Jahresbericht der Tourist-Information 2012

Impressum:

Herausgeber:	Stadthallen / Tourist-Information
Adresse:	Domplatz 8, 35578 Wetzlar
Erstellt von:	Regina Maiworm unter Mitarbeit von Elena Erbes, Annegret Langer, Karina Richter, Alyssa Wahl, Tina Weber, Anja Zarge
Kontakt:	Telefon: 06441 99-7755, E-Mail: tourist-info@wetzlar.de
Homepage:	www.wetzlar-tourismus.de
Daten:	Eigene Erhebungen der Tourist-Information
Bilder:	Tourist-Information Wetzlar

Jahresbericht der Tourist-Information 2012

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung

2. Marketingmaßnahmen

2.1. Werbematerialien

2.2. Presse- und Medienarbeit

2.2.1. Pressemitteilungen

2.2.2. Pressegespräche

2.2.3. Film- und Fernsehproduktionen

2.2.4. Anfragen und Bildmaterial

2.3. Redaktionelle Darstellungen und Anzeigenwerbung

2.4. Tourismusmessen und Präsentationen bei Veranstaltungen

2.5. Aktivitäten der Tourist-Information auf dem Hessentag

3. Entwicklung der Tourismusnachfrage

3.1. Besucher in der Tourist-Information

3.1.1.Sonntagsöffnung der Tourist-Information

3.2. Prospektanfragen

3.3. Stadtführungen

3.3.1. Erlebnis STATT Führungen

3.4. Pauschalangebote

3.5. Verkauf von Merchandisingprodukten

4. Touristische Infrastrukturplanung

5. Vertretung in Gremien, Verbänden, Arbeitskreisen

6. Personal und Organisation

6.1. Service und Beratung

6.2. Personal

6.3. Projekte

1. Einleitung

Der Jahresbericht der Tourist-Information baut auf dem Statusbericht Tourismus aus dem Jahr 2012 auf, der schwerpunktmäßig die Entwicklung des Tourismus bis zum Jahr 2011 sowie die Gesamtsituation des Tourismus in der Stadt dargestellt hat.

Im nun folgenden Jahresbericht werden die Aktivitäten der Tourist-Information in der jährlichen Rückschau dargelegt.

Tourismusmarketing lebt von den Aktivitäten und Entwicklungen in der Stadt. Deshalb werden von Seiten der Tourist-Information jährlich Marketingschwerpunkte definiert. Auf diese ausgesuchten Themen konzentrieren sich sowohl die Angebote (Pauschalangebote, Stadtführungsangebote) als auch die aktuellen Marketingmaßnahmen. Neben diesen Schwerpunkten gibt es die Basisthemen, welche konstant bei den Marketingaktivitäten berücksichtig werden. Diese kommen im Slogan „Goethe und Optikstadt“ und im Logo (Dom mit Alter Lahnbrücke) zum Ausdruck. Dabei steht „Goethestadt“ für Tradition und für Kultur, der Begriff „Optikstadt“ steht für die modernen Entwicklungen, aber auch für die Industriegeschichte und das Thema „Leica und die Erfindung der Kleinbildkamera“.

Die Themenschwerpunkte im Jahr 2012 waren der Hessentag und die Eröffnung der Sammlung Lemmers-Danforth. Weil die Marketingmaßnahmen zum Hessentag im Bereich der Hessentagskoordinatoren angesiedelt waren, lag der Schwerpunkt für die Tourist-Information in der Vorbereitung der touristischen Angebote (Stadtführungen, Walking Acts, Erlebnistheater in den Museumshöfen), der Vorbereitung der Aktionsfläche Tourismus „Lahntal aktiv“ sowie auf der Vorbereitung und Durchführung der Informationsstände sowie der Zimmervermittlung. (s. Kapitel 2.5.)

Außer dem Hessentag gab es mit der Neueröffnung der Sammlung Lemmers-Danforth im Palais Papius ein zweites wichtiges Ereignis für den Wetzlartourismus. Hier war die Tourist-Information mit der Vorbereitung und Durchführung der öffentlichen Führungen in der Sammlung und mit der entsprechenden Pressebegleitung für diese Angebote gefordert. Außerdem war die Sammlung das wichtigste Thema in der Anzeigenwerbung der Tourist-Information. Die Eröffnung war Aufmacher z. B. in der „DB mobil“ und im „Zeitmagazin“ (s. Kapitel 2.3.).

