



Pressearbeit

Internet

Produkte

Workshops

Veranstaltungen

Präsentationen

T&C Aktiv 2013 & 2014 Marktforschung

Projekte

Fam Trips

Reiseangebote

Printmedien

Messeauftritte

Social Media

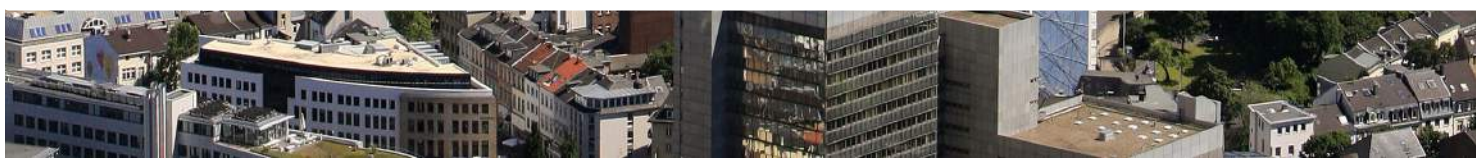
Beratung

Kooperationen

Wissenstransfer

Erfahrungsaustausch

Verbändearbeit



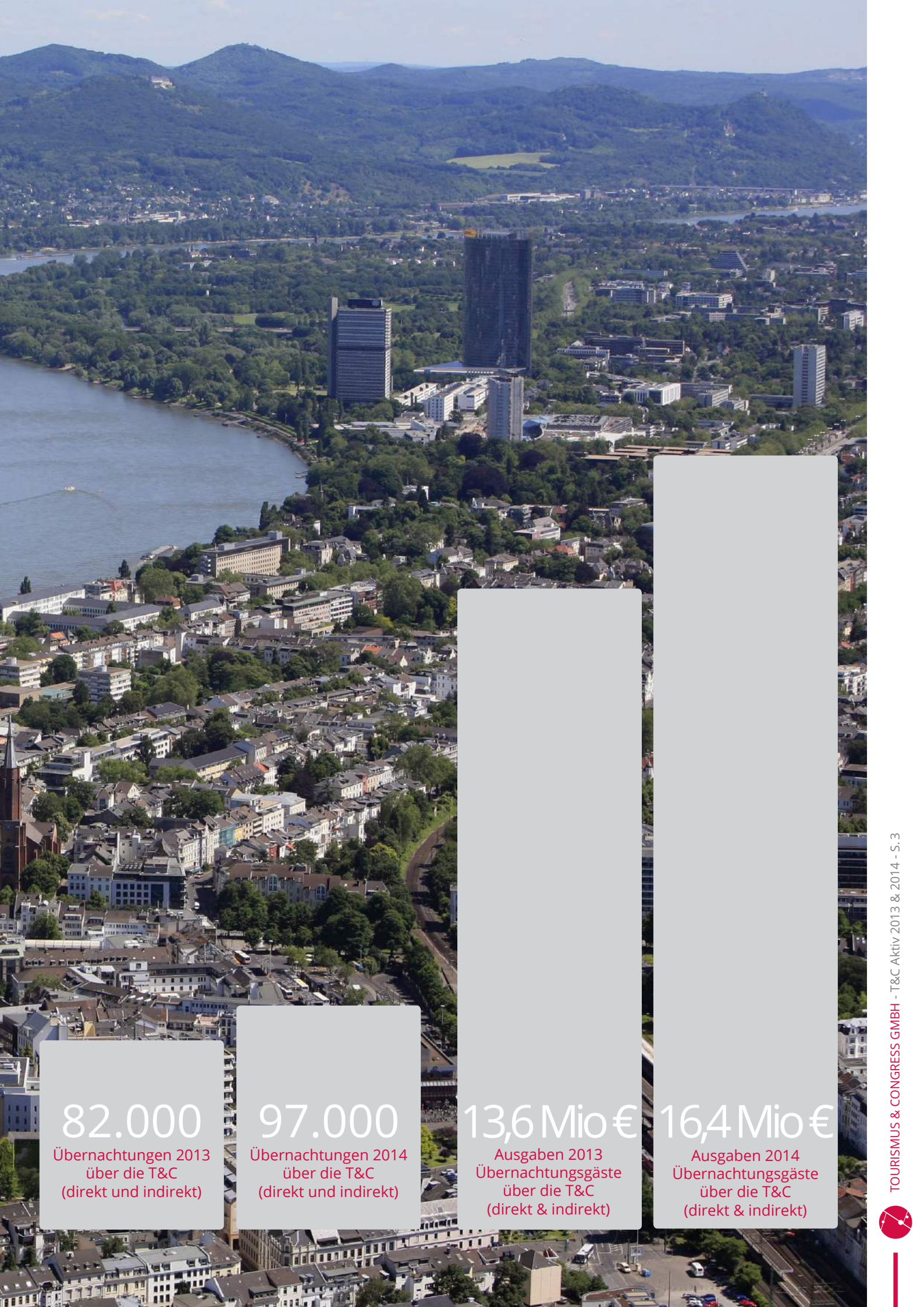
Der Markt Bonn / Rhein-Sieg in Zahlen



2,7 Mio.
Übernachtungen
im Jahr 2013

8 Mio.
Tagestouristen
im Jahr 2013

644 Mio. €
Ausgaben Tages- und Über-
nachtungstouristen im Jahr 2013



82.000

Übernachtungen 2013
über die T&C
(direkt und indirekt)

97.000

Übernachtungen 2014
über die T&C
(direkt und indirekt)

13,6 Mio €

Ausgaben 2013
Übernachtungsgäste
über die T&C
(direkt & indirekt)

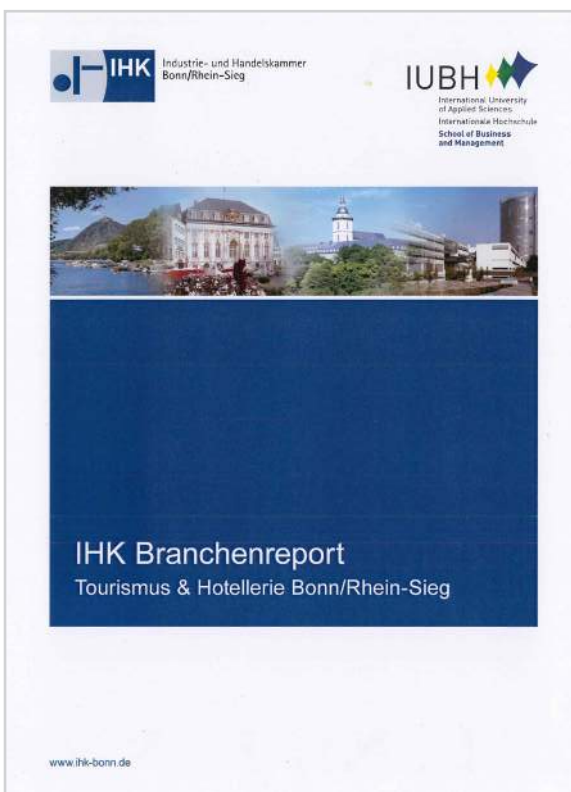
16,4 Mio €

Ausgaben 2014
Übernachtungsgäste
über die T&C
(direkt & indirekt)



