



Ostbelgien

Cantons de l'Est · Oostkantons

Willkommen in Europas
kraftvollem Garten.

Bienvenue dans
le surprenant jardin
de l'Europe.

Welkom in de ruige
tuin van Europa.



TÄTIGKEITSBERICHT 2020

INHALT

1. Vorwort	3
2. Informations- und Qualifizierungsmaßnahmen für touristische Leistungsbetriebe	6
3. Verkaufsfördernde Maßnahmen für Ostbelgiens Betriebe	8
4. Produktentwicklung	10
5. Destinationsmanagement	13
6. Kommunikation	17
7. Pressearbeit	19
8. Werbung	21
9. Veröffentlichungen	25
10. Kompetenzaneignung	28
11. Gremien	30
12. Mandate	34
13. Team	35

Ein Vorwort, das mit einem Rückblick beginnt. Unsichere Zeiten. Es gibt keine eindeutige Aussage für die Jahresbilanz des touristischen Sektors in Ostbelgien. Auch wenn die Pandemie eher den ländlichen Gebieten als den Städten die Touristen zugespielt hat und Ostbelgien im Inland sicher stark an Bekanntheit gewonnen hat, fällt die Bilanz in den ostbelgischen Betrieben von Fall zu Fall sehr unterschiedlich aus. Es war das Jahr der Extreme - von Null auf 120%, von der Zwangsschließung bis zur vollständigen Auslastung -, das viele Menschen an ihre physischen und moralischen Grenzen gestoßen hat.

Krisen fordern neue Wege. Der üblich durchdachte Aktionsplan der TAO verwandelte sich in ein spontanes Marketing. Deshalb haben wir uns entschlossen, vor allem bleibende Werte zu festigen, wie beispielsweise die touristische Infrastruktur zum Wandern und fürs MTB; auch wenn es für den „Stoneman Arduenna“ nur eine stille Eröffnung geben konnte.



Die TAO nutze die Zeit auch, um sich im Team neu zu organisieren und ihren Mitgliedern die Möglichkeit zu mehr Professionalisierung dank attraktiver Weiterbildungsangebote zu bieten. Somit brachte die Krise durchaus auch den positiven Fortschritt in der Digitalisierung und die Erkenntnis der notwendigen Gästelenkung zum Erhalt unserer schönen Lebensregion!

Ich gratuliere Ihnen allen, die mit Kreativität und Mut der Krise getrotzt haben.

Ihnen alles Gute,
Sandra DE TAEYE
Direktorin

Spätestens ab März hatte die Corona-Pandemie das vergangene Geschäftsjahr fest im Griff. Die sanitäre Krise und die damit einhergehenden Bestimmungen stellten alle Wirtschaftsbereiche vor nie da gewesene Herausforderungen.

Das anhaltende Pandemiegeschehen setzte die touristischen Leistungsbetriebe beispiellosem Druck aus. Auch wenn das Fazit ungleich ausfällt, kämpft der Sektor dennoch allgemein mit schweren Umsatzeinbußen und ist noch immer mit großer Planungsunsicherheit konfrontiert. Nachdem der Tourismus im Frühjahr 2020 aufgrund des Lockdowns komplett lahmgelegt wurde, kam es nach der Öffnung im Sommer zu einem regelrechten Boom, der die Betreiber vor neue große Hürden stellte.

Vor dem Hintergrund der ständig wechselnden Bestimmungen, der unsicheren Lage und Grenzsicherungen blieb lange Vorausplanung schwierig, es musste kurzfristig und flexibel auf allen Ebenen gehandelt werden.

Vor diesen Aspekten musste auch die Tourismusagentur Ostbelgien ihre Prioritäten neu definieren. Der Aktionsplan 2020 wurde buchstäblich auf den Kopf gestellt. Die Tourismusagentur Ostbelgien konzentrierte ihre Arbeit verstärkt auf unterstützende Maßnahmen für Ostbelgiens Betriebe. Das Maßnahmenpaket beruhte auf zwei wesentlichen Pfeilern: **Informations- und Qualifizierungsmaßnahmen** sowie **verkaufsfördernde Maßnahmen**.

- **13. März:**
Harter Lockdown, Grenzsicherungen
- **Ab Mai:**
Graduelle Lockerung der Maßnahmen
- **8. Juni:**
Öffnung Horeca unter schweren Auflagen. Reiseerlaubnis für Belgier innerhalb des Landes. Kultur- und Sportveranstaltungen mit max. 20 Pers.
- **15. Juni:**
Öffnung der EU-Grenzen & Schweiz, Liechtenstein, Island und Norwegen
- **1. Juli:**
Öffnung der Schwimmbäder, Thermalbäder, Vergnügungsparks & Indoor-Spielplätze, Museen und Theater. Festsäle auf max. 50 Personen und Kultur- und Sportveranstaltungen auf max. 200 Pers. begrenzt
- **1. August:**
Test und Quarantänepflicht für Heimkehrer aus Risikogebieten (rote Zonen)
- **1. September:**
Außenveranstaltungen werden auf 400 Personen erweitert
- **6. Oktober:**
Inzidenzen steigen. Cafés müssen ab 23 Uhr schließen
- **19. Oktober:**
Erneute Schließung von allen Cafés und Restaurants. Takeaway bleibt erlaubt
- **29. Oktober:**
Schließung aller Kultur-, Sport-, Festeinrichtungen. Beherbergungsbetriebe dürfen nur ihre Übernachtungsgäste beköstigen
- **3. November:**
Schließung von Feriendörfern und Campings sowie Skizentren. Beherbergungsbetriebe müssen die Mahlzeiten ihrer Übernachtungsgäste auf dem Zimmer servieren
- **1. Dezember:**
Öffnung der Museen und Schwimmbäder unter Auflagen
- **18. Dezember:**
Von nicht essentiellen Reisen wird abgeraten

INFORMATIONEN- UND QUALIFIZIERUNGSMABNAHMEN FÜR TOURISTISCHE LEISTUNGSBETRIEBE

Laut einer internationalen Umfrage¹ ist die Wichtigkeit, die digitale Transformation in Unternehmen voranzutreiben, durch die Corona-Krise deutlich gestiegen. Demnach attestieren 80% der Befragten der Digitalisierung nun mehr Wichtigkeit als vorher.

Im Hinblick auf eine nachhaltige und zukunftsfähige touristische Entwicklung nimmt die Tourismusagentur Ostbelgien seit 2016 mit 8 weiteren Partnern aus der Großregion Saar-Lor-Lux an dem Interregprojekt *Digitales Marketing* teil. In diesem Rahmen werden neben **Vermarktungsmaßnahmen auch umfangreiche Informations- und Qualifizierungsangebote für Touristiker der Großregion** angeboten.

Mithilfe von europäischen Fördergeldern konnte die Tourismusagentur Ostbelgien 2020 verstärkt unterstützende Maßnahmen für touristische Leistungsbetriebe in Ostbelgien umsetzen:

PRO B2B-WEBSEITE „pro.ostbelgien.eu/de/mitglieder“

Seit September 2020 ist die B2B-Webseite der Tourismusagentur Ostbelgien online. Die zweisprachig aufgebaute Seite umfasst die **Rubriken Aktuelles, Mediathek und E-learning**: Touristische Leistungsträger werden fortlaufend über neueste Entwicklungen und Angebote informiert; ein E-Learning-Programm bietet Coachings in Form von Videobeiträgen an (s. Workshop Webinare). Des Weiteren erhalten Mitglieder der Tourismusagentur Ostbelgien Zugang zu einer umfangreichen professionellen Bilddatenbank.

Das neue Tool bietet ebenfalls die Möglichkeit eines Newsletter-Versandes an die Mitgliedsbetriebe. 2020 wurden 18 Newsletter in DE/FR an die Mitglieder der Tourismusagentur Ostbelgien verschickt. Diese betrafen u. A. Infos zu den Maßnahmen zur Eindämmung des Coronavirus, Einladungen zu Schulungen und Unternehmensinformationen.

WORKSHOP WEBINARE

Von September bis Oktober 2020 fanden 9 Online-Workshops zu verschiedenen digitalen Themen statt, die jeweils für die betrieblichen Anforderungen von Hotel/Gastronomie und Tourismus/Freizeit auf Starter- und Expertenniveau aufbereitet wurden. Insgesamt nahmen 10 ostbelgische Betriebe an den Webinaren teil. Parallel dazu werden die Themen der Webinare auf Deutsch und Französisch als **Erklärfilme** aufgearbeitet, die online rund um die Uhr abrufbar sind. Anhand von Beispielen werden wesentliche Handlungsschritte, wie z.B. Beschwerdemanagement, Suchmaschinenoptimierung,... erläutert. Diese Filme werden den Mitgliedern der Tourismusagentur Ostbelgien auf pro.ostbelgien.eu/de/mitglieder zur Verfügung gestellt.

WEBTALK

„Auf einen Aperitif in Ostbelgien - Neue Gäste gewinnen durch digitales Marketing“

Mit dem Ziel, Partnerbetriebe über den aktuellen Projektstand zu informieren und neue Betriebe für die Coachings zu motivieren, hat die Tourismusagentur Ostbelgien am 29.10.2020 einen Live-Webtalk organisiert. An der digitalen Live-Veranstaltung, die im Kloster Heidberg in Eupen unter Einhaltung der sanitären Sicherheitsmaßnahmen stattfand, nahmen rund 40 Partnerbetriebe teil. Die Veranstaltung fand im Rahmen der DG-Veranstaltungsreihe *Ostbelgien digital* statt.



Webtalk: Micha Noël, Mitglied der Tourismusagentur Ostbelgien im Gespräch mit Sandra De Taeye, Direktorin der Tourismusagentur Ostbelgien

COACHINGS

In einem nächsten Schritt wurden die Digitalthemen ab November 2020 in einzelbetrieblichen Coachings vertieft. Die Leistungsbetriebe konnten jeweils einen Prozess aus dem digitalen Angebot wählen. Die Beratung umfasst die **individuelle Darstellung der IST-Situation, eine SWOT Analyse, die Optimierung des Prozesses sowie die Umsetzung des Soll-Prozesses**.

Aufgrund der restriktiven Corona-Bestimmungen fand die individuelle Beratung per Videokonferenz statt. Insgesamt haben sich 26 Partnerbetriebe der Tourismusagentur Ostbelgien angemeldet. Die Beratungen werden noch bis ins 1. Halbjahr 2021 fortgeführt.

KAMPAGNE ROLLING PIN

Vor dem Hintergrund des **akuten Personalmangels** in Ostbelgiens Beherbergungsbetriebe, vor allem im Sommer 2020, schaltete die Tourismusagentur Ostbelgien eine 8-seitige Reportage in der Fachzeitschrift *Rolling Pin* (11/2020), um für das nächste Jahr besser aufgestellt zu sein. Das deutschsprachige Hotel- und Gastronomiemedium hat eine Reichweite von monatlich 750.000 Besuchern auf seiner Webseite, 30.000 Printlesern und 135.000 Newsletter-Abonnenten. Eine der besonderen Stärken dieses Magazins ist der große Stellenmarkt für die Suche nach Fachkräften.

In der Reportage wurden die **Vorzüge Ostbelgiens als Arbeitsregion** präsentiert. Die Partnerbetriebe der Tourismusagentur Ostbelgien, die aktiv auf der Suche nach personeller Verstärkung sind, erhielten die Möglichkeit ihren Betrieb vorzustellen.