In der zweiten Jahreshälfte wurden die Grundsteine für die Angebote und die Marketingaktivitäten im Jahr 2013 gelegt. Erarbeitet wurde das Konzept für die Erlebnis STATT Führung „Nachtgestalten – Theater in den Museumshöfen“, die auf einem ähnlichen Angebot während des Hessentages aufbaut. Darüber hinaus folgten Plan und Konzept für eine Kostümführung anlässlich des 100. Todestages von August Bebel.

Diesen Eckpunkten folgend werden zuerst die Marketingmaßnahmen dargestellt und im zweiten Teil die Kundennachfrage. Der dritte Teil des Tätigkeitsberichtes widmet sich dann den Rahmenbedingungen wie z. B. Kooperationen und Infrastrukturplanung sowie dem Komplex Personal und Organisation.

2. Marketingmaßnahmen

2.1. Werbematerialien

Für den Hessentag wurde die Prospektpalette erweitert, um spezielle Zielgruppen auf der Großveranstaltung anzusprechen. Bereits im Jahr 2011 wurde ein Flyer „Wetzlar für Kids“ neu erstellt. Eine Kurzübersicht zu drei Wetzlar Museen mit den wichtigsten Informationen (Öffnungszeiten, Eintrittspreise) folgten. Anzumerken ist, dass der Prospekt „Viseum Wetzlar“ vom Verein Viseum Wetzlar e.V. im gleichen Erscheinungsbild wie die Prospekte der Tourist-Information herausgegeben wird und sich daher gut in die Prospektpalette einfügt.

Abbildung 1: Informationen und Gastgeber

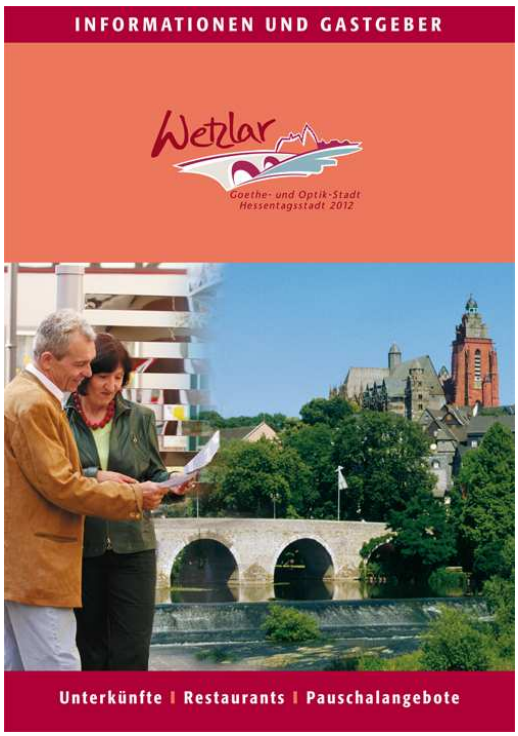
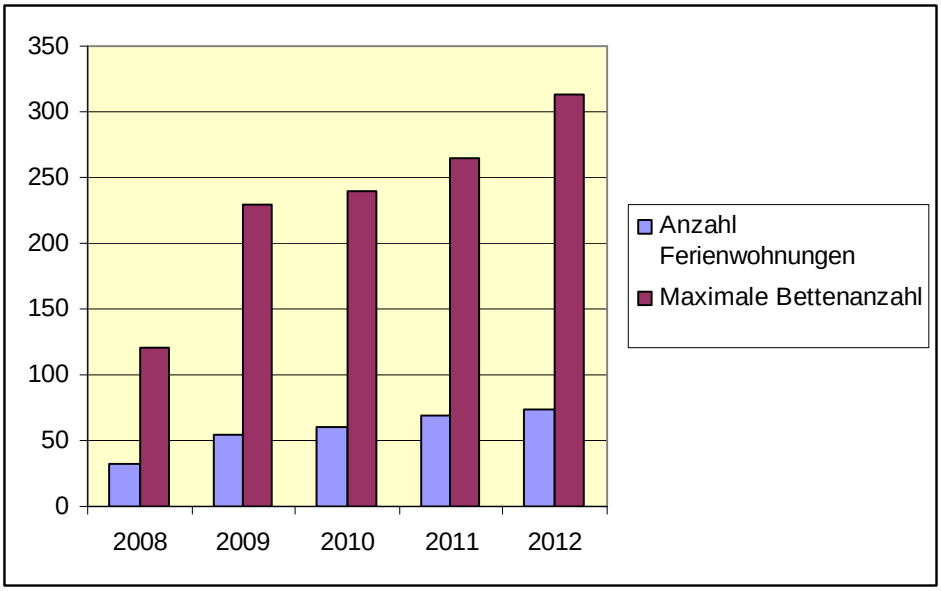