Marktforschung

>> Siehe Ziel aus dem Strategieplan:
**„MARKTFORSCHUNG ALS
BASIS FÜR DIE ZUKÜNFTIGE
AUSRICHTUNG“**



... UND WEITERE MARKTFORSCHUNG/ GÄSTE- UND KUNDENBEFRAGUNGEN

CIMA-Gutachten

Bonn Börse 2014

Rhein-Sieg Börse 2013

Busunternehmen 2014

Die T&C

Tourismus-
region

Kongressregion



Strategieplan 2013-2017

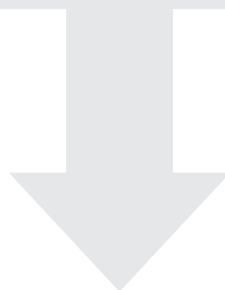
Handlungsfelder

Regionale Vernetzung

Ziele 2013-2017

Strategische Partner

Vision 2020



Aktionen 2013 & 2014



Auszug aus dem Strategieplan 2013-2017

2013

Neuorganisation
Kongressstandortmarketing

Relaunch Corporate Design
und Webseite

Fokusmärkte Touristik D/NL

Fokusmarkt Kongress D (Radius 200 km)

Themenjahre Junge Reisende,
Richard Wagner

Aufbau Social Media
(Twitter und Facebook)

Vermarktung neuer Produkte
(Natursteig Sieg, Drachenfelsplateau)

Ausbau der Vermarktung bestehender Produkte
(Beethoven, Kultur etc.)

Veranstaltung Rhein-Sieg Börse

Einführung RHEINSIEGHOTELS.de

Weiterentwicklung Rhein in Flammen®

Einführung neues Thema Fernbus

2014

Weiterer Ausbau Kongress- sowie
Tourismusstandortmarketing

Relaunch BONNHOTELS.de/
RHEINSIEGHOTELS.de

Fokusmärkte Touristik D/BeNeLux

Fokusmarkt Kongress D (Radius 200 km) sowie
Berlin (Verbände)/Brüssel (EU)

UNESCO-Themenjahr

Vermarktung neuer Produkte
(Natursteig Sieg)

Ausbau der Vermarktung bestehender Produkte
(Beethoven, Kultur etc.)

Ausbau Sustainable Bonn

Endverbraucher Roadshows

Ausbau Website und Social Media
(Twitter, Facebook, Blog)

Veranstaltung Bonn Börse

Ausbau Binnenmarketing

Weiterentwicklung Rhein in Flammen®

Etablierung Convention Bureau als
neutraler Destinationsvermarkter

Inhalt

BEREICH NEUE MEDIEN & KOMMUNIKATION

Relaunch Corporate Design und Webseite	8
Aufbau Social Media (Twitter und Facebook)	10
Ausbau Website und Social Media (Twitter, Facebook, Blog)	10
Einführung RHEINSIEGHOTELS.de	12
Relaunch BONNHOTELS.de/ RHEINSIEGHOTELS.de	12
Themenjahram Beispiel „Junge Reisende“	12
Ausbau Binnenmarketing	13

BEREICH TOURISMUS

Fokusmärkte Touristik Deutschland /BeNeLux	16
Vermarktung neuer Produkte (Natursteig Sieg, Drachenfelsplateau)	
Ausbau der Vermarktung bestehender Produkte (Beethoven, Kultur etc.)	
Weiterentwicklung Rhein in Flammen®	19
Einführung neues Thema Fernbus	20
Weiterer Ausbau Tourismusstandortmarketing	21
Endverbraucher Roadshows	20

BEREICH KONGRESS

Neuorganisation Kongressstandortmarketing	24
Fokusmarkt Kongress Deutschland (Radius 200 km) sowie Berlin (Verbände)/Brüssel (EU)	25
Veranstaltung Rhein-Sieg Börse	29
Veranstaltung Bonn Börse	29
Weiterer Ausbau Kongressstandortmarketing	30
Ausbau Sustainable Bonn	32
Etablierung Convention Bureau als neutraler Destinationsvermarkter	33



Relaunch CD und Website

>> Siehe Ziel aus dem Strategieplan:
**„OPTIMIERUNG DES AUSSEN-
 AUFTRITTS DURCH
 RELAUNCH DES
 CORPORATE DESIGN UND
 DER INTERNETSEITE“**

