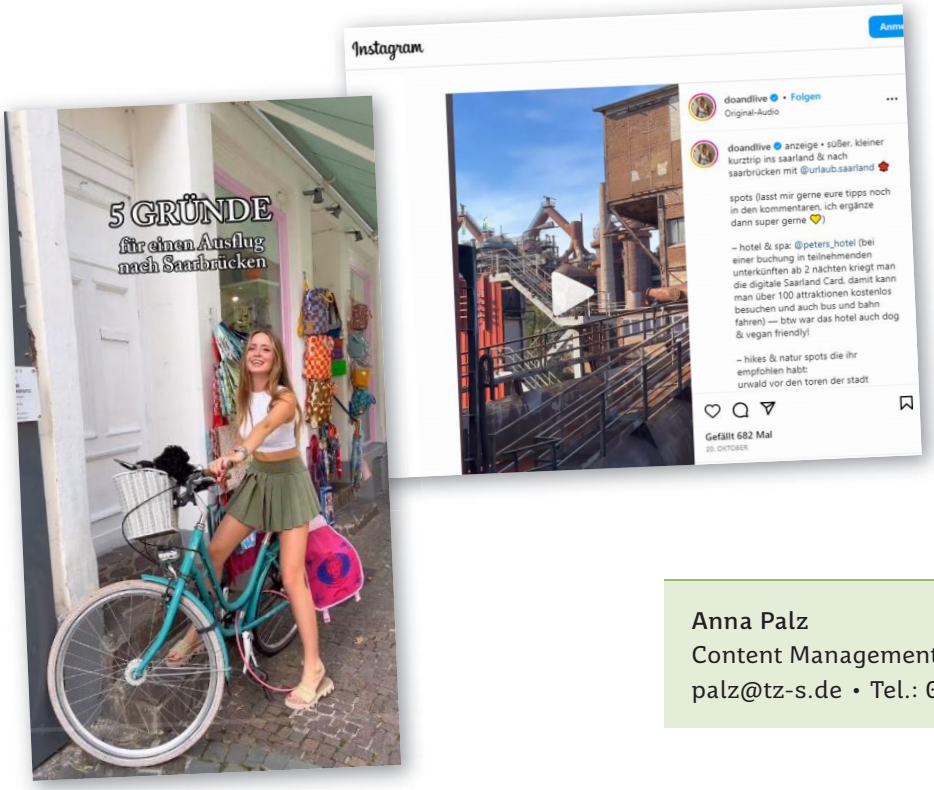
Um die Kulturellen Leuchttürme 2023 touristisch zu vermarkten und die vielseitige Landeshauptstadt Saarbrücken für eine Städtereise zu präsentieren, hat die Tourismus Zentrale Saarland über eine Influencer-Agentur verschiedene Content Creatorinnen im Rahmen einer digitalen Content Creator Kampagne beauftragt. Ziel der Kampagne war es, das Image des Saarlandes als Kurzreiseziel für Städtereisen zu positionieren, Reiseanlässe zu zeigen und die Wahrnehmung der kulturellen Leuchttürme des Saarlandes in einer jüngeren Zielgruppe (17-35 Jahre) mit hohem Viralitätsfaktor authentisch zu steigern.

Sechs Creatorinnen waren für sechs TikTok-Videos sowie drei Reels und Story-Begleitung auf Instagram in Saarbrücken unterwegs. Darüber hinaus wurde weiterer, nicht beauftragter Content gepostet. Im Fokus standen das Weltkulturerbe Völklinger Hütte mit der Ausstellung „DER DEUTSCHE FILM" sowie das Filmfestival Max Ophüls Preis 2024 und das Straßen-Festival Encore. Außerdem wurden die Saarland Card und verschiedene Tipps und Impressionen für einen coolen Städtetrip nach Saarbrücken vorgestellt.

Lea (644.000 Follower):
48.100 Views, 1410 Likes: https://www.tiktok.com/@leakatharinamaria/video/7275357051126025504

Diana (99.500 Follower):
39.300 Views, 678 Likes: https://www.instagram.com/p/CyndbteLXQm/

Julia (151.000 Follower):
81.900 Views, 2.196 Likes: https://www.instagram.com/p/CzgCptpr1jZ/



KONTAKT

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

AUSLAND

Frankreich

Printkampagne in Lothringen und im Elsass

Um das Saarland als Kurzreiseziel unter dem Motto „Saarland - Land der grenzenlosen Erlebnisse“ gezielt französischen Gästen vorzustellen, lief von Juni bis Ende Oktober eine Marketingkampagne in Lothringen und im Elsass. In Tageszeitungen und Verlagsbeilagen wurden neun ganz- und halbseitige Advertorials geschaltet, die sich an die Zielgruppe der Nature Loving Actives und Shortbreaker richteten. Im Mittelpunkt standen die Themen Natur-, Kultur- und Städtetourismus. Die Printkampagne lief in Lothringen in den beiden größten und wichtigsten Regionalzeitungen der Region Grand Est, dem Republicain Lorraine und Est Republicain, sowie in der Kulturbeilage „Le Mag“. Im Elsass warb das Saarland in der Verlagsbeilage „La Femina“ der größten Tageszeitung Dernières Nouvelles d'Alsace (DNA) und in der Tageszeitung DNA selbst. Darüber hinaus wurden in den Sommerferienplanern „Estivales“ für das Elsass und „Decouvertes Estivales“ für Lothringen ganzseitige Anzeigen mit Tipps für die Sommerferien geschaltet. Beworben wurden besondere Ausflugstipps für Familien, Aktivitäten in der Natur, Kultur- und Städtetipps, Veranstaltungen sowie Tipps für die Herbstzeit.