Abbildung 2: Entwicklung der Einträge von Ferienwohnungen im Gastgeberverzeichnis



Neben den 74 Ferienwohnungen sind im Gastgeberverzeichnis im Jahr 2012 verzeichnet:

- 20 Betriebe im Bereich Hotels, Pensionen, Gasthöfe
- Jugendherberge, Sport- und Bildungsstätte der Hessischen Sportjugend
- 2 Campingplätze
- Wohnmobilstellplatz
- 61 Gaststätten

Von den Betrieben haben 28 einen kostenpflichtigen Zusatzeintrag geschaltet.

Abbildung 3: Prospekte der Tourist-Information Wetzlar 2012

Die Prospekte werden ausgegeben

- als Werbematerial auf Tourismusmessen
- bei telefonischer oder schriftlicher Anfrage
- an Wetzlarbesucher vor Ort z. B. in der Tourist-Information oder im Informationsbereich der Stadt im Forum (im Gimmler Reisebüro)
- bei Leistungsträgern in der Stadt (Hotels)

Neben den eigenen Informationsmaterialien werden in der Tourist-Information auch vielfältige Prospekte von weiteren Anbietern aus der Stadt z. B. Wetzlarer Festspiele, Kulturamt und aus der Region bereit gestellt.

Wetzlar ist nicht nur mit eigenen Prospekten am Tourismusmarkt vertreten. Besonders wichtig ist die Darstellung in Prospekten des Lahntal Tourismus Verbandes oder in Prospekten der Deutschen Fachwerkstraße. Hierdurch werden Synergien genutzt und spezielle Zielgruppen mit Erfolg angesprochen.

2.2. Presse- und Medienarbeit

2.2.1. Pressemitteilungen

Im Jahr 2012 wurden rund 150 Pressemeldungen herausgegeben. Schwerpunkt war dabei die Werbung für Stadtführungsangebote. Überregionale Meldungen wurden vorwiegend über Kooperationspartner wie dem Lahntal Tourismus Verband e. V. und der Hessenagentur platziert. Bei den überregionalen Meldungen lag der Schwerpunkt auf dem Hessentag und der Neueröffnung der Sammlung von Lemmers-Danforth.

Aus Kostengründen wurde kein Clippingdienst beauftragt, so dass in der Tourist-Information vorwiegend regionale Meldungen dokumentiert werden. Der Pressespiegel umfasst rund 140 Artikel (s. Pressespiegel Tourismus 2012).

2.2.2. Pressegespräche

Zu folgenden Terminen wurde Pressegespräche vorbereitet und Journalistenreisen betreut:

29. März 2012	Beteiligung an der Presskonferenz „Tourismus auf dem Hessentag“
21. Mai 2012	Vorstellung des Prospektes „Wetzlar für Kids“ und der CD „Märchenhaftes Wetzlar“
7. Juni 2012	Einweihung Geopunkt Hausertorstollen im Rahmen des Hessentages
26. August 2012	Sonntagsöffnung der Tourist-Information
30. August 2012	Journalistenreise des LTVs zum Lahnwanderweg
23. September 2012	Eröffnung des Lahnwanderweges
10. Oktober 2012	Veröffentlichung Statusbericht Tourismus
27. November 2012	Generalprobe „Weihnachtliche Stadt(ver)führung“