Zusätzlich wurden die Artikel über die sozialen Medien des Magazins verbreitet (Facebook). Insgesamt nahmen 3 Beherbergungsbetriebe und eine regionale Produktionsstätte an der Aktion teil. Die Tourismusagentur Ostbelgien kofinanzierte die Aktion zu 50% als unterstützende Maßnahme.



¹ Quelle: TourismusDigital 2020

VERKAUFSFÖRDERNDE MAßNAHMEN FÜR OSTBELGIENS BETRIEBE



PROJEKTKOORDINATION BED+BIKE

Im achten Jahr nach der Einführung des **bed+bike-Labels** pendelt sich die Anzahl teilnehmender Betriebe weiter ein und liegt mittlerweile bei 57. Die Betriebskontrollen 2020 brachten drei weitere ostbelgische Betriebe hinzu: Daft Hotel (Malmedy), Maison Ruthier (Faymonville), Vegder Kulinarium (Sankt Vith).

Neben einer Darstellung über die Marketing-Kanäle der Tourismusagentur Ostbelgien kommen die zertifizierten Unterkunftsbetriebe in den Genuss eines Eintrags auf der Vennbahn-Webseite und Vennbahn-Karte sowie in weiteren radspezifischen Veröffentlichungen. Sie erhalten außerdem eine Sichtbarkeit in der deutschen und luxemburgischen bed+bike-Datenbank sowie auf der Online-Touren-Plattform outdooractive.com. Nicht zuletzt besteht die Möglichkeit, sich im Fall einer Zertifizierung kostenlos dem wallonischen Label *Bienvenue Vélo* anzuschließen.

Eine Zertifizierung ist Grundvoraussetzung für Logispartner des Stoneman oder Beherbergungsbetriebe im Rahmen der Radpauschalen.



Plakette am Eingang eines bed+bike-Betriebes

RAD- UND WANDERPAUSCHALEN

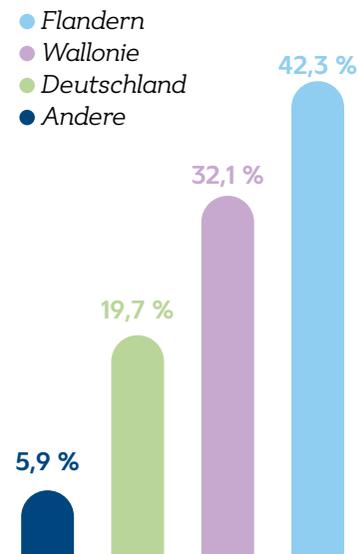
Aufgrund der sich fast täglich verändernden Situation hinsichtlich Risikogebiete und Einschränkungen wurden Urlaubsentscheidungen kurzfristiger denn je getroffen. Der Verkauf von Rad- und Wanderpauschalen der Tourismusagentur Ostbelgien war von der Planungsunsicherheit ebenfalls stark betroffen; Reiseangebote, Leistungen und Reisebuchungsbedingungen mussten flexibel angepasst werden.

Die Tourismusagentur Ostbelgien erweiterte die Pauschalreisen **Radfahren und Wandern ohne Gepäck** um ein weiteres Angebot für Mountainbiker: den **Stoneman Arduenna**.

Gleich zu Startbeginn im Juni erlebte das neue Angebot einen enormen Zuspruch: Der Verkauf von Stoneman-Pauschalreisen machte in der ersten Saison bereits 30% des gesamten Verkaufs von Pauschalreisen aus und generierte insgesamt 370 Übernachtungen. 2020 waren 20 ostbelgische Betriebe Teil des Stoneman-Netzwerkes und kamen in den Genuss umfangreicher Marketingaktionen.

Insgesamt generierte der Verkauf von Rad- und Wanderpauschalen einen Umsatz von 140.442 Euro; die durchschnittlichen Reisekosten betragen 358,27 Euro pro Gast.

Gebuchte Wander- und Radpauschalen NACH HERKUNFT



Quelle: Tourismusagentur Ostbelgien

ROG/WOG/ STONEMAN

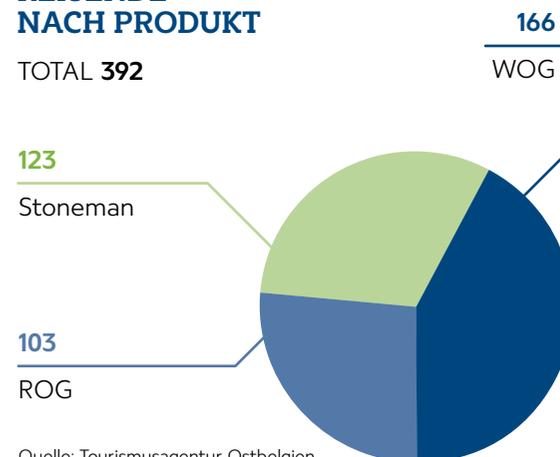
- Gebuchte Reisen
- Gäste



Quelle: Tourismusagentur Ostbelgien

REISENDE NACH PRODUKT

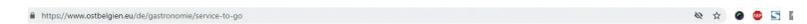
TOTAL 392



Quelle: Tourismusagentur Ostbelgien

RUBRIK TAKEAWAY

Im Dezember 2020 wurde eine Rubrik für die **Takeaway-Angebote** als verkaufsfördernde Unterstützung für den HORECA-Sektor eingerichtet.



GASTRONOMIE IN OSTBELGIEN – ANGEBOTE FÜR DEN ABHOL- UND LIEFERSERVICE

Aufgrund der Corona-Krise sind die Gastronomiebetriebe für Gäste geschlossen. Trotzdem ist es möglich, in den Genuss der hervorragenden gastronomischen Angebote in Ostbelgien zu kommen. Ab sofort bieten wir hier auf einen Blick alle Möglichkeiten für einen Lieferservice und alternative Möglichkeiten zur Versorgung in Ostbelgien. In vielen Gastronomiebetrieben ist es jetzt möglich, seine Lieblings Speisen bequem ins eigene zu Hause mitzunehmen oder auf kurzem Wege zu bestellen.

Bitte unterstützen Sie unsere Betriebe und kaufen Sie regionale Produkte und nutzen Sie die Essen to Go-Angebote. Sie können bei den Betrieben ebenso Gutscheine für Weihnachten und andere Anlässe bekommen.



EINE GROSSE AUSWAHL AN LOKALEN RESTAURANTS MIT LIEFER- UND ABHOLMÖGLICHKEIT GIBT'S HIER:

GASTRONOMIE	KONTAKT & INFOS	ANGEBOT	BEDINGUNGEN
Hotel-Restaurant-Café Schröder Losheimergraben 13 4760 Bullingen	+32 80 54 80 59 www.hotel-schroeder.be/home/ www.facebook.com/hotelschroeder	Menükarte & Kid's Menü	> Nur Abholservice > Bargeld > Kartenzahlung

PRODUKTENTWICKLUNG

OSTBELGIENSTEIG – neues Leuchtturmprodukt für Ostbelgien

Im Rahmen des Interregprojektes RANDO-M wurden 2020 wichtige Meilensteine in der Entwicklung des Fernwanderweges realisiert:

Die Streckenführung wurde nach den strengen Kriterien des Labels *Leading Quality Trail* ausgearbeitet und am 25.8.2020 in einem Arbeitstreffen mit den Gemeindevertretern und der zuständigen Ministerin beschlossen. Die Streckenlänge beträgt insgesamt 108 Kilometer und kann in 5 bis 6 Etappen abgewandert werden.

In einem 2. Schritt wurde das Beschilderungskaster festgelegt und verschiedene Kommunikationsmittel, wie z.B. Fotoshooting und Videos, vorbereitet.

Die sanitäre Krise hatte ebenfalls Einfluss auf die Umsetzung vieler Interregprojekte, die durch die Schließungen in Verzug kamen. Aufgrund dessen beschloss die EU, alle Projekte um 6 Monate zu verlängern. Für RANDO-M bedeutet dies, dass das Projekt bis zum 28.2.2022 verlängert wurde.



Planungsbüro für Wandertourismus bei der Expertise des Fernwanderweges

BESCHILDERUNG NACH KNOTENPUNKTEN in den nördlichen Gemeinden

Nach Abschluss der Beschilderung in den südlichen DG-Gemeinden wurden ab dem Herbst 450 km Wanderwege in den nördlichen Gemeinden ebenfalls nach Knotenpunkten beschildert. Die Arbeiten werden sich noch bis ins Frühjahr 2021 hinausziehen.

Unter Einbeziehung der südlichen DG-Gemeinden wurden insgesamt **1.820 km Wanderwege mit 4.345 Pfosten und 10.762 Schildern versehen und in Eigenregie geprüft!**

In Zusammenarbeit mit dem National Geografischen Institut erschienen im Frühjahr 2020 die ersten vier Wanderkarten für die südlichen DG-Gemeinden nach dem neuen Beschilderungssystem. Diese sind aus wetterfestem Papier. Der VK-Preis beläuft sich auf 8,-€/Stück.



Beschilderung des Wanderknotenpunktsystems

STONEMAN ARDUENNA

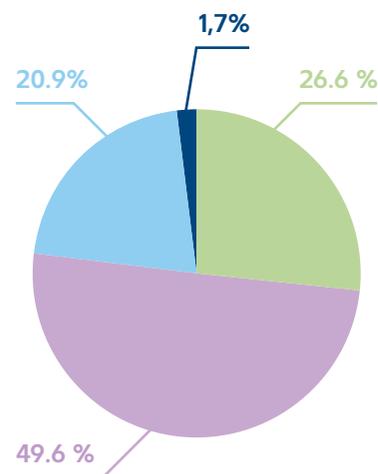
Pandemiebedingt ging das Projekt mit zweimonatiger Verspätung an den Start. Der offizielle Saisonstartschuss fand schließlich am 10. Juli 2020 im Rahmen einer Pressekonferenz im Beisein der Tourismusministerin Isabelle Weykmans und des Gründers Roland Stauder statt. Das Fazit der ersten Stoneman Saison ist durchaus positiv: Rund 2.000 Teilnehmer nahmen an der Rundfahrt teil. Letztere bewerteten den Stoneman Arduenna mit einer Durchschnittsquote von 4.7 auf 5 Punkten als äußerst positiv.

42 % der Finisher übernachteten bei einem der **20 Logis-Partner** der Tourismusagentur Ostbelgien, knapp 70 % verbringen 2 Nächte oder mehr in Ostbelgien.

Beworben wird der Stoneman Arduenna über die viersprachige Internetseite www.stoneman-arduenna.com sowie die sozialen Medien Instagram und Facebook. Beide Medien zählen insgesamt knapp 10.000 Abonnenten und erreichten ca. 1.500.000 Konten!