MARKENBILDUNG

Benchmarking: Typographische Lösungen im Trend

Dachmarke „BonnRegion“: Signet symbolisiert die gesamte Region

Online-Tauglichkeit



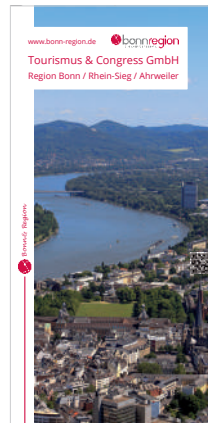
Submarke „Convention Bureau“



BEISPIELE VISITENKARTEN & BRIEFPAPIER



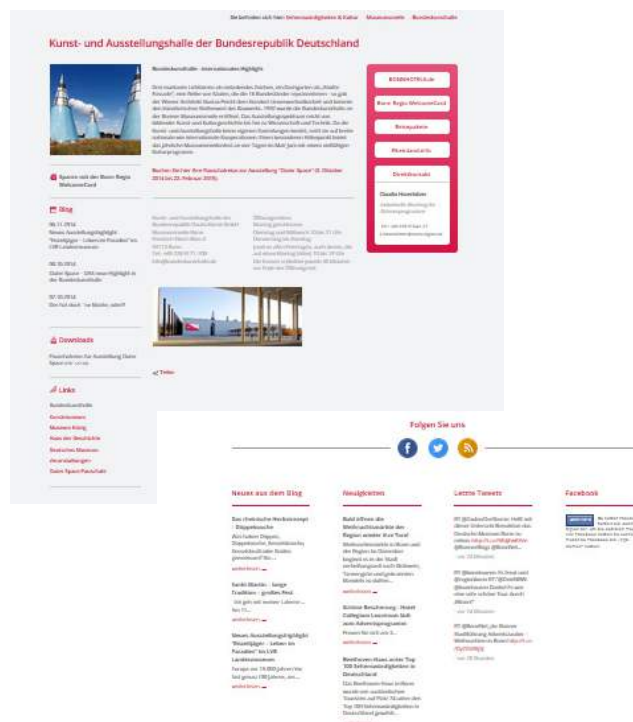
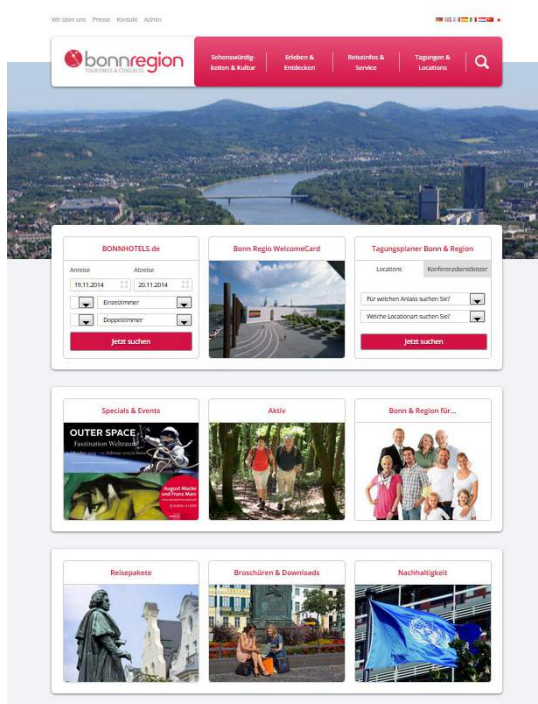
BEISPIELE PRINTPRODUKTE & ROLL-UPS



WEBSITE WWW.BONN-REGION.DE

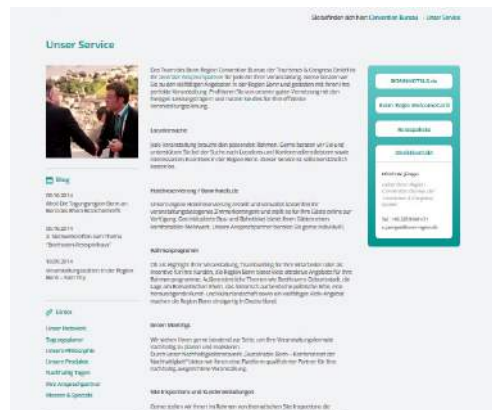
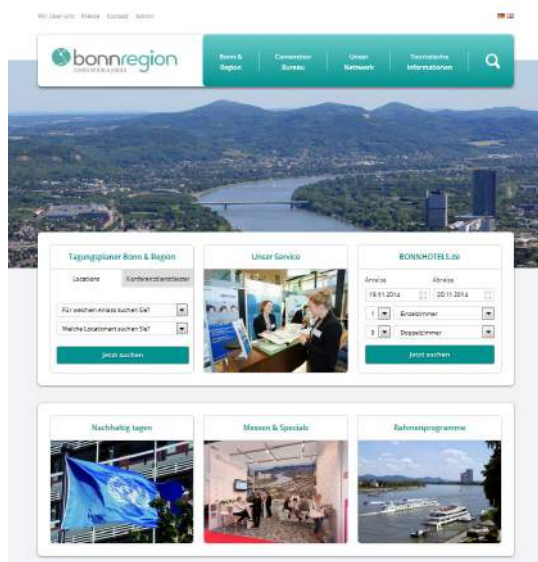
Übersichtliche Gliederung in thematische Kacheln mit ansprechenden Bildern

Emotional ansprechende Header-Bilder (mit Slide-Funktion: Hinweis auf buchbare Angebote) aktuell rund 22.000 Besucher pro Monat



SUBDOMAIN CONVENTION BUREAU

Farbleitsystem: Anpassung Design Convention Bureau, sichtbarer Wechsel zwischen den Seiten



Auf- und Ausbau Social Media-Aktivitäten

>> Siehe Ziel aus dem Strategieplan:
**„EINBINDUNG VON TRENDS
 ZUM INFORMATIONS- UND
 BUCHUNGSVERHALTEN“
 (AUSBAU SOCIAL MEDIA AKTIVITÄTEN)**

DER BLOG blog.bonn-region.de

- authentische Berichte über Bonn und die Region
- Rubriken Aktiv, Kultur, Events, Business und Touristik
- Zielgruppe: Endkunden und Geschäftskunden
- rund 1.600 Nutzer pro Monat

Bonn Region

Touristische Neuigkeiten aus Bonn und der Region

HOME BONN REGION KULTUR AKTIV BUSINESS EVENTS FACTS&FIGURES ÜBER DEN BLOG IMPRESSUM



Bonner Altamerika-Sammlung im neuen Look – Museum mal ganz persönlich

2 Antworten

Die [Bonner Altamerika-Sammlung](#) stellt den neu gestalteten Ausstellungsraum mit einer neuen Ausstellung vor – mit einem ganz persönlichen Bezug: unter dem Titel "Persönliches. Fremde Objekte und Bonner Leidenschaften" stellen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Abteilung für Altamerikanistik ihre persönlichen Lieblingsobjekte aus der Sammlung vor.

Jedem Objekt ist ein Foto des Mitarbeiters und ein kleiner Text beigeordnet, der das Objekt wissenschaftlich einordnet und die persönliche Verbindung oder die Motivation der Mitarbeiter hervorhebt. Dabei sind ganz amüsante Geschichten herausgekommen, wie zum Beispiel die vom Kanu, das gar keines ist oder welche Emotion eine Transport-Kiste auslösen kann und dadurch auch einen Ehrenplatz in der Ausstellung erfährt. So unterschiedlich wie Forschungs- und Interessengebiete der einzelnen Mitarbeiter sind, so vielfältig ist auch das Spektrum, das die Ausstellung abdeckt: von präkolumbischer Keramik über schwingende Tanzmäntel und monumentale Schriftsteine aus den Forschungsprojekten vor Ort ist alles mit dabei.



Daneben sind auch weitere Sammlungsobjekte des Museums zu besichtigen, wie zum Beispiel das Highlight der Sammlung – eine echte Mumie aus Peru – datiert 900 bis 1000 n.Chr... Und wen diese ganze wissenschaftliche Expertise nicht hinterm Ofen hervorlockt, der kann sich vielleicht durch den entzückenden Sammlungshund Martha (die auch manchmal brav ihren Dienst am Empfang schiebt) zu einem Besuch im Museum motivieren lassen, um dann vor Ort so manche überraschende Einsicht zu erlangen. Danach darf man sich dann auch ganz entspannt im neuen Lounge-Bereich mit weichen Kissen zurücklehnen.