2.3. Film- und Fernsehproduktionen

Die Tourist-Information unterstützt Journalisten bei der Vorbereitung von Filmbeiträgen über den Tourismusstandort Wetzlar. Dies waren im Jahr 2012

Februar	Filmbeitrag des hr über Wetzlar (gesendet während des Hessentages), Gespräch mit Redakteurin Frau Dermutz
März	Filmbeitrag des SWR über das Lahntal mit Wetzlarbeitrag (gesendet: 20.4.2012) Gespräche mit Redakteurin Frau Wieser
Oktober	Filmbeitrag über den Hausertorstollen im hr (gesendet: 26.10.2012) Gespräche mit Redakteur Herr Janovsky, Statistensuche

2.2.4. Anfragen und Bildmaterial

Abbildung 4: Bericht über Wetzlar und das Lahntal in der „frau aktuell“ vom 19.06.2012

Wochenendreise

Wetzlar

Bezauberndes Lahntal

Wie ein Bollwerk steht sie seit vielen Jahrhunderten im Fluss: Die wuchtige Lahnbrücke, deren Bögen sich an schönen Tagen herrlich im Wasser spiegeln, führt direkt in die charmante Altstadt von Wetzlar hinein. Bei einem Streifzug durch die engen Gassen, die immer wieder schöne Blicke auf liebevoll restaurierte Fachwerkhäuser und hübsche Plätze freigeben, fühlt man sich ins Mittelalter zurückversetzt. Auch Naturfreunde kommen bei dem Wochenendtrip nach Wetzlar auf ihre Kosten. Das Städtchen eignet sich hervorragend als Ausgangspunkt für Wanderungen und Radtouren durch das bezaubernde Lahntal. Ein gut ausgebautes Wegenetz verbindet den etwa 245 Kilometer langen Weg entlang des Flusses mit den reizvollen Seitentälern. Die Schönheit der Landschaft – und der Städte am Ufer (Braunfels, Limburg und Co.) – kann man auch gut beim Wasserwandern mit dem Paddelboot erkunden (www.daslahntal.de).

Viel Vergnügen bereiten die vielen Freiluft-Veranstaltungen der Region. So lassen sich die Besucher der Wetzlarer Festspiele im Rosengärtchen (www.wetzlarer-festspiele.de) und des Musikalischen Sommers im romantischen Innenhof von Kloster Schiffenberg (www.giessen-tourismus.de) an lauen Abenden unter dem Himmelszelt unterhalten. ak

Zu Fuß, auf dem Rad oder im Kanu dem Lauf des Flusses folgen

Im Rosengärtchen von Wetzlar werden im Sommer Konzerte und Theaterstücke gespielt

BUCHTIPP

Der Reiseführer „Limburg entdecken“ stellt die schöne Altstadt und die Umgebung im Lahntal vor. Harald Wagner Verlag, 9,90 Euro

Das Beste auf einen Blick

Auf dem Optik-Parcours, einem Lehr- und Erlebnispfad in Wetzlar, kann man einige Phänomene der Optik buchstäblich erleben. Infos: www.optikparcours.de

▼ Majestätisch thront der Georgsdom über der Altstadt von Limburg an der Lahn

▼ Wasserspaß für die ganze Familie: Zwischen Marburg und Lahnstein kann man wunderbar in einem Kanu reisen

frau aktuell 62

Jede Woche erreichen die Tourist-Information mehrere Anfragen insbesondere nach Bildmaterial. Interessenten sind z. B. Redakteure von Reiseführern, Reiseveranstalter die Wetzlarreisen anbieten, Journalisten, Kooperationspartner wie dem Lahntal Tourismus Verband e. V. oder der Hessen Agentur, welche die Bilder für Werbemaßnahmen benötigen. Beispielsweise stammen die Wetzlarbilder in dem Bericht der „frau aktuell“ über das Lahntal von der Tourist-Information (s. Abbildung 4). Ebenfalls mit Bildmaterial ist Wetzlar in verschiedenen Reiseführern vertreten, z. B. „ADAC: Hits für Kids“.