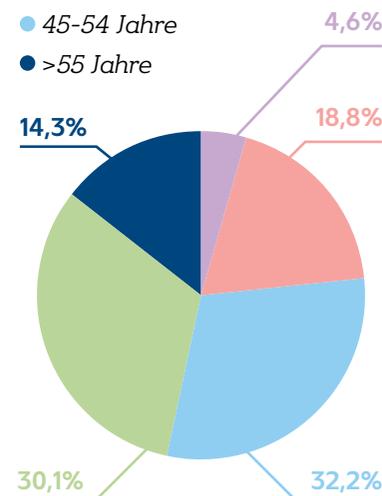
1.992 FINISHER

- Gold-Fahrer (1 Tag)
- Silber-Fahrer (2 Tage)
- Bronze-Fahrer (3 Tage)
- E-MTB

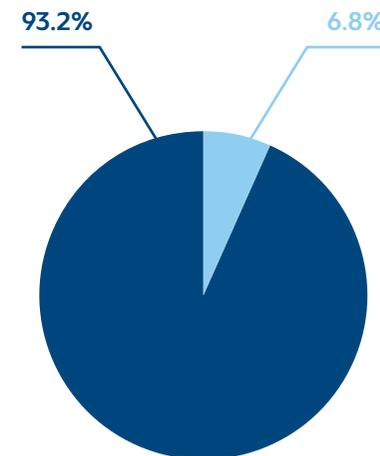


PROFIL DES STONEMAN ARDUENNA

- <25 Jahre
- 25-34 Jahre
- 35-44 Jahre
- 45-54 Jahre
- >55 Jahre



- Frauen
- Männer



Quelle: Tourismusagentur Ostbelgien

Der **Stoneman Arduenna** ist ein MTB-Rundkurs im Süden Ostbelgiens. Auf einer Länge von 176 km und 3.400 Höhenmetern beträgt das/die max. Gefälle/Steigung ca. 30 %. Der Marathon kann in 1, 2 oder 3 Tagen gefahren werden (Gold, Silber, Bronze).

Unter der Leitung der Tourismusagentur Ostbelgien unterhalten 12 freiwillige Helfer, sogenannte Wegepaten, die Strecke. Insgesamt werden 800 Schilder auf 120 Pfosten befestigt bzw. am Ende der Saison entfernt und 8 Checkpoints eingerichtet.

Das Konzept wurde vom ehemaligen MTB-Weltmeister Roland Stauder gegründet. Es gibt nur einen Stoneman pro Land!

O-ASEN UND PANORAMATAFELN INSZENIEREN DAS LANDSCHAFTSBILD OSTBELGIENS

Im Rahmen des europäischen LEADER-Förderprogrammes koordiniert die Tourismusagentur Ostbelgien seit 2017 das Projekt **„homogene Erlebniswelt im Norden Ostbelgiens“**. Im Mittelpunkt stehen die Inszenierung des Landschaftsbildes sowie die touristische Angebotsentwicklung.

Im Rahmen der Landschaftsinszenierung wurden 3 **O-asen** als optische und emotionale Verstärker der wesentlichen Merkmale der Region geschaffen. Am 31.7.2020 wurden die O-asen stellvertretend am Standort Eynatten im Rahmen eines Empfangs mit Pressekonferenz ihrer Bestimmung übergeben werden.

Die **Panoramatafeln** dienen dazu, ostbelgische Aussichtspunkte und Naturlandschaften entlang von Rad- oder Wanderwegen zu erläutern. Nachdem 2019 sechs Panoramatafeln in vier Gemeinden realisiert worden sind, ermöglicht ein Leader-Projekt mit einem Gesamtbudget von 54.200 € die Erweiterung dieser Initiative um sechs Tafeln. Die Eigenbeteiligung der Gemeinden liegt bei zusätzlichen 1.850 Euro zur Deckung der Materialkosten sowie den Kosten für den Aufbau der Tafeln.

2020 konnten mithilfe europäischer Fördergelder (Leader) vier neue Panoramatafeln für die Standorte Raeren, Hauset, Sankt Vith und Recht eingerichtet werden. Zwei weitere Panoramatafeln für Bütgenbach und Kettenis sind in Bearbeitung. Darüber hinaus hat die TAO eine Panoramatafel für die Gemeinde Kelmis außerhalb der Förderung erstellt.

Ergänzend zu den Panoramatafeln gewährt die Rubrik **Virtuelle Rundgänge** auf ostbelgien.eu interessante Einblicke in das Innere historischer Bauwerke und Vogelperspektiven auf Orte und Landschaften. Während des strengen Lockdowns wurden die virtuellen Rundgänge verstärkt auf den sozialen Medien der Tourismusagentur Ostbelgien beworben und fanden großen Zuspruch bei unseren Gästen, die sich von zuhause aus inspirieren konnten.



O-ase in Eynatten

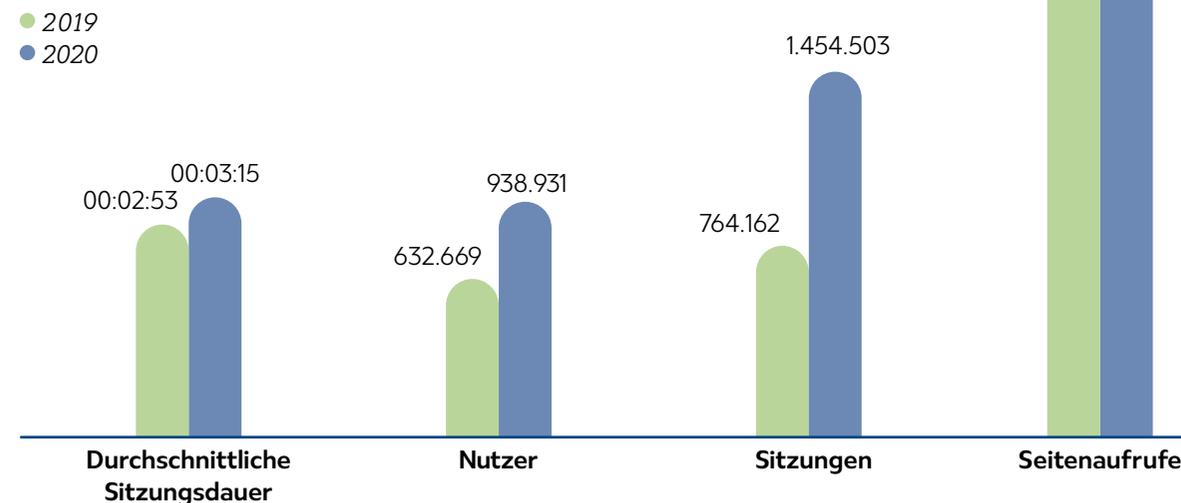
DESTINATIONS MANAGEMENT

DIGITAL IS THE NEW SOCIAL !

Die Krise hat deutlich gezeigt, welchen Stellenwert die digitale Transformation hat. Auch die Tourismusbranche hat sich durch neue digitale Technologien grundlegend verändert: Die *Customer Journey*² wird zukünftig komplett digitalisiert sein.

Der Ausbau der Webseite, des Online-Marketings und der digitalen Angebote hat sich für die Tourismusagentur Ostbelgien also als Glücksfall herausgestellt, wie auch die Google Analytics-Daten im digitalen Bereich bestätigen. So verbuchte die Webseite **www.ostbelgien.eu** im vergangenen Jahr ein **Plus von 48,41% bei den Nutzern**. Bei etwa 47 % davon handelte es sich um neue Nutzer, die also zum ersten Mal auf der Webseite waren.

Bei den Seitenaufrufen wurde mit **4,5 Millionen Aufrufen** (im Vergleich zu 2,9 Millionen im Vorjahr) ein Rekord aufgestellt. Auch die weiteren Daten der Webseite sind im positiven Bereich. So wurde die Absprungrate verringert (-2,93%) und die Verweildauer der Nutzer auf der Webseite erhöht (+17,78%). Dies ist ein Indikator dafür, dass Nutzer die Information auf der Webseite finden, nach der sie suchen. Geht man weiter ins Detail, so wird deutlich, dass diese Zahlen vor allem durch das erhöhte Interesse aus dem Inland zustande gekommen sind, denn 71,84%, d.h. insgesamt 674.547 der Besucher, stammen aus Belgien. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet die Steigerung an belgischen Nutzern ein Plus von 42,12 %.

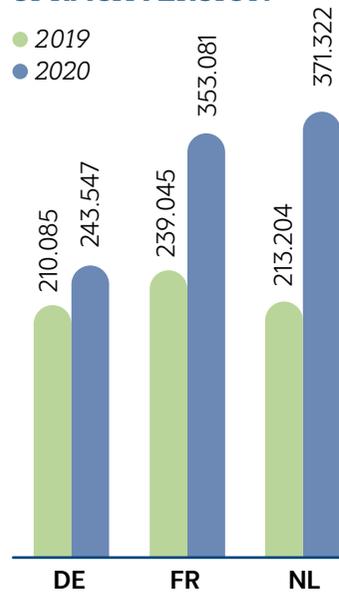


Quelle: Google Analytics

² Customer Journey (ugs. zu dt.: Die Reise des Kunden) ist ein Begriff aus dem Marketing und bezeichnet die einzelnen Zyklen, die ein Kunde durchläuft, bevor er sich für den Kauf eines Produktes entscheidet. Aus Sicht des Marketings bezeichnet die Customer Journey alle Berührungspunkte (Touchpoints) eines Konsumenten mit einer Marke, einem Produkt oder einer Dienstleistung. (Quelle: Wikipedia)