★ KONTAKT ★

Joanna Czyrny
Management internationale Märkte und Messen
czyrny@tz-s.de • Tel.: 0681 / 927 20-27

AUSLAND

Content Creators unterwegs im Saarland

In Kooperation mit der Deutschen Zentrale für Tourismus Paris (DZT) und der TZS fanden im Juli und September zwei Influencer-Reisen zum Thema Nachhaltigkeit statt. In täglichen Live-Blogs auf den Social-Media-Kanälen berichteten sie von ihren Erlebnissen im Saarland. Die dabei entstandenen Videos wurden von den Content Creators in Frankreich und der Schweiz veröffentlicht und über verschiedene Social Media Kanäle verbreitet. Darüber hinaus berichtete die DZT in ihrem Sondernewsletter für die Reiseindustrie und die Presse über das Projekt.

Frankreich

Die Content Creators „Les Coflocs“ reisten mit einem Elektrobus durch verschiedene Regionen Deutschlands, darunter auch das Saarland. Sie drehten einen Film über ihre nachhaltigen Naturerlebnisse. Ein besonderes Highlight war das Floß der Nachhaltigkeit in der Biosphäre Bliesgau.
https://www.youtube.com/watch?v=MN_sAjRsIPI

Schweiz

Die Schweizer Content Creators „Comewithus2“ reisen mit ihrem Wohnmobil durch das Saarland. Sie machten Station auf dem Campingplatz Girtenmühle und starteten von hier aus zu Radtouren, Wanderungen mit der Hängematte, Kanufahrten und besuchten regionale Produzenten der Genuss Region Saarland.
https://comewithus2.com/entdecke-das-saarland-mit-dem-wohnmobil-ein-4-taegiger-roadtrip/

★ KONTAKT ★

Joanna Czyrny
Management internationale Märkte und Messen
czyrny@tz-s.de • Tel.: 0681 / 927 20-27

Belgien

Out of Home Werbung in Bahnhöfen

Im Rahmen der weltweiten UNESCO-Jahreskampagne „Historic.Modern.Germany“ der DZT beteiligte sich die TZS an einer Out-of-Home-Kampagne in Belgien. Da die Belgier sehr kulturinteressiert sind, stellte die TZS das Weltkulturerbe Völklinger Hütte in den Mittelpunkt der Saarlandwerbung. Während der Hauptreisezeit im Sommer hing das großformatige Motiv der Völklinger Hütte jeweils eine Woche lang am Brüsseler Hauptbahnhof sowie an den Bahnhöfen in Gent, Mechelen und Leuven.

Darüber hinaus wurde das UNESCO-Jahresthema auch mit einer Online-Kampagne in Belgien beworben. In Online-Advertorials, dem Kampagnen-Newsletter der DZT und begleitender Social-Media-Arbeit stellte die TZS der Zielgruppe der Kurzurlauber weitere Reiseziele im Saarland vor. Ziel der Kooperation ist es, das Image des Saarlandes als Reiseziel weiter zu forcieren und damit auch die belgischen Übernachtungszahlen zu steigern.

Social Media Notizen

Aktuelle Zahlen

Facebook: 40.442 Follower

TikTok: 19.400 Follower

LinkedIn: 662 Follower

Instagram: 25.800 Follower

Pinterest: aktuell 1 Mio. monatliche Aufrufe

Reiseblog Saarland: 835 Abonennten

Pinterest

Durch die aktuellen Winter- und Weihnachtskampagne konnten in den letzten 3 Monaten bereits knapp 1 Mio Impressions erreicht werden. Beworben werden vor allem die saarländischen Weihnachtsmärkte, Angebote der Partner zu Weihnachten und Silvester, der TZS Adventskalender und die Saarland-Winterzeit Landingpage.

213,5 Tsd. 9 2 Tsd.

238,3 Tsd. 21 1,9 Tsd.

Instagram und TikTok

Auch auf den vertical Video-Plattformen wird seit November vermehrt Weihnachts- sowie Wellness Content gepostet. Auf TikTok konnten bisher über 294.000 Videoaufrufe erreicht werden. Auf Instagram lief zudem noch das letzte DibbeDuo und erzeugte 61.500 Videoaufrufe.

Jan Schwemm – Busfahrer aus Leidenschaft

Seit 2006 fährt Jan Schwemm Busse im öffentlichen Personennahverkehr, seit 2019 für die Saarbahn GmbH. Auch privat gilt seine Leidenschaft dem öffentlichen Personennahverkehr. Über 350 Bus- und Saarbahnmodelle hat er schon gebaut. Seit diesem Jahr (2023) hat er als Nebenerwerb sogar eine eigene Firma. Die meisten dieser Busse, die als Werbeträger auf den Straßen des Regionalverbandes Saarbrücken für Farbe und Abwechslung sorgen, hat er selbst gefahren. So auch den „Saarlandbus“, Nummer 349, ein MAN.-Bus mit Erdgasantrieb, der von 2005 bis 2017 im Einsatz war und von 2010 bis 2015 mit dem Slogan „Warum in die Ferne schweifen?“ für Urlaub im eigenen Bundesland warb. Der Bus und ein Saarbahn-Triebwagen wurden damals von der Tourismus Zentrale Saarland gestaltet und waren Teil der ersten Kampagne, um die saarländische Bevölkerung für den Tourismus im eigenen Land zu sensibilisieren.

Foto: Susanne Renk

Jan Schwemm präsentiert Birgit Grauvogel seinen kleinen Gelenkbus Nr. 349 mit saarländischer Tourismuswerbung.

★ IMPRESSUM ★

Herausgeberin: Tourismus Zentrale Saarland GmbH, Trierer Straße 10, 66111 Saarbrücken, Tel +49 (0) 681 927 20-0, info@tz-s.de, www.urlaub.saarland • **Redaktion:** Susanne Renk