Um aktuelles und attraktives Bildmaterial anbieten zu können, wird das digitale Bildarchiv der Tourist-Information in Zusammenarbeit mit spezialisierten Fotografen laufend erweitert und aktualisiert. Nur so ist gewährleistet, dass Wetzlar mit hochwertigen Bildern in den jeweiligen Veröffentlichungen entsprechend berücksichtigt wird.

Beispielsweise fand im Jahr 2012 ein Fotoshooting mit einem Fotografen in der Sammlung Lemmers-Danforth statt.

2.3. Redaktionelle Darstellungen und Anzeigenwerbung

Medium	Zeitraum	Auflage
Prisma, Ausgabe West	27.01.2012	2.522.363
Internet: Google Adwords (Impressionen)	Januar 2012 – Juli 2012	276.772
HNA (Redaktionelle Darstellung in der Beilage zu den Reise-Info-Tagen)	21.03.2012	150.000
Apotheken Umschau (Couponanzeige)	01.03.2012	5.020.075
F.A.Z. (Bundesweite Beilage im Rahmen der AK-Städte-Hessen-Mitgliedschaft)	09.03.2012	485.000
Rhein-Presse plus (Redaktionelle Darstellung im Freizeit-Kompass)	31.03.2012	204.355
DB Mobil (im Rahmen der AK-Städte-Hessen-Mitgliedschaft)	April 2012	503.000
Pepper (Redaktionelle Darstellung in der Beilage zur Rhein-Main-Presse)	27.04.2012	187.187
Live Leben	Mai 2012	500.000
DB mobil	Mai 2012	500.000
Tambiente Magazin Kultur	Mai 2012 – April 2013	120.000
ADAC Auto Atlas	2012/2013	400.000
Shell Atlas	2012/2013	300.000
Busplaner (Redaktioneller Beitrag)	07/2012	7.263
Zeitmagazin (Anzeige im Rahmen der Mitgliedschaft im AK Städte	16.08.2012	504.072
Praxisforum Industriebeschichtung (Anzeige im Prospekt)	08./09.11.12	500

Redaktionelle Darstellungen und Anzeigenschaltungen ermöglichen eine präzise Einflussnahme auf das Medium in dem sie erscheinen. Insbesondere Couponanzeigen bieten eine genaue Erfolgskontrolle über die Resonanz.

Auf örtlicher Ebene gibt es Kooperationen im Marketing. So ist die Tourist-Information im Programmheft der Wetzlarer Festspiele mit einer Darstellung vertreten. Im Gegenzug wird das Programmheft der Festspiele innerhalb der Prospektpalette angeboten und verschickt.

Abbildung 5: Beispiele für redaktionelle Darstellungen: Rhein Press plus im März und Pepper im April

Lahn RHEIN MAIN PRESS 28

Weinhaus Beyer

Mit festem Platz in der Weltliteratur

WETZLAR In der Stadt im Herzen des Lahntals verbindet sich interessante Geschichte mit modernem Stadtleben

MUSEEN

- Lottehaus
- Jerusalemhaus
- Reichskammergerichtsmuseum
- Stadt- und Industriemuseum
- Museum Wetzlar

• Ab 5. Mai 2012: Neueröffnung Sammlung von Lemmers-Danforth

Einzigartige Wohnkultur aus Renaissance und Barock

20 | 27. Apr. bis 5. Mai 2012 SONDERVERÖFFENTLICHUNG pepper

Volle Lotte Leben an der Lahn

Neben Goethe und Paddeltouren bietet Wetzlar eine einmalige Sammlung zur Wohnkultur

Brunnen am Dompfaltz

Am Eisenmarkt

Radfahrer an der Lahn

Neueröffnung der Sammlung Lemmers-Danforth

Einen faszinierenden Einblick in die Wohnkultur europäischer Adelshäuser und Bürgerfamilien liefert ab Mai die neu eröffnete Sammlung Lemmers-Danforth. Prachtvolle Möbel, fein gearbeitetes Kunsthandwerk, bedeutende Gemälde und Tapisserien sind dann in der Stadt an der Lahn zu besichtigen.