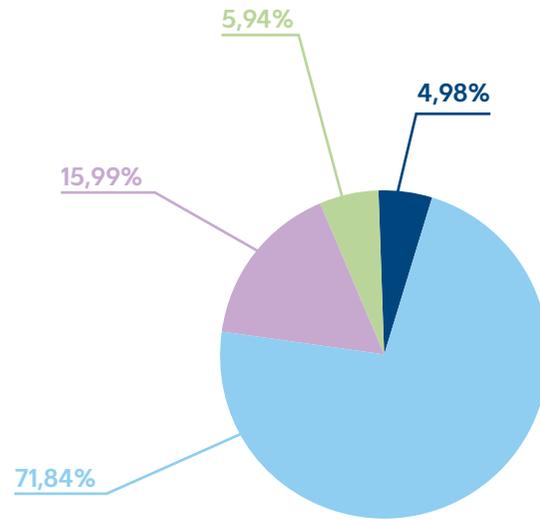
NUTZER NACH SPRACHVERSION

● 2019
● 2020

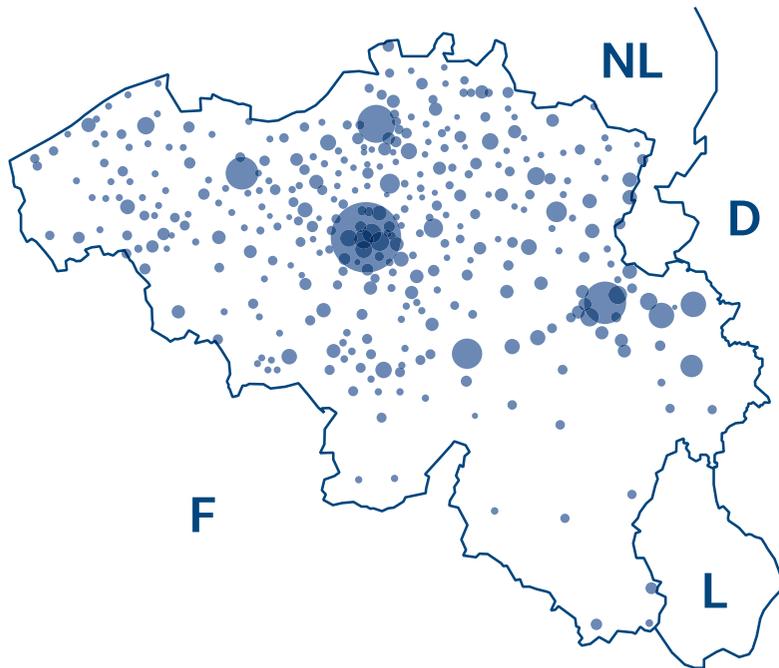


STANDORT DER NUTZER

● Belgien
● Deutschland
● Niederlande
● Andere



NUTZER INNERHALB BELGIENS

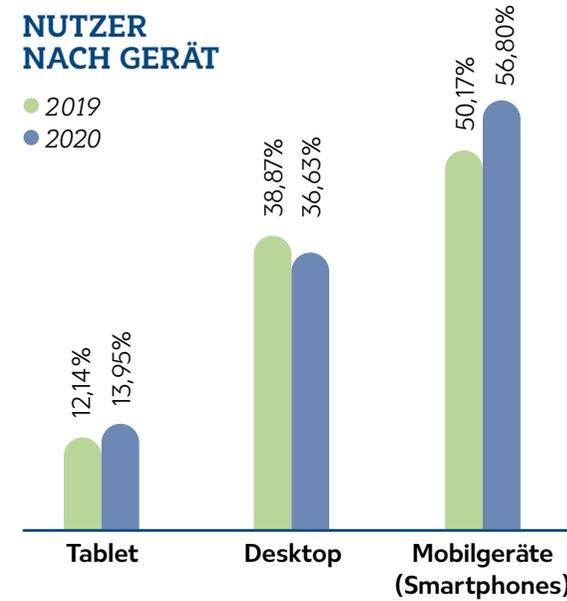


	2020	2019	
BRÜSSEL	141.337	87.899	+60,79%
LÜTTICH	48.353	59.931	-19,31%
ANTWERPEN	39.471	24.210	+63,03%
GENT	25.125	15.547	+61,60%
NAMUR	22.610	16.318	+38,55%
VERVIERS	16.329	12.282	+32,95%
EUPEN	14.980	10.281	+45,70%
MALMEDY	11.435	4.638	+146,55%
HASSELT	9.987	4.333	+130,48%

Quelle: Google Analytics

NUTZER NACH GERÄT

● 2019
● 2020

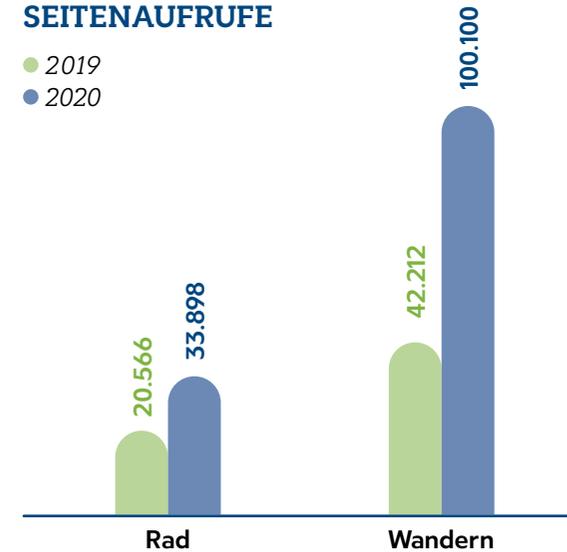


Quelle: Google Analytics

Der **Routenplaner GO Ostbelgien** wurde Anfang August 2020 in die Webseite www.ostbelgien.eu integriert. Bereits in den letzten 4 Monaten des Jahres konnte der in die Webseite integrierte Wanderrouutenplaner das Ergebnis der alten Version (Messzeitraum von 8 Monaten) übertreffen.

SEITENAUFRUFE

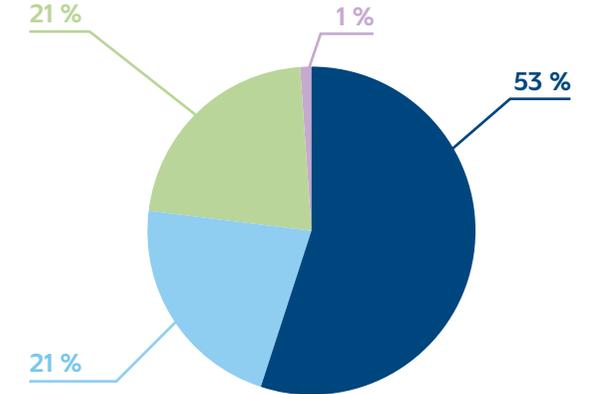
● 2019
● 2020



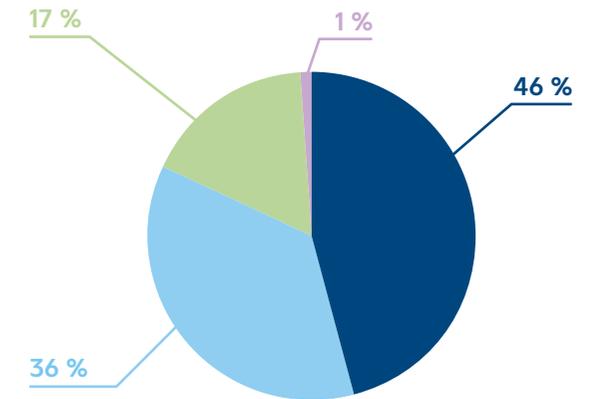
Quelle: Google Analytics

SEITENAUFRUFE nach Sprache:

● DE
● FR
● NL
● EN



Wanderrouutenplaner



Radrouutenplaner

APP GO.OSTBELGIEN³

DOWNLOADS

2019 **11.209**
2020 **26.632**

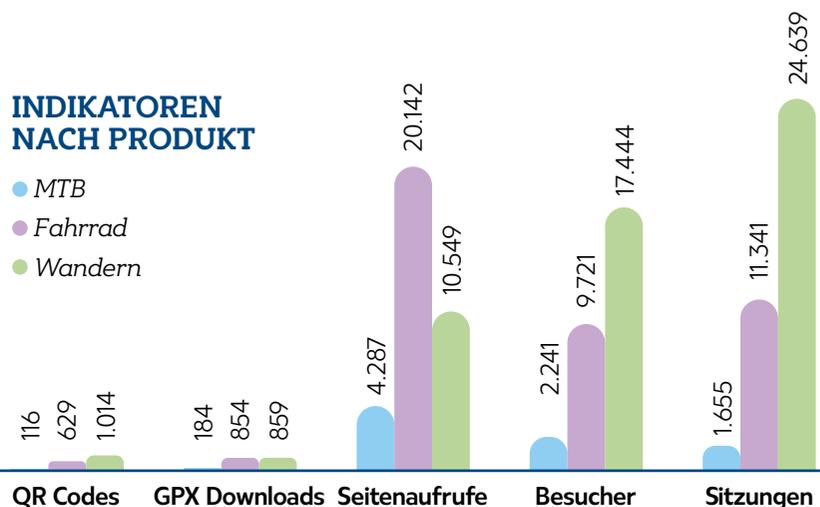
nach Gerät

Apple: **8.544**
Android: **18.088**

Quelle: Nodemapp

INDIKATOREN NACH PRODUKT

- MTB
- Fahrrad
- Wandern

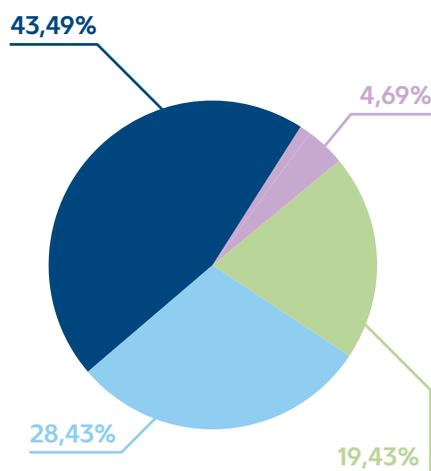


Die viersprachige Webseite www.vennbahn.eu ist das zentrale Marketing- und Kommunikationsinstrument für die Vennbahn. Im Oktober 2019 wurde die von Grund auf überarbeitete Webseite online geschaltet. Die technischen Anpassungen im Back-End haben den täglichen Umgang mit der Webseite merklich erleichtert. Eine erste große Analyse des Nutzerverhaltens wird auf Basis der 2020 gewonnenen Daten durchgeführt und zur erneuten Optimierung der Webseite eingesetzt.



HERKUNFT DER NUTZER:

- Deutschland: (+6%)
- Belgien: (+27%)
- Niederlande: (+12%)
- Andere: (-68,7%)



NUTZER insgesamt:

126.966 (+124,7%)

SITZUNGEN insgesamt:

190.143 (+150%)

Durchschnittliche SITZUNGSDAUER:

3 Min. 48 Sek. (+24%)

ERHÖHTER INFORMATIONSBEDARF

Seit Beginn der sanitären Krise werden Information und Sicherheit mehr denn je großgeschrieben. Gäste wie Leistungsträger möchten fortwährend über die aktuelle Lage aufgeklärt werden. Auf Ebene der Webseite www.ostbelgien.eu wurde eine neue Rubrik **Sicherheit im Urlaub** eingerichtet, auf der die Besucher die wichtigsten Infos zu den Hygienemaßnahmen und die aktuellen Bestimmungen des Nationalen Sicherheitsrates finden können. Zusätzlich versendete die Tourismusagentur Ostbelgien 3 Newsletter in DE/FR/NL zu diesem Thema an seine 20.514 Abonnenten.

Newsletter Abonnenten	2019	2020
DE	7.281	7.470
FR	3.914	4.897
NL	7.199	8.147
TOTAL	18.394	20.514



DER WUNSCH NACH URLAUB BLEIBT...

In Zeiten von Ausgangssperren, Homeoffice und Social Distancing verbringen viele Menschen ihre Zeit im Internet. Die Tourismusagentur Ostbelgien nutzte verstärkt ihre sozialen Medien, um die Gäste für die ‚Zeit danach‘ zu inspirieren. Im Frühjahr wurde der innerbelgische Markt durch kommerzielle Facebook-Kampagnen beworben, wie z.B. *Plan now-go later*. Regelmäßige Posts mit Landschaftsaufnahmen wurden unter dem Motto **Jetzt träumen – später genießen** veröffentlicht.



Facebook Abonnenten (01/2021)	2019	2020	Vergleich zum Vorjahr
DE	8.795	10.850	+23%
FR	10.370	13.180	+27%
NL	5.201	7.797	+50%
TOTAL	24.366	31.827	+30%

³ Zeitraum: 1/3/2020 – 30/11/2020

...UND NACH DEM LOCKDOWN

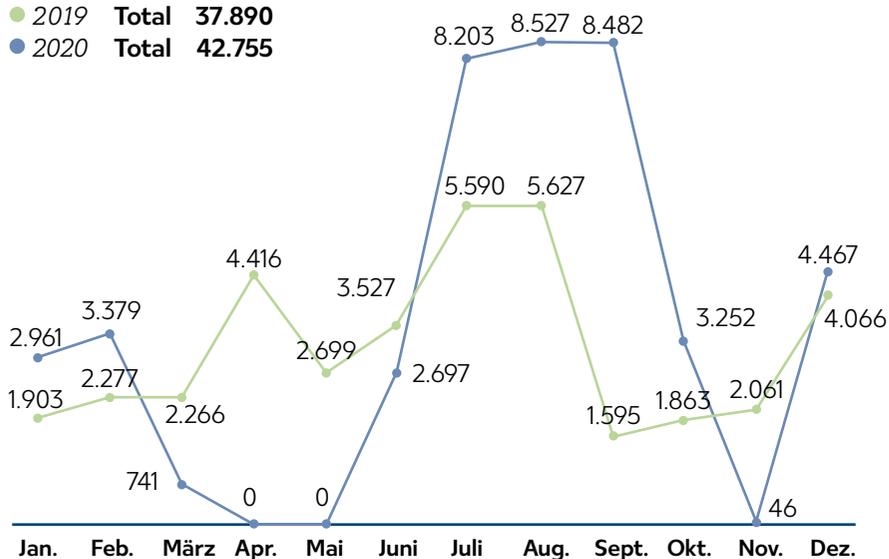
Die Sehnsucht nach Natur und Aktivitäten wie Radfahren und Wandern, war nach wochenlangen strengen Ausgangssperren so groß wie nie zuvor. Hinzu kam, dass Abstandhalten nirgendwo besser funktioniert als in der Natur. Verstärkt durch die begrenzte Auswahl an touristischen Reisedestinationen gewannen Naherholungsziele in ländlichen Gebieten deutlich an Attraktivität. Ostbelgien kamen diese Pluspunkte zugute. Unsere Ferienregion erlebte im Sommer 2020 einen regelrechten Boom an Tages- und Übernachtungstouristen.