Mittelalterlicher Weihnachtsmarkt in Siegburg

Hinterlasse eine Antwort

Pssst Kinder...! Wisst ihr schon, wo ihr zu Weihnachten Ritter, Hexen und Gaukler sehen könnt? Ein buntes Treiben wartet auf euch ab dem nächsten Wochenende auf dem mittelalterlichen Weihnachtsmarkt in Siegburg.

Umgeben von mehr als 40 stimmungsvollen Zelten und Ständen bieten Handwerker ihre Waren an, Musiker spielen auf ihren Dudelsäcken und Trommeln. Fühlt euch in die spannende Zeit der Burgen und Ritter zurückversetzt, wenn auf einer Bühne Artisten, Magier und Messerwerfer ihre Kunststücke für euch aufführen und Späße mit den Zuschauern machen. Natürlich darf auch ein Karussell nicht fehlen.



Facebook Twitter

2 Gedanken zu „Bonner Altamerika-Sammlung im neuen Look – Museum mal ganz persönlich“

adensuerhut
28. Mai 2014 um 12:38

Da freut man sich beim Lesen des Artikels wie'n Schnitzel darauf, der Sammlung gleich morgen ein Besuch abzuschließen... und stellt dann auf deren Homepage fest, dass man sich anmelden muss – eine Woche im Voraus. Diese wichtige Information hätte in diesem guten Artikel auch gut drin stehen können 😊

Antworten 1

Inga Klemen Aktiv/Video
28. Mai 2014 um 14:33

Die Info auf der Startseite ist in der Tat etwas irreführend. Lediglich für die Besichtigung des kompletten Sammlungsdepots muss zuvor angefragt werden. Tatsächlich ist das Museum mit der beschriebenen Ausstellung aber geöffnet unter der Woche (Dienstag 10:00 bis 16:00, Mittwoch 12:00 bis 16:30 und Donnerstag 10:00 bis 16:00). Nähere Infos findet man hier: <http://www.altamerikasammlung.uni-bonn.de/besucheninformation>
So klapp'ts mit dem Schnitzel ja vielleicht doch noch – wir wünschen viel Spaß! 😊

Antworten 0

FACEBOOK bonn-region.de

- aktuelle Themen aus der Region
- Zielgruppe: im Schwerpunkt Endkunden
- rund 850 Gefällt mir-Angaben



TWITTER @RegionBonn

- aktuelle Themen aus der Region
- Zielgruppe: Geschäfts-, Presse- und Blogger- sowie zum Teil Endkundenkontakte
- rund 1.100 Follower



WEITERE AKTIVITÄTEN

- Teilnahme an Tweet-Ups
- Organisation von Bloggerreisen
- App zu Bonn und Region (IMEX)



Einführung RHEINSIEGHOTELS.de Soft-Relaunch BONNHOTELS.de

BONNHOTELS.de
Beste Preise inkl. Bus & Bahn

RHEINSIEGHOTELS.de
Best prices Incl. public transport

BONNHOTELS.de

Anreise: 19.11.2014
Abreise: 20.11.2014

1 Einzelzimmer
0 Doppelzimmer

jetzt suchen

rund 11.000 Übernachtungen in 2013,
rund 12.000 in 2014 (Prognose)

bonnregion
Sehenswürdigkeiten & Events | Erleben & Entdecken

Hotelsuche

Schritt 1 von 3: Suchkriterien festlegen

Reisezeitraum: Anreise: 19. November 2014, Mi. Abreise: 20. November 2014, Do.
Anzahl Nächte: 1
Zeitraum verschieben: +1 Tag, -1 Tag, +1 Woche, -1 Woche

Gewünschte Region/Lage: alle verfügbaren Hotels anzeigen

Zimmer: Anzahl Reisende: 1
1 Einzelzimmer für je 1 Erwachsene(n)
0 Einzelzimmer für je 0 Erwachsene(n)

Verpflegung: ohne Frühstück mit Frühstück

Preisspanne (optional): von Euro bis Euro pro Person/Nacht

Hotelsuche starten | Seite drucken

>> Siehe Ziel aus dem Strategieplan:
„WEITERENTWICKLUNG DES BESTEHENDEN HOTELRESERVIERUNGSSYSTEMS BONNHOTELS.DE“
„EINFÜHRUNG DES NEUEN HOTELRESERVIERUNGSSYSTEMS RHEINSIEGHOTELS.DE“

Themenjahr „Junge Reisende“



am Beispiel
#TWONN 6.04.2013
250 Teilnehmer
17.000 Tweets
#Twonn2013 und #Bonn wurden
rund 7,5 Mio Mal sichtbar gemacht

>> Siehe Ziel aus dem Strategieplan:
„EINBINDUNG VON TRENDS ZUM INFORMATIONEN- UND BUCHUNGSVERHALTEN IN DIE GESAMTTOURISTISCHE VERMARKTUNG“



Ausbau Binnenmarketing & Wissenstransfer

TAG DER OFFENEN HOTELS 30.03.2014

Besucher: 3.500 Endkunden
Teilnehmer: 42 Hotels in Bonn und Region

>> Siehe Ziel aus dem Strategieplan:
„KONSTANTER AUSBAU DER
BINNENMARKETING-
MASSNAHMEN“
„EINFÜHRUNG NEUER VER-
ANSTALTUNGSFORMATE
FÜR ENDKUNDEN“

30. März 2014 - Tag der offenen Hotels
Hereinspaziert... zu Gast in Deiner Region!



Deine Chance - Azubi im Hotel!
Deine Zukunft
in Bonn &
der Region!
Informier' dich
jetzt!