Rund 450 Exponate umfasst die Sammlung, die als „Europäische Wohnkultur aus Renaissance und Barock" den Besuchern im Palais Papius zugänglich gemacht wird. Ein Gang durch diese herausragende Sammlung wird auch Sie beeindrucken.

Unser Arrangement: *Renaissance und Barock entdecken*
Zwei Übernachtungen/Frühstück, Museumsbesuch, Führung, Genießerpaket mit Köstlichkeiten aus der Region
ab € 125 pro Person im Doppelzimmer

TOURIST-INFORMATION WETZLAR, Domplatz 8, 35578 Wetzlar, Tel. 0 64 41/99 77-55, Fax -59, E-Mail: tourist-info@wetzlar.de
www.wetzlar-tourismus.de · www.museen-wetzlar.de

Abbildung 6: Beispiel für Anzeigen: DB mobil im Mai 2012

2.4. Tourismusmessen und Präsentationen bei Veranstaltungen

Die Tourist-Information war im Jahr 2012 auf einer Reihe von Tourismusmessen und Veranstaltungen vertreten. Die Teilnahme wurde teilweise von Mitarbeitern der Tourist-Information vorbereitet und mit personeller Vertretung durchgeführt; teilweise erfolgte die Teilnahme über Kooperationspartner. Schwerpunktmäßig werden die Tourismusmessen über den Lahntal Tourismus Verband besucht. So können Synergien genutzt und Kosten gespart werden.

Veranstaltung/ Tourismusmesse	**Teilnahme über[1]**	**Datum der Messe/ Veranstaltung**	**Tourist-Information personell vertreten**
De Vakantiebeurs Utrecht	LTV	10.01. – 15.01.2012	-
CMT Stuttgart	LTV	14.01. – 15.01.2012	✓
CMT Stuttgart	AK Hess. Städte	14.01. – 22.01.2012	✓
Vakantiesalon Brüssel	LTV	02.02. – 06.02.2012	-
Touristikbörse Limburg	LTV	04.02. – 05.02.2012	✓
Reisen Hamburg	LTV	08.02. – 12.02.2012	-
Reise & Camping Essen	LTV	22.02. – 26.02.2012	-
HNA-Aktion, Einkaufszentrum Kassel	TI-WZ	23.02. – 24.02.2012	✓
Neubürgerempfang Wetzlar	TI-WZ	10.03.12	✓
ITB Berlin	LTV	07.03. – 11.03.2012	-
ADFC-Radreisemarkt Frankfurt	LTV	18.03.2012	-
ADFC-Radreisemarkt Bonn	LTV	25.03.2012	-
Oberhessenschau Marburg	TI-WZ, Hessentagsbüro	30.04. - 04.05.2014	✓
Bundeswehr, Landeskommando Hessen, Schloss Biebrich	Hessentagsbüro	27.04.2012	-
150 Jahre Eisenbahn, Bahnhof Wetzlar	TI-WZ	06.05.2012	✓

[1] TI-WZ: Tourist-Information Wetzlar, LTV: Lahntal Tourismus Verband e. V.; AK Hess. Städte: Arbeitskreis der Hessischen Städte bei der Hessenagentur, GTW: Grimm Touristik Wetzlar

Deutsche Meisterschaften Volleyball U18, August-Bebel-Schule	TI-WZ, Sportamt	05./06.05.2012	✓
Hessentag: Landesausstellung, Infostände, Tourismuspräsentation „Lahntal aktiv“	TI-Wetzlar, Team Wetzlar	01.06. bis 10.06.2012	✓
RDA – Busreisemesse Köln	GTW	23. - 25. Juli 2013	-
TourNatur Düsseldorf	LTV	31.8. bis 2.9.2012	-

Abbildung 7: Aktion im Einkaufszentrum in Kassel im Februar 2012

Auf den Präsentationen in Kassel, der Reisemesse in Limburg und auf der Oberhessenschau in Marburg wurde mit einem Gewinnspiel für einen Besuch des Hessentages geworben.