Trotz 4-monatiger Schließung registrierte das Haus für Tourismus Hohes Venn-Ostbelgien ein Gästeplus. In den Monaten Juli, August und September wurden 103% mehr Besucher registriert! Insgesamt suchten 42.755 Gäste die Informationsstelle der Tourismusagentur Ostbelgien auf.

Das rege Interesse an Naherholungszielen spiegelte sich auch im Postversand wider: 2020 stieg der Postversand um 75% auf **15.156 Sendungen**.

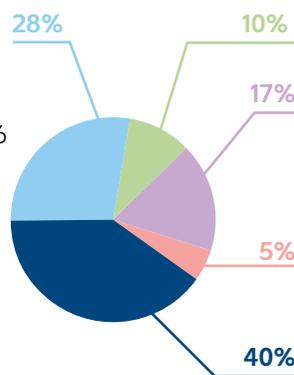
GÄSTE IM HAUS FÜR TOURISMUS HOHES VENN - OSTBELGIEN

2019 Total 37.890
2020 Total 42.755



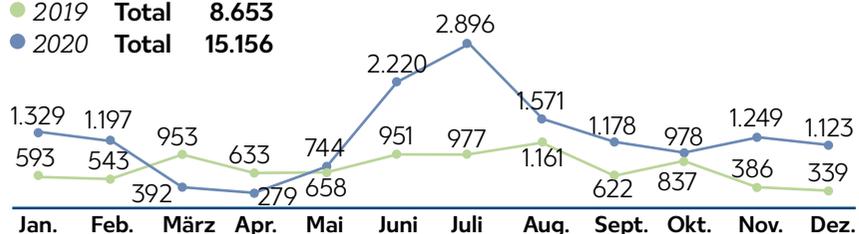
GÄSTE NACH HERKUNFT

Flandern
Wallonie
Brüssel- Hauptstadt
NL - Pays-Bas
Andere



VERSAND

2019 Total 8.653
2020 Total 15.156



Quelle: Tourismusagentur Ostbelgien

PRESSEKONFERENZEN:

10.7.2020 – Saisonstart des Stoneman Arduenna in Worriken

Unter der Anwesenheit von Frau Ministerin Isabelle Weykmans und Roland Stauder, Gründer des Stoneman-Konzeptes, wurde am 10. Juli der Stoneman Arduenna (s. Seite 11) offiziell eröffnet. Im Anschluss an die Pressekonferenz fand für die teilnehmenden Medienvertreter*innen eine Streckenbefahrung auf dem Programm. Insgesamt nahmen 10 Pressevertreter*innen an der Konferenz teil.

31.7.2020 – Einweihung der O-asen und Outdooractive Award in Eynatten

Ende Juli wurden die O-asen (s. Seite 12) im Rahmen einer Pressekonferenz unter Anwesenheit von Frau Ministerin Isabelle Weykmans vorgestellt. In diesem Rahmen nahm die Tourismusagentur Ostbelgien ebenfalls den Outdooractive Award entgegen.



Outdooractive Award, v.l.n.r.: Sandra De Taeye, Direktorin Tourismusagentur Ostbelgien; Isabelle Weykmans, Tourimusministerin der Deutschsprachigen Gemeinschaft; Dirk Weidemann, Outdooractive

Die Tourismusagentur Ostbelgien erhält den „Outdooractive Award“

Die Tourismusagentur Ostbelgien wurde 2020 mit dem „Outdooractive Award“ von Europas größter Outdoor-Plattform ausgezeichnet. Die Feriendestination konnte sich den mit 15.000 Euro dotierten Preis vor den Gästeregionen Trentino in Südtirol und der Schweizer Jungfrauregion sichern.

Auch bei Outdooractive ist das gesteigerte Interesse an Wandertouren in Ostbelgien ab April/Mai 2020 deutlich zu erkennen. Insgesamt wurden die Touren aus Ostbelgien auf dem europaweit führenden Outdoor-Portal **1,16 Millionen** (+92% zum Vorjahr) Mal aufgerufen und 112.535 (+124% - Vorjahr : 50.019) mal heruntergeladen.

Bei den Seitenaufrufen kamen 90,71 % der Nutzer über die API Schnittstelle der Webseite www.ostbelgien.eu auf die Angebote. 7,47 % wurden direkt über das Portal Outdooractive erzielt.

AUFLISTUNG DER BELIEBTESTEN TOUREN IN OSTBELGIEN ÜBER OUTDOORACTIVE

	DOWNLOADS
Genusstour 12 - Die große Vennrunde	7.937
Im wilden Trôs-Marets-Tal	5.706
Genusstour 3 - Der Wasserfall des Bayehon	5.211
Genusstour 4 - Der Canyon des Trôs-Marets	4.167
Genusstour 26 - Vom Wald der Herzöge	2.912
Genusstour 13 - Im Land des Négus	3.391
Genusstour 23 - So nah und doch so fern	3.717
Genusstour 8 - Panorama an der Warche	2.852
Vennbahn-Radweg	2.955
Genusstour 21 - Eine andere Welt	2.107

PRESSEREISEN

2020 organisierte die Tourismusagentur Ostbelgien 3 Pressereisen:

3. – 4.7.2020:

Benno Wauters,
Magazin Pasar zum Thema Stoneman Arduenna

11.7.2020:

Emilie Goffin, Blog & Social Media
Emilie en Wallonie & RTBF zu Ostbelgien

24. – 27.7.2020:

M. Schippers,
Tageszeitung Telegraaf zum Thema Vennbahn

PRESSEMITTEILUNGEN, BERICHTERSTATTUNG UND PRESSEDATENBANK

Insgesamt wurden 30 Pressemitteilungen in den Sprachen DE/FR/NL zu aktuellen Themen wie Ferienbilanzen, neuen Produkten... versendet.

Die Berichte zu Ostbelgien werden im Pressespiegel auf www.ostbelgien.eu veröffentlicht.

28 neue Pressemitglieder registrierten sich bei der Pressedatenbank auf <https://pro.ostbelgien.eu/fr>

Aktion ‚Emilie en Wallonie‘

Postkartenaktion mit einer Influencerin, die während des Lockdowns täglich Postkarten aus verschiedenen touristischen Regionen an Bekannte verschickte und auf Facebook die Story veröffentlichte.

Am 11.7.2021, d.h. nach der Öffnung besuchte Emilie mit Ihren Brieffreunden die Orte, die sie über die Postkartenaktion beworben hatte, und veröffentlichte kleine Videoclips zu ihren Ausflügen auf Ihrem Blog und in den sozialen Medien. Diese Clips wurden vom öffentlich-rechtlichen Sender RTBF realisiert und im Rahmen der Sendereihe ‚Rendez-vous en Wallonie‘ auf ‚Vivre ici‘ ausgestrahlt.



Postkartengruß aus Raeren

WERBUNG

Vor dem Hintergrund der ständig wechselnden Bestimmungen, Grenzschießungen... mussten die Marketingpläne der Tourismusagentur Ostbelgien agil an die neue Situation angepasst und neue Strategien aufgebaut werden.

Dieser Zustand prägte ebenfalls die Messen und öffentlich-wirksamen Veranstaltungen. Ab März kam das Messegeschehen komplett zum Erliegen. Insgesamt wurden sechs geplante Messen annulliert. Unter strengen Hygieneauflagen fand im Spätsommer die TourNatur in Düsseldorf (D) statt, die aus organisatorischer Sicht wichtige Erkenntnisse lieferte, jedoch mit Hinblick auf die Besucherzahlen hinter den gewohnten Erwartungen zurückblieb.

ZIELMARKT BELGIEN

MESSEN:

19.1.2020:

Noord-Limburgse Vakantiebeurs in Hamont-Achel, Verbrauchermesse, 4.000 Besucher, Einzugsgebiet: Belgisch und Niederländisch Limburg.

6. – 9.1.2020:

Salon des Vacances in Brüssel, Verbrauchermesse, 105.000 Besucher, Einzugsgebiet: Belgien.

15. – 16.2.2020:

Fiets- en Wandelbeurs VL in Gent, Fachmesse, 16.600 Besucher, Einzugsgebiet: Flandern.

ANZEIGEN

Escapades en Wallonie: ½-seitiger Präsentationstext zu Ostbelgien mit Fokus auf das Hohe Venn in der Imagebroschüre von Wallonie Belgique Tourisme. Zielmarkt: frankophone Belgier und Franzosen. Veröffentlichung & Auflage: 1 x / Jahr, 450.000 Ex. in 2 Sprachversionen.

Katalogbestellservice von Pasar / Okra / Raak für die Wanderbroschüre Genusstouren und die Radbroschüre Ovelo. Insgesamt wurden die Broschüren 184 Mal versendet.

Pasar: Reisemagazin. Veröffentlichung & Auflage: 10 x / Jahr - 31.000 Ex.

Okra: Veröffentlichung & Auflage: 10 x / Jahr - 157.000 Ex. Zielgruppe: 60+

Raak: Veröffentlichung & Auflage: 10 x / Jahr - 45.000 Ex. Zielgruppe: 45+

Plus Magazine Reisspecial: flämisches Lifestyle Magazin. Sonderausgabe Reisen. Veröffentlichung und Auflage: Monatlich, 137.792 Ex. Zielgruppe: Aktive 50+

Vojomag.com: frz. digitales Magazin. Advertorial und Banner auf Vojo.be zum Stoneman.

Pasar: Flämisches Reisemagazin inkl. Reportagen und Tipps, neue Wanderwege und Radrouten, Camping. Crossmediale Medienkampagne bestehend aus Anzeigen, Banner, Newsletter und Facebookberichten. Die Kampagne zielt auf den flämischen Markt. Die Kooperation erfolgte 2020 zum achten Mal in Folge und zog sich durch das gesamte Jahr. Veröffentlichung & Auflage: 11 x / Jahr - 31.000 Exemplare, wovon 25.000 Abonnenten. Zielmarkt: Flandern.

Grande.be (Webseite): Größtes Reiseportal Flanderns. Online-Kampagne bestehend aus acht Reportagen inkl. Bilderstrecken und Newsletter-Beiträgen, einem Vennbahn-Banner über die gesamte Laufzeit. Zielmarkt: Flandern. Veröffentlichung & Auflage: April, Juni, Juli, August und September – 130.000 views / Monat (Webseite / Newsletter / digitales Magazin).