Eine Initiative der Hotellerie mit freundlicher Unterstützung
der Bundesstadt Bonn und der Tourismus & Congress GmbH
Region Bonn / Rhein - Sieg / Ahrweiler.
Alle Informationen auf
www.ga-bonn.de/dtdoh

**FREUDE.
JOY.
JOIE.
BONN.**

BONNHOTELS.de
Beste Preise inkl. Bus & Bahn




Wissenstransfer und Erfahrungsaustausch

AUSZUG KOOPERATIONSPARTNER

>> Siehe Ziel aus dem Strategieplan:
„INTENSIVIERUNG DES WISSENSTRANSFERS UND ERFAHRUNGSUSTAUSCHES AUF ALLEN EBENEN“



Seminare und Schulungen

für regionale Leistungsträger

SEMINAR „SERVICE Q“ 22.10.2013

20 Teilnehmer

SEMINAR „FIT FÜR FÜHRUNG“ 27.11.2013 & 8.10.2014

jeweils 10 Teilnehmer

>> Siehe Ziel aus dem Strategieplan:
„STEIGERUNG DER QUALITÄTSSTANDARDS IN KOOPERATION MIT REGIONALEN PARTNERN“



SQD Gesamtmodell		Intensivierung SQD - Stufe III	
III Bearbeitung der 8 Service-Quellen		Prüfaktivität SVM: Maßnahmenplan (Endversion) Externes Audit (inkl. Bericht)	
	Fokussierung SQD - Stufe II	Prüfaktivität Internes Audit (inkl. Bericht) SVM: Maßnahmenplan (Vorschlag)	
	Sensibilisierung SQD - Stufe I	VM: Überblick UN-Ausrichtung SWOT-Profil Qualitätsversprechen Teamversprechen Nachhaltigkeitsversprechen Kundenbefragung Externer Check Mitarbeiterbefragung Führungskräftebefragung Service-Quellen-Analyse Service-Abläufe Beschwerdemanagement	
	Prüfaktivität SVM: Maßnahmenplan Prüfaktivität VM: Mystery Check Kundenbefragung Führungskräftebefragung Mitarbeiterbefragung Stärken-Schwächen-Profil Teamversprechen Qualitätsversprechen		
	Prüfaktivität SVM: Maßnahmenplan VM: ServiceKette QualitätsBausteine Beschwerdemanagement Qualitäts- und Teamversprechen		
	QualitätsCoach	QualitätsTrainer	QualitätsManager



Fokuspärkte Deutschland/BeNeLux & Produktvermarktung

>> Siehe Ziel aus dem Strategieplan:
„QUALITATIVE ZIELE T&C
UND TOURISMUS“

INTERNATIONALE TOURISMUSBÖRSE BERLIN - ITB 2013 & 2014

100 Fachgespräche durch die T&C in 2013, 120 in 2014

109.600 Fachbesucher in 2013, 114.000 in 2014, rund 59.000 Endverbraucher in 2013, über 60.000 in 2014

Prämierung: „Bester Stadtstand Deutschlands“ in 2014



... UND 16 WEITERE TOURISTISCHE MESSEN & WORKSHOPS IN 2013 (20 IN 2014)

Zielmärkte Deutschland, BeNeLux und UK

198 Fachgespräche durch die T&C in 2013 (197 in 2014)

rund 26.700 Fachbesucher in 2013 (14.800 in 2014), mehr als 33.300 Endverbraucher in 2013 (26.950 in 2014)



WORKSHOP BIRMINGHAM



VPR PAKETE & TRENDS ON TOUR



LAGA ZÜLPICH



RDA KÖLN



SCHÄFER TOURISTIK INFOTAGE



WORKSHOP BRÜSSEL



FAM TRIPS TOURISTIK:

9 durchgeführte Fam Trips in 2013 mit rund 620 Teilnehmern

11 durchgeführte Fam Trips in 2014 mit rund 1.000 Teilnehmern



Weiterentwicklung Rhein in Flammen®

>> Siehe Ziel aus dem Strategieplan:
„QUALITATIVE ZIELE T&C
UND TOURISMUS“

rund 14.000 Gäste auf den Schiffen in 2013, rund 13.000 in 2014
rund 2.500 Übernachtungen über die T&C in 2013, rund 3.600 in 2014

NEUERUNGEN

- Finanzierungskonzept zur Sicherung der Durchführbarkeit der Veranstaltung
- Ausbau der Medienkooperation
- Uferillumination in Unkel
- Ballonglühn (2013)
- Ausbau des Rheinauen-Feuerwerks für eine bessere Sichtbarkeit für den Schiffskonvoi



Einführung neues Thema Fernbus

- Teilnahme an der AG Fernbus der Stadt Bonn
- Integration in T&C-Website (in Umsetzung)

>> Siehe Ziel aus dem Strategieplan:
„MITWIRKUNG BEI DER
SICHERSTELLUNG EINER
WETTBEWERBSFÄHIGEN,
LOKALEN FERNBUSINFRA-
STRUKTUR“



Endverbraucher-Roadshows

TOURISTISCHE ROADSHOWS MAI 2014

Aachen, 17.05.2014 und Münster, 31.05.2014

- Maßnahme zur direkten Endkundenansprache (zusätzlich zu den bisherigen Messen und Workshops)
- Ansprache von kurz entschlossenen Urlaubern und Tagesgästen
- Teilnehmer an den Auftaktveranstaltungen: Bonn-Information, Naturregion Sieg, Tourismus Siebengebirge, Rhein-Voreifel Touristik, Bergisch 4, Ahrtal Tourismus

>> Siehe Ziel aus dem Strategieplan:
„EINFÜHRUNG VON NEUEN
VERANSTALTUNGSFORMA-
TEN FÜR ENDKUNDEN“

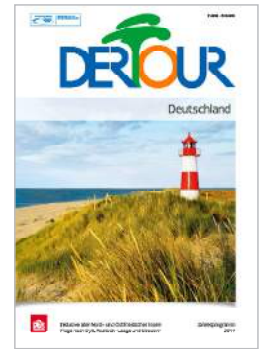


Weiterer Ausbau Tourismusstandortmarketing

REISEKATALOGE

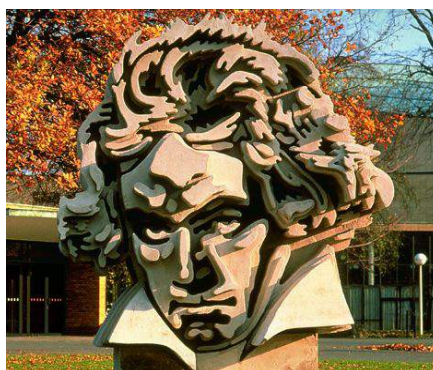
Bonn & Region in 25 Mio Exemplaren
rund 40.500 gebuchte Nächte in 2013, rund 42.000 in 2014

>> Siehe Ziel aus dem Strategieplan:
„AUSBAU DER TOURISTISCHEN MARKETING- UND VERTRIEBSAKTIVITÄTEN“



FLUSSKREUZFAHRTEN

neuer Anleger in Bonn
rund 50.000 Personen/Jahr (Stand 2014)