Op Weg: Trekkingmagazin für flämische Wanderer und Radfahrer. Crossmediale Medienkampagne bestehend aus Anzeigen, Banner, Newsletter und Facebookberichten. Die Kampagne zog sich durch das gesamte Jahr. Die Kooperation erfolgte 2020 zum 8. Mal in Folge. Veröffentlichung & Auflage: 6 x / Jahr - 7.500 Exemplare. Zielmarkt: Flandern.

TV

La Grande Balade - RTL TVI

Die beliebte belgische TV-Reihe mit dem charismatischen Moderator Ludovic Daxhelet widmete der Ferienregion Ostbelgien auch in diesem Jahr wieder eine Sendung. In Zusammenarbeit mit den Kollegen von Wallonie Belgique Tourisme standen diesmal die Hotelvereinigung „Logis de Belgique“ mit dem Bütgenbacher Hof, die regionalen Produkte mit Peak Brasserie und das Hohe Venn mit dem Haus des Naturparks im Fokus. Die Sendung wurde am 3. Septemberwochenende 2020 erstmals ausgestrahlt.

L'été taré de GuiHome – RTBF

Der bekannte belgische Humorist Guy Watte-camps, bekannt unter dem Namen GuiHome, hat in der vergangenen Sommersaison die Vorzüge Belgiens als Ferienregion kennengelernt. Diese hob er dann in Form von lustigen Videoclips hervor, die die Zuschauer dazu animieren sollten, den Urlaub im eigenen Land zu verbringen. Die Clips wurden auf dem öffentlich-rechtlichen Sender RTBF, auf Auvio und auf den sozialen Medien von GuiHome (1,4 Mio. Fans!) ausgestrahlt. Die Tourismusagentur Ostbelgien beteiligte sich mit einem Clip an der Aktion. Im Mittelpunkt standen die Besonderheiten der deutschsprachigen Gemeinschaft, der Vennbahn Radweg, Raeren und die Wesertalsperre.



Aufnahmen zu „La Grande Balade“ - RTL - TVI

Regionale Informationskampagne „Dein Garten“

Vor dem Hintergrund der Covid 19-Krise und den damit verbundenen Reisebeschränkungen entschieden sich zahlreiche Ostbelgier den Urlaub zuhause zu verbringen. Ende Juli 2020 startete die Tourismusagentur Ostbelgien eine regionale Informationskampagne, die Einheimische dazu einlud, das touristische Angebot in Ostbelgien zu nutzen und die eigene Region aufs Neue zu entdecken. Als Informationsträger dienten insgesamt 60.000 Brottüten, die bedruckt mit dem Slogan „Ostbelgien: Dein Garten“ und Informationen zu den Schwerpunktthemen Rad und Wandern in Ostbelgien, gratis an alle regionalen Bäckereien verteilt wurden. Die Aktion erfreute sich großen Zuspruchs bei 32 Bäckereibetrieben, die sich spontan zu einer Teilnahme bereit erklärten.



Brottüte als Informationsträger

Teilnehmende Betriebe:

- Bäckerei Heindrichs, Deidenberg/Amel
- Bäckerei-Konditorei Marquet, Amel
- Bäckerei Lambertz, Büllingen
- Reuländer Backwaren, Burg Reuland
- Bäckerei Lentzen, Burg Reuland
- Hofladen Oudler / Postrelais, Burg Reuland
- Bäckerei Halmes & Filialen, Bütgenbach
- Bäckerei Heinen & Filialen, Bütgenbach
- Bäckerei Leffin, Eupen
- Bäckerei Mattar, Eupen
- Bäckerei Niessen, Eupen
- Bäckerei Ofenfrisch, Eupen
- Konditorei Kelleter, Eupen
- Bräckerei Kremers, Kettenis/Eupen
- Baraque Michel, Jalhay
- Bäckerei Wertz, Kelmis
- Bäckerei Notermans, Neu-Moresnet/Kelmis
- Bäckerei Kessel, Walhorn/Lontzen
- Boulangerie Bayetto, Malmedy
- Boulangerie Close, Malmedy
- Boulangerie du Gonesse, Malmedy
- Boulangerie Gabriel, Malmedy
- Boulangerie Jenchenne, Malmedy
- Boulangerie Willems, Malmedy
- Boulangerie-Pâtisserie Dijan, Malmedy
- Bäckerei-Konditorei Kockartz & Filialen, Raeren
- Bäckerei Schaus, Recht/Sankt Vith
- Fonk's Backwaren AG & Filialen, Sankt Vith
- Boulangerie - Pâtisserie Heindrichs & Filialen, Waimes
- Boulangerie Gerlache, Waimes
- Boulangerie Hennes-Adam, Waimes
- Boulangerie La Gourmandine, Waimes

ZIELMARKT AUSLAND

MESSEN

11. – 12.1.2020:

Fahrrad- und Erlebnisreisen in Stuttgart (D), Fachmesse, 40.000 Besucher, Einzugsgebiet: Baden-Württemberg

17. – 19.1.2020:

Tourissima in Lille (F), Verbrauchermesse, 19.500 Besucher, Einzugsgebiet: Lille, Pas-de-Calais

15. – 16.2.2020: Fahrrad in Essen (D), Fachmesse, 60.000 Besucher, Einzugsgebiet: Nordrhein-Westfalen

28.2. – 1.3.2020:

Fiets- en Wandelbeurs in Utrecht (NL), Fachmesse, 17.500 Besucher, Einzugsgebiet: Randstad Niederlande

4. – 6.9.2020:

TourNatur in Düsseldorf (D), Fachmesse, Einzugsgebiet: Nordrhein-Westfalen

ANZEIGEN

AZ/AN. 360 °: Online-Kampagne zum Thema Wandern nach Knotenpunkten.

Belgienmagazin: Beilage der Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten. Tageszeitung. Zielmarkt: Städteregion Aachen, Kreis Düren, Kreis Heinsberg und in den angrenzenden Regionen in Belgien sowie den Niederlanden. ½-seitige Anzeige zum Thema Genusstouren + ½ Advertorial zur Knotenpunktbeschilderung. Veröffentlichung und Auflage: September, 110.000 Ex.

Eifeljahrbuch 2020: 1-seitige Anzeige zum Thema Genusstouren. Ausgabe des Eifelvereins e.V. Zielmarkt: Mitglieder des Eifelvereins. Ca. 28.000 Mitglieder + Verkauf im Buchhandel

Euregio Freizeit Guide: 1-seitiges Advertorial zum Thema Wanderknotenpunkte. Die besten Ausflugstipps der Euregio Maas-Rhein mit Angeboten aus den Bereichen Kunst, Kultur, Freizeit, Wellness, Sport und Geschichte. Veröffentlichung & Auflage: Juli, 8.000 Ex. Zielmarkt: Städteregion Aachen und Ostbelgien.

Nationalparkführer: 1-seitige PR-Anzeige zum Thema Wanderknotenpunkte und Genusstouren. Veröffentlichung und Auflage: 1 x jährlich, 105.000 Ex. Zielmarkt: Verteilung über touristische Leistungsträger und Partnerstrukturen des Monschauer Landes, der Nordeifel und Rureifel.

Wandermagazin – Europas schönste Wanderwege: Beilage der Herbstausgabe des Wandermagazins. Auflage: ca. 60.000 Ex. Zielmarkt: deutschsprachiges Publikum in Deutschland, Schweiz und Österreich.

Unterwegs – Beilage der Westdeutschen Zeitung. Tageszeitung: Zielmarkt: NRW. 2-seitiges Image Advertorial zur Region. Veröffentlichung & Auflage: März, 101.459 Ex.

Medienkooperationen Best of Wandern

Unter der Marke Best of Wandern (BoW) kooperieren 12 europäische Wanderregionen. Zu den Maßnahmen zählen:

- Umsetzung eines regionalen Testcenters im Haus für Tourismus Hohes Venn – Ostbelgien
- Präsentation im BoW-Magazin (35.000 Exemplare)
- Präsentation auf der Best of Wandern-Webseite mit eigener Unterseite, Touren-tipps, Aktuelles aus der Region und Bildergalerie
- Präsentation im BoW-Alpregio
- Nutzung der Fotos aus dem BoW-Fotoshooting für eigene Publikationen
- Redaktionelle Veröffentlichungen, bei der nur eine Region im Fokus steht
- Einbindung auf allen Roll-ups in den Testcentern der Regionen durch Übersichtskarte
- Möglichkeit der Auslage eigener Printprodukte in den Testcentern der anderen Regionen
- Einbindung auf der Messe TourNatur in Düsseldorf im September 2020
- Adventskalenderspiel
- Stempelpass-Aktion für Wanderer mit Gewinnerpiel (ab 3 besuchte Regionen)

Fiets: Reportage und ½-seitige Anzeige zu Stoneman in der Februar Ausgabe 2020. Zielmarkt: Niederlande. Auflage und Veröffentlichung: 30.921 Ex., erscheint 2xjährlich.

Velozine.nl: digitale Reportage zu Stoneman Arduenna auf der Webseite. +/-10.600 Klicks. Zielgruppe: Mountainbiker.

Te Voet: 1/5-seitiges Advertorial/Anzeige zum Thema Wanderknotenpunkte. Zielmarkt: Niederlande.

VERÖFFENTLICHUNGEN

Die Tourismusagentur Ostbelgien aktualisiert in regelmäßigen Abständen ihre Veröffentlichungen. Alle Printausgaben werden auf Anfrage und über den Webshop versendet sowie über die touristischen Informationsstellen, Partnerbetriebe sowie anlässlich Messen und öffentlich wirksamen Veranstaltungen verteilt.



Neues Konzept und Grafik für Kids on Tour

Zehn neue Touren wurden nach dem *Edutainment*-Konzept ausgearbeitet. Edutainment steht für Education und Entertainment und soll die Kinder zum Mitmachen motivieren. Tourenverläufe sind kindgerecht auf Schatzkarten aufgezeichnet. Damit die Kinder in die Wegplanung einbezogen werden und selbstständig den Weg erkennen können, befinden sich Fotos mit einer Pfeilrichtung auf den Karten. Zusätzlich sorgen lustige Spielvorschläge und knifflige Quizfragen dafür, dass unterwegs garantiert keine Langeweile aufkommt – der Spaß beim Wandern ist garantiert.

- de
- fr
- nl

Auflage 2020: 17.500 Ex



Ferienkatalog 2020

Unterkünfte, Ausflugsziele & Großevents. Mit integrierter Straßenkarte von Ostbelgien.

- de-engl
- fr-nl



GO Natur - Das Hohes Venn

Mit integrierter Karte. Alles Wissenswerte zum Naturreservat, Infos zu Wanderwegen, geführten Wanderungen, Freizeitangeboten im Hohen Venn.

- de
- fr
- nl



Ostbelgien Touren

Drei Routen, drei Themen, ein Reiseziel. Reizvolle Landschaften. Geheimnisvolles um Kirchen und Kapellen. Malerische Burgen und Herrenhäuser.

- de
- fr
- nl

Genusstouren Am Wasser entlang, im Wald und Panoramen

25 Wandertouren in Ostbelgien. Halb- und Ganztageswandervorschläge mit Karte, Profil, Wegbeschreibung. In der neuen Ausgabe sind die Genusstouren größtenteils auf dem Wanderknotenpunktsystem aufgebaut.

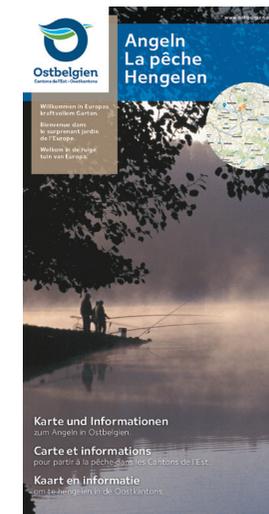
- de
- fr
- nl



Ovelo - Radfahren im Knoten- punktsystem-Ostbelgien

11 Tourenvorschläge zwischen 31 und 48 km Länge mit Karte, Beschreibung und praktischen Informationen.

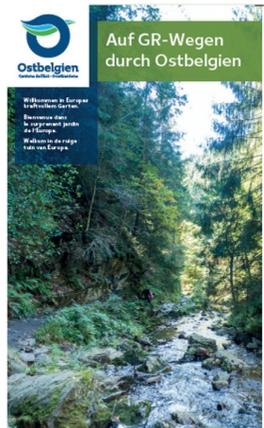
- de
- fr
- nl



Faltprospekt Angeln

Alles Wissenswerte zum Thema Angeln: Angelreviere, Angelscheine, Angelzeiten, ... Die Angelreviere sind auf einer Karte geografisch verortet.

- de-fr-nl



Auf GR-Wegen durch Ostbelgien

Pauschalangebote - Faltkarte *Wandern ohne Gepäck*. Karte mit GR-Wegenetz.

- de
- fr
- nl



Vennbahn Flyer

Grenzenloses Vergnügen auf einem der längsten Bahntrassenradwege Europas. Natur, Grenzlandflair und Vennbahngeschichten begleiten die Tour.

- de-engl
- fr-nl



Wintersportkarte

Alle Wintersportzentren auf einen Blick. Die Wintersportgebiete sind auf einer Karte geografisch verortet.

- de-fr-nl



Malmedy - ein geschichtlicher Rundgang

Geschichtlicher und kultureller Reichtum der Stadt als Rundgang vorgestellt.

- de
- fr
- nl
- engl

KOMPETENZANEIGNUNG

ERSTELLUNG EINER CONTENTSTRATEGIE

Zur Entwicklung einer digitalen Copy- und Contentstrategie sowie zur Überarbeitung der Brandstory Ostbelgien gab die Tourismusagentur Ostbelgien eine strategische und konzeptionelle Beratung in Auftrag. Im Rahmen dieses Auftrages fanden 2 Workshops statt. Neben den Mitarbeiter*innen der Tourismusagentur Ostbelgien nahmen auch sechs externe Personen (Partnerbetriebe der TAO) daran teil.

In erster Instanz wurde in Zusammenarbeit mit den touristischen Akteuren ein Leitfaden zur Entwicklung vieler Geschichten, die alle auf ein Narrativ abzielen.

Dabei sollten möglichst viele Eindrücke, Emotionen und Informationen gesammelt werden, um das Narrativ zu fixieren und so zu beschreiben, dass eine *Copy Strategy*⁴ daraus entwickelt werden kann.

In 2. Instanz lernten die Mitarbeiter*innen der Tourismusagentur Ostbelgien, wie das Werkzeug *Content Strategy*⁵ konkret für eine Kampagne für den belgischen Ferienmarkt angewendet werden kann und wie eine *Copy Strategy* zu verstehen ist.



Teilnehmer*innen am Workshop *Brand Space* am 6.2.2021

ADFC QUALITÄTSRADROUTEN

In diesem Rahmen nahm ein Mitarbeiter der Tourismusagentur Ostbelgien an einer Auffrischungsschulung teil.

VENNBahn-KOORDINATIONSTELLE

Die Erfahrungen der vergangenen Jahre haben gezeigt, dass eine Schnittstelle zwischen dem Tourismussektor, den Gemeinden sowie den Streckenbetreibern unabdingbar für die Abwicklung und Abstimmung administrativer und operativer Vorgänge auf und im Umfeld der Vennbahn ist.

Daher wurde im Sommer 2018 grenzübergreifend zwischen Deutschland, Belgien und Luxemburg die Einrichtung einer transnationalen Vennbahn-Koordinationsstelle beschlossen.

Diese soll langfristig die **Vermarktung und Steuerung aller wichtigen Prozesse** rund um die Vennbahn gewährleisten, um auch zukünftig höchsten Qualitätsansprüchen gerecht zu werden und eine stetige Weiterentwicklung des Produktes im Sinne des positiven Gästelerlebnis zu garantieren.

Die Koordinationsstelle ist seit 2019 aktiv. Konkret handelt es sich um eine Halbtagesstelle, die nach einem gemeinsam festgelegten Verteilerschlüssel von allen drei Partnerländern finanziert wird und in den Räumlichkeiten der Tourismusagentur Ostbelgien in Sankt Vith angesiedelt ist.

Über die Saison 2020 verteilt wurde die Strecke in mehreren Etappen nach ADFC-Standards unter die Lupe genommen und insbesondere im Hinblick auf ihre komfortable Befahrbarkeit, mögliche Gefahrenstellen und infrastrukturelle Mängel geprüft.

2020 wurden über die Info-Adresse vennbahn@ostbelgien.eu insgesamt 256 Anfragen bearbeitet, wovon 54% aus Deutschland, 20% aus Flandern und 11% aus den Niederlanden stammten. Die restlichen 15% verteilen sich auf die übrigen Nationen.

Im B2B-Bereich sind regelmäßig Anfragen von Reiseveranstaltern, Verlagen, Presseorganen, öffentlichen Einrichtungen und anderen europäischen Projekten zu bearbeiten. In diesem Rahmen findet auch ein regelmäßiger Wissenstransfer zwischen vergleichbaren Projekten oder anderen touristischen Institutionen statt. Auch der Aufbau und die Pflege von Netzwerken zur Festigung und Weiterentwicklung der Marke und des Produkts sowie weitere Kompetenzaneignung fallen in diesen Bereich. Im Jahr 2020 wurden durch die Koordinationsstelle insgesamt 38 professionelle Anfragen bearbeitet.

⁴ Die Copy Strategy dient im Marketing als Basis für die strategische Planung einer Werbekampagne. Sie wird schriftlich festgehalten und setzt sich mit den grundlegenden visuellen und verbalen Eigenschaften der Werbebotschaft auseinander. Die Copy Strategie ist ein wichtiger Bestandteil jedes Marketingkonzeptes.

⁵ Strategische Planung, Erstellung und Verbreitung von Inhalten, die aufeinander abgestimmt sind. Die Strategie legt fest, welche Inhalte erstellt, wann sie veröffentlicht und wie diese gesteuert werden.

VOG TOURISMUSAGENTUR OSTBELGIEN

Die VoG Tourismusagentur Ostbelgien wurde am 7. November 2018 mit dem Ziel, den Auftrag der Stiftung und somit die Tourismusförderung für Ostbelgien fortzusetzen, gegründet. Sie verwaltet ebenfalls das Haus für Tourismus Hohes Venn – Ostbelgien.

VERWALTUNGSRATSMITGLIEDER:

- Thorsten **MARAITE**, Präsident
- Max **MUNNIX**,
Vertreter der Regierung der Deutschsprachigen Gemeinschaft
- Katrin **JADIN**,
abgelöst im November 2020 von
Joachim **VAN WEERSTH** als Vertreter der Nordgemeinden
- André-Hubert **DENIS**,
Vertreter der Gemeinden Malmedy und Waimes
- Stephan **WIESEMES**,
Vertreter der Südgemeinden

DIREKTION:

- Sandra **DE TAEYE**

Der Verwaltungsrat tagte am 17.01., 13.03., 10.04., 08.05., 12.06., 26.06., 04.09., 09.10., 13.11., 01.12., 12.12., 21.12. (per Rundschreiben). Zu den Sitzungen im Januar und März sowie am 12.12. wurden ebenfalls die beratenden Tourismusschöffen der Mitgliedsgemeinden eingeladen.

MITGLIEDERVERSAMMLUNG

Ende 2020 zählt der VoG Tourismusagentur Ostbelgien 181 Mitglieder.

Die gewöhnliche und außergewöhnliche Generalversammlung hat in Anwendung des Königlichen Erlasses n°4 vom 9. April 2020 zur Bekämpfung der Pandemie Covid-19 am 29.6.2020 in Form einer Videokonferenz stattgefunden.

EFFEKTIVE MITGLIEDER

Gründungsmitglieder

- Regierung der Deutschsprachigen Gemeinschaft
- Dachverband des VV Raeren
- Dachverband für Tourismus der Gemeinde Burg-Reuland VoG
- Dachverband für Tourismus der Gemeinde Bütgenbach VoG
- Dachverband für Tourismus und Kultur der Gemeinde Amel VoG
- Rat für Stadtmarketing VoG Eupen
- Tourismusdachverband Sankt Vith VoG
- Gemeinde Weismes
- Gemeinde Amel
- Gemeinde Büllingen
- Gemeinde Burg-Reuland
- Gemeinde Bütgenbach
- Gemeinde Eupen
- Gemeinde Kelmis
- Gemeinde Lontzen
- Gemeinde Raeren
- Gemeinde Sankt Vith
- Stadt Malmedy

Hotels

- Hotel Amel Mitte, Amel
- Hotel Müller, Amel/Heppenbach
- Haus Tiefenbach, Büllingen
- Holzheimer Hütte, Büllingen/Holzheim
- Hotel Drosson, Büllingen/Wirtzfeld
- Hotel Eifeler Hof, Büllingen/Manderfeld
- Hotel Schröder, Büllingen/Losheimergraben
- Hotel International, Büllingen
- Paulis Bistro + Hotel, Büllingen/Weckerath
- Hotel Burg Hof, Burg-Reuland
- Hotel Dreiländerblick, Burg-Reuland/Ouren
- Hotel Paquet, Burg-Reuland/Lascheid
- Hotel - Restaurant Zur Alten Mühle, Burg-Reuland/Lützkampen
- Hotel Rittersprung, Burg-Reuland/Ouren
- Hotel Val de l'Our, Burg Reuland
- Hotel Ulftaler Schenke, Burg-Reuland
- Hotel du Lac, Bütgenbach
- Hotel Au Printemps, Bütgenbach/Nidrum
- Hotel Bütgenbacher Hof AG, Bütgenbach
- Hotel Eifelland, Bütgenbach
- Hotel Lindenhof, Bütgenbach/Weywertz
- Hotel Vier Jahreszeiten, Bütgenbach/Nidrum
- Sporthotel Worriken, Bütgenbach/Berg
- Ambassador Hotel, Eupen
- Hotel Sleepwood, Eupen
- Park Hotel, Kelmis
- Daft Hotel, Malmedy/Géromont
- Hotel du Moulin, Malmedy/Ligneuville
- Hotel Albert ler, Malmedy
- My Hotel, Malmedy
- Val d'Arumont, Malmedy/Arumont