REISEANGEBOTE & PAUSCHALEN

Vermarktung von Pauschalen für Individualreisende

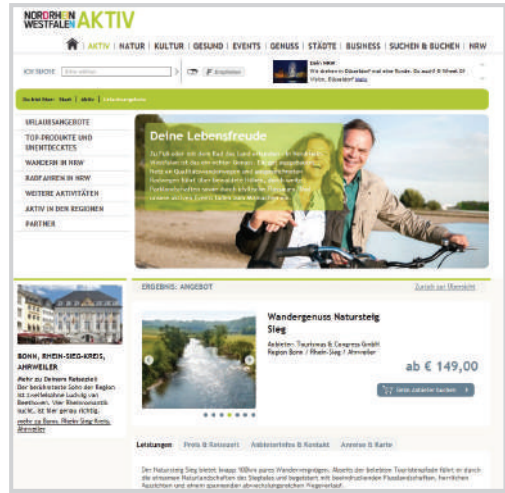
Bewerbung über Print- und Onlinemedien



DB MOBIL



BONN & REGION EXKLUSIV



DEIN NRW - NATURSTEG SIEG

DIREKT-REISEANBIETER

Ausbau der Kooperation mit den Reiseveranstaltern Berge & Meer, Clevertours/Rewe Reisen
rund 2.000 Buchungen in 2013, 2.400 in 2014 (Prognose)



GRUPPENREISEN

100 über die T&C generierte Gruppenreisen mit rund 2.800 Teilnehmern in 2013

130 über die T&C generierte Gruppenreisen mit 4.700 Teilnehmern in 2014



AUSZUG KENNZAHLEN - TOURISTIK 2013 & 2014*

AKTION	ANZAHL 2013	ANZAHL 2014	BESUCHER 2013	BESUCHER 2014	FACHG. 2013	FACHG. 2014	DATUM
Messen & Workshops gesamt	17	21	218.630	215.750	298	317	Jan-Dez
davon Fachbesucher Messen & Workshops	12	12	126.304	128.800	298	317	Jan-Dez
davon Endverbraucher Messen & Workshops	5	9	92.326	86.950	0	0	Jan-Dez
Fam Trips / Produkter- fahrung	9	11	620	984	120	204	Jan-Dez

AKTION			PERSONEN 2013	PERSONEN 2014	NÄCHTE 2013	NÄCHTE 2014	DATUM
Rhein in Flammen® T&C- Buchungen			3.000	3.400	2.500	3.600	Mai
Destinationsvertrieb Touristik			2.800	4.700	2.100	2.700	Jan-Dez
Reiseveranstalter- Kooperationen			32.000	33.000	40.500	42.000	Jan-Dez

* Werte 2014: Prognose per 31.12.2014

„FACHG.“ = Durch die T&C geführte Fachgespräche



Neuorganisation Kongressstandortmarketing

>> Siehe Ziel aus dem Strategieplan:
**„STÄRKERE NATIONALE
 UND INTERNATIONALE
 POSITIONIERUNG
 ALS KONGRESSSTANDORT“**

- Neuorganisation des Kongressstandortmarketings in Bonn (analog CIMA Gutachten)
- Umsetzung zum 01. Januar 2013
- Bonn Region Convention Bureau als internationale gängige Bezeichnung

TEAMVORSTELLUNG BONN REGION CONVENTION BUREAU

ULRICH W. JÜNGER
 Leitung Convention Bureau/
 Key Account

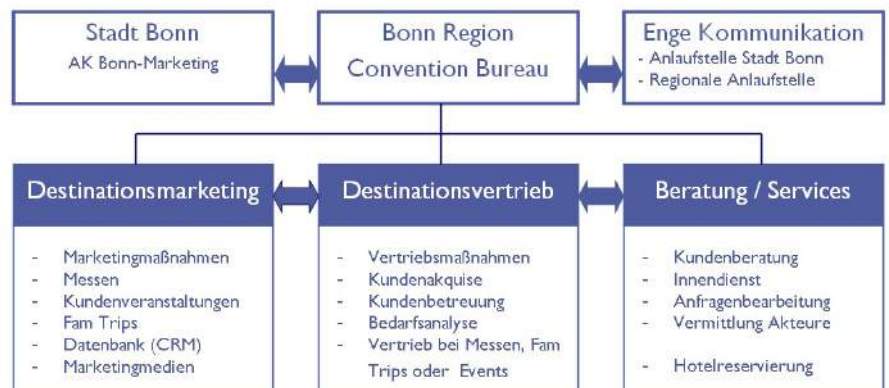
CHRISTIANE ZEPP
 Leitung Projektmanagement/
 Congress Beratung

NICOLE WARNECKE
 Vertrieb Key Account

Verknüpfte Abteilungen:

Hotelreservierung
ANNETTE ISENGARD
 Leitung Hotelreservierungsabteilung

Marketing
BJÖRN WAHLEN
 Leitung Marketing Congress



Fokusmarkt Deutschland (Radius 200km), Berlin, Brüssel

IMEX - LEITMESSE DER KONGRESSBRANCHE

84 Fachgespräche durch das Bonn Region Convention Bureau der T&C in 2013, 87 in 2014
jeweils rund 14.000 Fachbesucher in 2013 und 2014



>> Siehe Ziel aus dem Strategieplan:
„SCHWERPUNKT AUF ANSPRACHE VON NATIONALEN (UMKREIS VON 200 KM, BERLIN) SOWIE VON INTERNATIONALEN TAGUNGSKUNDEN (BRÜSSEL, INTERNATIONALE MESSEN)“



... UND WEITERE 12 MESSEN & WORKSHOPS IN 2013 (15 IN 2014)

67 Fachgespräche durch das Bonn Region Convention Bureau der T&C in 2013 (88 in 2014)
30.190 Fachbesucher in 2013 (29.900 in 2014)



EIBTM



LOCATIONS



ILLERHAUS



EIBTM



GODEMA



MEETINGPLACE



FAM TRIPS KONGRESS

10 durchgeführte Fam Trips/Aktionen in 2013, 10 in 2014
mit 3.200 Teilnehmern in 2013, 3.600 in 2014



NRW LANDESVERTRETUNG BRÜSSEL

Kooperationstermin mit Landesvertretung in 2014

Thema: Internationale Konferenzen / Realisierung gemeinsamer Kundenveranstaltung



Netzwerktreffen

>> Siehe Ziel aus dem Strategieplan:
„KONSTANTER AUSBAU DER
BINNENMARKETING-
MASSNAHMEN“

- Kommunikationsplattform für die Branche und Rahmen für den Austausch untereinander sowie mit öffentlichen, politischen und Medienvertretern
- Die Veranstaltungsreihe findet zweimal jährlich in wechselnden Locations statt
- Impulsvorträge zu Kernthemen und Netzwerktreffen für Kommunikation
- Teilnehmer: Vertreter der Branchen, Politik und Medien sowie Kunden

NETZWERKTREFFEN 23.01.2014

1. Netzwerktreffen der T&C im World Conference Center Bonn

Thema: Tagungsregion Bonn mit Vorstellung TagungsBarometer Region Bonn
rund 100 Teilnehmer