- L'Esprit Sain, Malmedy
- Hotel Eifeler Hof, Raeren
- Hotel Restaurant Tychon AG, Raeren
- Hotel-Restaurant Zum Onkel Jonathan, Raeren/Eynatten
- Ibis budget Aachen Raeren Grenze, Eynatten
- Hotel Alte Schmiede, Sankt Vith/Schönberg
- Hotel Am Steineweiher, Sankt Vith
- Hotel Pip-Margraff, Sankt Vith
- Hotel Zum Buchenberg, Sankt Vith/Rodt
- Hotel Zum Burghof, Sankt Vith/Schönberg
- Hotel Zur Post, Sankt Vith
- Au Cheval Blanc, Waimes
- Hotel La Chaumière du Lac, Waimes/Ovifat
- Apart-Hotel Dry les Courtis, Waimes/Robertville
- Hotel Le Cyrano, Waimes
- Hotel Hotleu, Waimes
- Hotel des Bains, Waimes/Robertville

Herbergen

- Gîte Kaleo d'Eupen, Eupen
- Gîte Kaleo Haus Stockem, Eupen
- Auberge de Jeunesse Hautes Fagnes, Malmedy
- Gîte Kaleo des Hautes Fagnes, Waimes/Hautes Fagnes
- Eifel-Ardennen Jugendherberge, Sankt Vith

Gästezimmer

- De Eifelhoeve, Amel/Herresbach
- B&B Silberhütte, Büllingen/Hünningen
- B&B The Place2Beer, Büllingen/Rocherath
- Hof Kriemisch, Büllingen/Lanzerath
- Pension Haus Hadch, Eupen
- La Ferme du Père Eugène, Malmedy/Xhoffraix
- B&B Landhauszimmer, Raeren
- Gut Stangs, Raeren/Eynatten
- Berliner Hof Boarding House, Sankt Vith
- Gästezimmer Fickers, Sankt Vith
- Gut Eidt AG, Sankt Vith/Wallerode
- Vegder Kulinarium V.K. B&B, Sankt Vith
- B&B La Petite Roer, Waimes/Sourbrodt
- B&B Maison Ruthier, Waimes/Faymonville
- La Nuit d'Or, Waimes/Thirimont
- La Romance du Lac, Waimes/Ovifat

Feriedörfer

- Camping - Chalets Waldesruh, Amel/Kaiserbaracke
- Sport- u. Touristikzentrum Worriken
- Val d'Arumont

Ferienwohnungen

- Altes Backhaus, Amel/Montenau
- Am Biert, Amel/Schoppen
- Ferienhaus Schaus, Amel
- HansHaus, Amel/Heppenbach
- Landidylle Krimmels, Amel/Möderscheid
- Zur Alten Linde, Amel/Deidenberg
- Ferienhaus Haep - Eifelblick, Büllingen/Merlscheid
- Ferienhaus Mühlenberg, Büllingen/Manderfald
- Schmidt Cottage, Büllingen/Wirtzfeld
- Snowviewlodge, Büllingen/Medendorf
- Vakantiewoning-pype, Büllingen/Hünningen
- Ferienhaus Marx, Burg-Reuland/Dürler
- Fleur de Lys, Burg-Reuland/Dürler
- Haus Engel, Burg-Reuland/Steffeshausen
- Souvenirs d'Ouren, Burg-Reuland/Ouren
- Haus Arnika, Bütgenbach
- Beverly Weekend, Bütgenbach
- Villa Curiosa, Bütgenbach
- Cottage 33 Eupen, Eupen
- Ferienwohnung „Sweet Home“, Eupen
- Aux Rêves de la Honien, Lontzen/Herbesthal
- Hof Luterberg - Am Bach, Lontzen/
- A l'Orée du Waud, Malmedy/Ligneuville
- Fleur des Bois, Malmedy/Ligneuville
- Gîte Marialf, Malmedy/Xhoffraix
- La Linaigrette, Malmedy/Longfaye
- Casa Maria, Sankt Vith
- Dojo-Haus, Sankt Vith/Recht
- Ferienhaus Hüwels-Kessler, Sankt Vith/Schönberg
- Ferienwohnung Müllers, Sankt Vith/Schlierbach
- Zum Burgknopf, Sankt Vith/Lommersweiler
- Curtis Amblava, Waimes/Ondenal
- Résidence d'Ol Vich périr, Waimes/Thirimont
- La Cache, Waimes/Ovifat
- Lodge du Lac, Waimes/Robertville
- Röd Hus, Waimes/Sourbrodt
- Ferme du Père Louis, Waimes/Thirimont
- Lodge du Lac, Waimes

Campings

- Camping Oos Heem, Amel/Deidenberg
- Camping Hohenbusch, Burg Reuland/Grüfflingen
- Grotte des Nains, Malmedy/Bévercé
- Camping Wiesenbach, Sankt Vith/Wiesenbach
- Camping Anderegg, Waimes/Bruyères

Ausflugsziele

- Actionzone, Amel/Deidenberg
- Montenauer Schinkenräucherei, Amel/Montenau
- Brauerei Eifel Domaine Berterath, Büllingen/Berterath
- Krippana GmbH, Büllingen/Hergersberg
- Outdoor Activity Astrid Vliegen, Büllingen
- Burgruine von Reuland, Burg-Reuland
- East Belgium Karting Center, Burg-Reuland/Grüfflingen
- Herba Sana, Bütgenbach/Elsenborn
- Railbike Hautes Fagnes, Bütgenbach/Leykaul
- Stadtmuseum Eupen, Eupen
- Karting Eupen, Eupen
- Besucherzentrum Wesertalsperre, Eupen
- IKOB - Museum für Zeitgenössische Kunst, Eupen
- Museum Vieille Montagne, Kelmis
- Bowling 362, Malmedy
- Brasserie de Bellevaux, Malmedy/Bellevaux
- Sniperzone, Malmedy/Chôdes
- Baugnez 44 - Historical Center, Malmedy/Baugnez
- Escape Challenge Malmedy, Malmedy
- Le Malmundarium asbl, Malmedy
- X-Run, bureau de guides, Malmedy
- Töpfereimuseum Raeren VoG, Raeren
- Geschichtsmuseum „Zwischen Venn und Schneifel“ VoG, Sankt Vith
- Best E-Bike Adventure, Sankt Vith/Recht
- Schieferstollen Recht VoG, Sankt Vith/Recht
- Freizeitzentrum Tomberg, Sankt Vith/Rodt
- Ardenne Activity sprl, Waimes/Ovifat
- Belgium Peak Beer SA, Waimes/Sourbrodt
- Château de Reinhardstein asbl, Waimes/Ovifat
- Maison du Parc - Botrange, Waimes
- Eastern Valley Activities, Waimes/Thirimont
- Lac de Robertville, Waimes/Robertville

BERATENDE MITGLIEDER

- Fremdenverkehrsverband der Provinz Lüttich
- Vertreter der Regierung der Wallonischen Region (noch zu bezeichnen)
- Verkehrsverein Hauset
- VV Eynatten VoG
- Interessengemeinschaft Bütgenbach-Berg
- Office du Tourisme „le Pays des Hautes Fagnes Waimes“
- RSI Malmedy
- RSI Robertville
- Verkehrs- und Verschönerungsverein Meyero-de-Herresbach-Medell VoG
- Verkehrsverein Born
- Verkehrsverein Elsenborn-Nidrum VoG
- Verkehrsverein Ourquelle VoG
- Verkehrsverein Reuland-Ouren
- Verkehrsverein Schönberg
- Verkehrsverein VVE
- Verkehrsverein Walhorn
- Verkehrsverein Kelmis VoG
- VoG „Wald und Tal“
- Verkehrsverein Herbesthal
- Verkehrsverein Lontzen
- Verkehrsverein Raeren
- Werbe- und Kulturausschuss Amel-Eibertingen-Valender
- Werbeverein Wirtzfeld VoG

VOG TOURISMUSAGENTUR OSTBELGIEN

REGIONALE KOOPERATIONEN

Naturpark Hohes Venn – Eifel
Wirtschaftsförderungsgesellschaft
DG Gemeinschaftszentren
LAG Zwischen Weser und Göhl
LAG 100 Dörfer – 1 Zukunft
Flussvertrag Amel
Flussvertrag Weser

NATIONALE KOOPERATIONEN

Fremdenverkehrsverband der Provinz Lüttich
Wallonie Bruxelles Tourisme
Logis de Belgique

INTERNATIONALE KOOPERATIONEN

EWIV Eifel-Ardennen Marketing
European Greenways Association
Vennbahnkoordinationsstelle (s. Seite 29)

Standortmarke Ostbelgien

Zur Stärkung der regionalen Identität und des Bekanntheitsgrades des Wirtschaftsstandortes hat die Regierung der Deutschsprachigen Gemeinschaft die touristische Markenbildung auf eine Gemeinschaftskollektivmarke Ostbelgien ausgeweitet. Die Standortmarke Ostbelgien ist also aus dem touristischen Markenbild der Tourismusagentur Ostbelgien entstanden. Die touristische Deklaration der Marke wird durch die Tourismusagentur Ostbelgien verwaltet. Um die Kohärenz in der Markennutzung sicherzustellen, nimmt die Tourismusagentur Ostbelgien am Markenausschuss teil.

HAUS FÜR TOURISMUS HOHES VENN – OSTBELGIEN

REGIONALE KOOPERATIONEN

Malmundarium

NATIONALE KOOPERATIONEN

Fremdenverkehrsverband der Provinz Lüttich
Wallonie Bruxelles Tourisme

DIREKTION

Sandra **DE TAEYE**
sandra.detaeye@ostbelgien.eu

ABTEILUNG PRODUKTE

Dany **HECK**
stellvertretender Direktor, Abteilungsleiter
dany.heck@ostbelgien.eu

Christoph **HENDRICH**
christoph.hendrich@ostbelgien.eu

Caroline **MASSOTTE**
caroline.massotte@ostbelgien.eu

Andrea **MICHAELIS**
andrea.michaelis@ostbelgien.eu

ABTEILUNG ALLGEMEINE DIENSTE

Christiane **SCHLECK**
Abteilungsleiterin
christiane.schleck@ostbelgien.eu

Helen **HOFFMANN**
helen.hoffmann@ostbelgien.eu

René **HANSEN**
rene.hansen@ostbelgien.eu

ABTEILUNG MARKETING & KOMMUNIKATION

Claudine **LEGROS**
Abteilungsleiterin
claudine.legros@ostbelgien.eu

Jef **SCHUWER**
jef.schuwer@ostbelgien.eu

Jörg **WEISHAAPT**
hat die Tourismusagentur Ostbelgien im April 2021 verlassen

HAUS FÜR TOURISMUS HOHES VENN – OSTBELGIEN, MALMEDY

Kevin **BODARWÉ**
kevin.bodarwe@ostbelgien.eu

Alexandra **SCHANK**
alexandra.schank@ostbelgien.eu



v.l.n.r.: Christiane Schleck, René Hansen, Caroline Massotte, Jörg Weishaupt, Alexandra Schank, Andrea Michaelis, Helen Hoffmann, Kevin Bodarwe, Sandra De Taeye, Dany Heck, Christoph Hendrich, Jef Schuwer, Claudine Legros



Ostbelgien

Cantons de l'Est · Oostkantons

Verantwortlicher Herausgeber

Tourismusagentur Ostbelgien VoG

Sandra De Taeye

Direktorin

Hauptstraße 54 – 4780 Sankt Vith

+32 80 22 76 64 – info@ostbelgien.eu

www.ostbelgien.eu

Koordination & Redaktion:

Claudine Legros

Fotos:

Tourismusagentur Ostbelgien |

Cover: Markus Balkow |

S. 7, S. 35: Kamera Team

Design:

JCW Communication

Druck:

Druckerei Pavonet, 06/2021

www.ostbelgien.eu