NETZWERKTREFFEN 2.10.2014

2. Netzwerktreffen der T&C im Münster-Carré Bonn

Thema: Beethoven / Beethoven-Festspielhaus und seine touristische sowie wirtschaftliche Relevanz
rund 100 Teilnehmer



Veranstaltungen Rhein-Sieg Börse 2013 und Bonn Börse 2014

>> Siehe Ziel aus dem Strategieplan:
„EINFÜHRUNG VON NEUEN
VERANSTALTUNGSFORMATEN
FÜR FACHBESUCHER WIE
RHEIN-SIEG BÖRSE
ALTERNIEREND ZUR BONN
BÖRSE ALLE ZWEI JAHRE“

- die größte regionale Fachmesse für Kongress und Tourismus
- Anteil Fachbesucher Touristik jeweils rund 25 % und Kongress rund 75 %

RHEIN-SIEG BÖRSE 4.05.2013

Veranstaltungsort: Stadthalle Siegburg

25 Aussteller

85 Fachbesucher



BONN BÖRSE 3.05.2014

Veranstaltungsort: World Conference Center Bonn

70 Aussteller

150 Fachbesucher

Twitterwall mit mehr als 700 Tweets

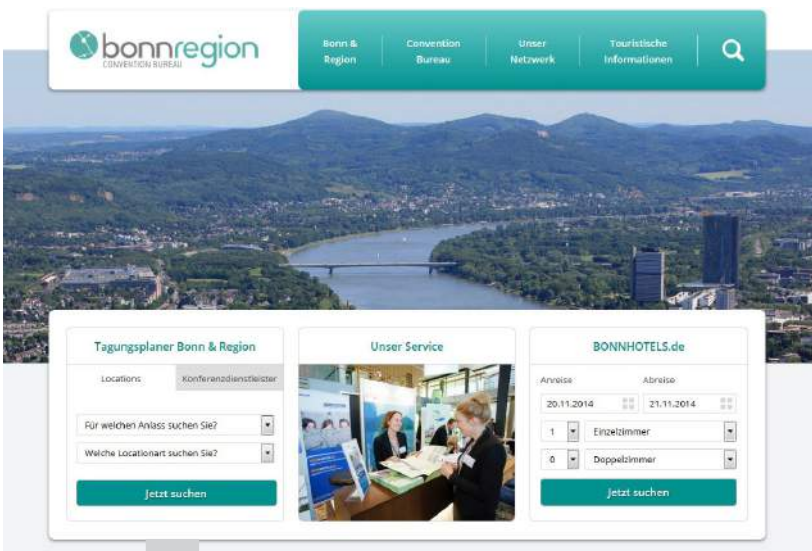


Weiterer Ausbau Kongressstandortmarketing

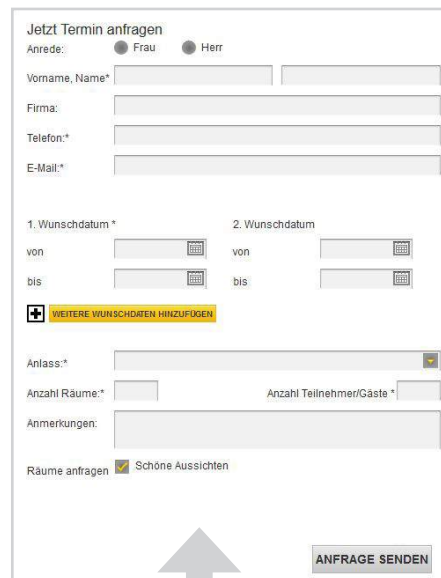
>> Siehe Ziel aus dem Strategieplan:
„AUSBAU DER KONGRESSRELEVANTEN MARKETING- UND VERTRIEBSAKTIVITÄTEN“
„EINBINDUNG VON TRENDS“

TAGUNGSPLANER REGION BONN

- 51 kongressrelevante Teilnehmer: regionale Kongresshotels, Veranstaltungslocations, Event- und Konferenzdienstleister
- Beteiligungsmöglichkeiten in drei Kategorien
- Darstellung der Teilnehmer in internationalen Online-Datenbank Locationguide24.com
- Zielgruppe: Veranstaltungsplaner und Entscheider in Verbänden, Unternehmen und Agenturen, Multiplikatoren aus Wissenschaft und Wirtschaft

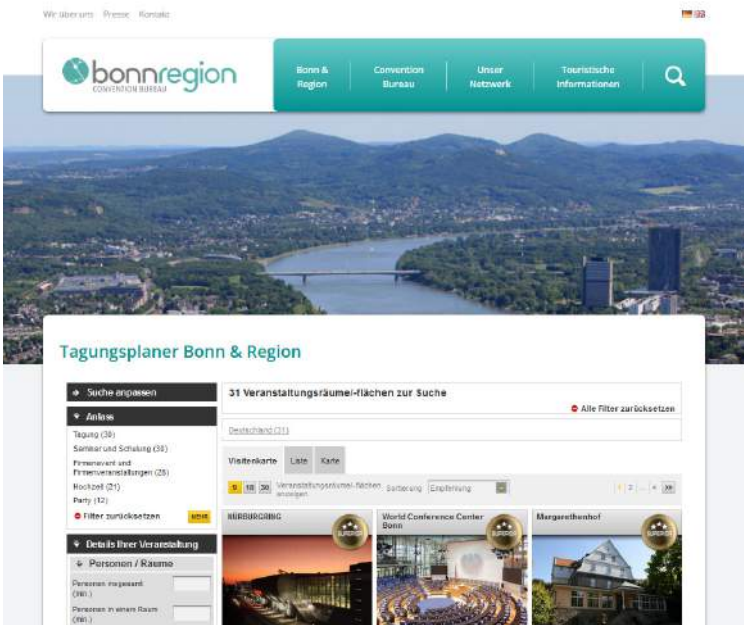


recherchierbar nach **individuellen Kundenanforderungen**



zusätzliche, **direkte Anfrage-möglichkeit** über Kontaktformular

Integration Online-Location- und Dienstleisterdatenbank auf T&C-Website



MEETING-GUIDE

- Erscheinungstermin: Januar 2015 mit 1 Jahr Laufzeit
- Umfang 88 + 4 Seiten, Gesamtauflage: 5.000 Exemplare
- Botschafter präsentieren im Imageteil die Kompetenzfelder der Kongressregion Bonn (Christiana Figueres - United Nations Framework Convention on Climate Change, Executive Secretary, Prof. Dr. Jürgen Fohrmann - Universität Bonn, Rektor, Stefan Gsänger - World Wind Energy Association, Generalsekretär, Prof. Dr. Hans Walter Hütter - Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, Präsident, Prof. Dr. Nike Wagner - Beethovenfest Bonn, Intendantin)



Natürlich - Bonn und Region! Naturally - Bonn and the region!

Bonn & Region Meeting Guide 2015



Die zentrale Lage mitten in Europa und eine gute Anbindung an die europäischen Verkehrsnetze sind für die Zukunftsfähigkeit der Region sehr bedeutsam. So sind die europäischen Entscheidungszentren Brüssel oder die Rhein-Main-Region innerhalb von 1-2 Stunden erreichbar.



The central position right in the middle of Europe and good connections to the European transport networks are very important for the future viability of the region. For example the European decision making centres in Brussels or the Rhine-Main region can be reached within 1-2 hours.



Natürlich Kultur & Natur Naturally Culture & Nature

Just like Bonn, as Bonn, the capital of the Rhine region was not only a place of residence of the Emperor. The Beethoven House, the birthplace of the composer, now houses the most comprehensive Beethoven exhibition in the world and provides information on the life of the world famous musician. A high density of museums and high-quality exhibitions on the Museumsinsel enrich the region's culture.

More than four centuries ago in Bonn politics were made. An ideal meeting place for the rulers of the Holy Roman Empire, the birthplace of the composer, now houses the most comprehensive Beethoven exhibition in the world and provides information on the life of the world famous musician. A high density of museums and high-quality exhibitions on the Museumsinsel enrich the region's culture.

More than four centuries ago in Bonn politics were made. An ideal meeting place for the rulers of the Holy Roman Empire, the birthplace of the composer, now houses the most comprehensive Beethoven exhibition in the world and provides information on the life of the world famous musician. A high density of museums and high-quality exhibitions on the Museumsinsel enrich the region's culture.

More than four centuries ago in Bonn politics were made. An ideal meeting place for the rulers of the Holy Roman Empire, the birthplace of the composer, now houses the most comprehensive Beethoven exhibition in the world and provides information on the life of the world famous musician. A high density of museums and high-quality exhibitions on the Museumsinsel enrich the region's culture.

Ausbau des Projektes Sustainable Bonn

>> Siehe Ziel aus dem Strategieplan:
„ERHÖHUNG DES BEKANN-
THEITSGRADES ALS KOMPE-
TENZZENTRUM UND
TAGUNGSPORT FÜR
NACHHALTIGE THEMEN“

NACHHALTIGKEIT ALS MOTOR DER REGIONALEN TOURIS- MUSENTWICKLUNG AM INTERNATIONALEN KONFERENZ- STANDORT BONN UND REGION



- 2013/2014 wurden 30 Betriebe (Hotellerie, Gastronomie und Tagungsstätten) rezertifiziert
- die Partner von Sustainable Bonn bilden eine infrastrukturelle Grundlage für die Durchführung von Green Meetings am internationalen Tagungsort Region Bonn
- die zukünftige Projektentwicklung zielt darauf ab, das Netzwerk der regionalen Nachhaltigkeitspartner weiter zu stärken und neue Einrichtungen einzubinden
- die Begleitung des Projekts durch wissenschaftliche Einrichtungen der Region soll zukünftig Benchmarks für das Projekt entwickeln, welche als Leitlinien einer Nachhaltigen Tourismusentwicklung auch in anderen Regionen adaptiert werden können



Etablierung Convention Bureau als neutraler Destinationsvermarkter

KENNZAHLEN - CONVENTION BUREAU 2013 & 2014*

677 Kontakte besucht und Convention Bureau vorgestellt

(davon 305 in 2013 und 372 in 2014)

13 Verkaufsfreisen (davon 7 in 2013 und 6 in 2014)

Teilnehmer am Kongressstandortmarketing für die Region Bonn:

30 Teilnehmer in 2013

35 Teilnehmer in 2014

Gewinnung von 51 Leistungsträgern für den Tagungsplaner „BonnRegion 2014“:

3 Platin- und 28 Gold-Locations sowie 20 Eventdienstleister

>> Siehe Ziel aus dem Strategieplan:
**„ETABLIERUNG DES
 CONVENTION BUREAUS AUF
 DEM NATIONALEN UND
 INTERNATIONALEN
 TAGUNGSMARKT“**

AUSZUG KENNZAHLEN - CONVENTION BUREAU

AKTION	ANZAHL 2013	ANZAHL 2014	BESUCHER 2013	BESUCHER 2014	FACHG. 2013	FACHG. 2014	DATUM
Messen & Workshops gesamt	13	16	44.890	44.621	151	175	Jan-Dez
Fam Trips/Produkt- erfahrung	10	10	3.227	3.621	227	200	Jan-Dez
Kundentermine	232	240			232	240	Jan-Dez
Adressen Datenbank	7.288	7.900					

AKTION	ANZAHL 2013	ANZAHL 2014	PERSONEN 2013	PERSONEN 2014	NÄCHTE 2013	NÄCHTE 2014	DATUM
Hotelreservierungssystem der T&C			3.500	4.200	11.000	12.000	Jan-Dez
Angefragte Veranstaltun- gen / Rahmenprogramme	161	136	36.700	22.200	59.800	65.500	Jan-Dez
Realisierte Veranstaltun- gen / Rahmenprogramme	87	77	14.640	12.400	25.600	36.500	Jan-Dez

* Werte für 2014: Prognose per 31.12.2014

„FACHG.“ = Durch die T&C geführte Fachgespräche

ÜBERNACHTUNGEN ÜBER DIE T&C 2013 UND 2014 (DIREKT & INDIRECT)

Auf Basis der im Bereich der Kennzahlen Touristik sowie Congress dargestellten Werte erfolgt die Berechnung der ökonomischen Bedeutung des Übernachtungstourismus, der direkt oder indirekt über die T&C generiert wurde (Werte Übernachtungen gerundet).

2013: 82.000 ÜBERNACHTUNGEN

davon

45.100 Übernachtungen Touristik

36.600 Übernachtungen Congress

2014: 97.000 ÜBERNACHTUNGEN

davon

48.300 Übernachtungen Touristik

48.500 Übernachtungen Congress

2013: 13,6 MIO. EUR

davon

6,6 Mio. EUR Touristik*

7 Mio. EUR Congress*

2014: 16,4 MIO. EUR

davon

7,1 Mio. EUR Touristik*

9,3 Mio. EUR Congress*

*Quelle: Ausgabe von Übernachtungsgästen auf Basis von dwif e.V. (für geschäftstouristische Gäste);
Tourismus NRW e.V. (für touristische Gäste)