2.5. Aktivitäten der Tourist-Information auf dem Hessentag

Als einer der Schwerpunkte im vergangenen Jahr werden die Aktivitäten der Tourist-Information auf dem Hessentag an dieser Stelle ausführlicher dargestellt.

Das touristische Angebot der Stadt wurde vielfältig präsentiert, um so die Besucher zu erneuten Besuchen nach Wetzlar einzuladen. Hier die Aktionen im Einzelnen:

Stadtführungen

Auf den bisherigen Hessentagen gab es nur vereinzelt Führungsangebote. Weil Wetzlar sich aber gerade durch sein vielfältiges Stadtführungsangebot auszeichnet und die Hessentagsstraße vorwiegend den unteren Bereich der Altstadt durchzog, konnten regelmäßig Stadtführungen in der oberen Altstadt angeboten werden.

Abbildung 8: Stadtführungsangebote auf dem Hessentag

Art der Führung	Uhrzeiten	Angeboten wurden	Ohne Teilnehmer (nicht stattgefunden)	Anzahl der teilnehmenden Gäste
Einstündige Stadtführungen in der oberen Altstadt	11:00, 14:00 und 16:00 Uhr	36	10	113
Stollenführungen	15:00 Uhr	9	1	99
Parkanlagen und zur Stadtmauer	12:00 Uhr	9	5	11
Haus Friedwart	14:00 und 16:00 Uhr	4	0	34
Museumsführungen	15:30 Uhr	2	1	5
gesamt		**60**	**17**	**262**

Hinzu kamen die Erlebnisführungen in den Museumshöfen und die Walking Acts auf dem Hessentag.

Erlebnistheater in den Museumshöfen

Überregional bekannt ist Wetzlar inzwischen auch für seine Erlebnis STATT Führungen, mit denen das StattTheater Wetzlar immer wieder Geschichte lebendig werden lässt. Mit den drei Museumshöfen Lottehof, Hof des Reichskammergerichtsmuseums und Hof des Palais Papius sind außerdem drei ruhige Spielstätten vorhanden. Vier Figuren aus der Wetzlarer Stadtgeschichte empfingen dort die Hessentagsbesucher. Ziel dieses Angebotes war auch, die Besucher des Hessentages im Anschluss zu einem Besuch der Museen einzuladen. Die Führungen fanden an fünf Tagen von 11.00 bis 15.00 Uhr jede halbe Stunde statt und wurden – außer an den verregneten Tagen – gut angenommen. Teilweise haben über 20 Personen an den Führungen teilgenommen.

Abbildung 9: Erlebnistheater in den Museumshöfen

Walking Acts

Ergänzt wurde dieses Angebot in den Museumshöfen mit sogenannten „Walking Acts“. Bunt kostümierte Gruppen der Rokokozeit schlenderten entlang der Hessentagsstraße, waren bei der regionalen Präsentation zu finden und flanierten durch das Weindorf und machten auf das Angebot in den Museen aufmerksam.

Abbildung 10: Walking Acts auf dem Hessentag

Informationsstände und Landesausstellung

Neben der Hessentagsinformation im Rathaus, dem Informationsstand von Stadt, Kreis und dem Verein Mitte Hessen in der Landesausstellung sowie der Tourist-Information am Domplatz gab es 12 weitere Informationsstände. Neben Informationen zum Hessentag hatten die Besucher dort auch Gelegenheit sich über das touristische Angebot der Stadt zu informieren. Speziell für diesen Anlass wurde von der Tourist-Information das Angebot von Informationsbroschüren überarbeitet. Auch wurde das Angebot an Wetzlarsouvenirs erweitert. An fünf der Informationsstände wurden neben einer Auswahl von Hessentagsprodukten auch diese Souvenirs verkauft. Für den Einsatz an den Infoständen wurden über 200 Helfer geschult.

Abbildung 11: Informationsstand

Abbildung 12: Präsentation auf der Landesausstellung mit Lahn-Dill-Kreis und MitteHessen e.V.

Aktionsfläche Tourismus – Lahntal aktiv

Ein weiterer Schwerpunkt im Tourismusprogramm war die Aktionsfläche Tourismus – Lahntal aktiv. Dort wurde das regionale Freizeit- und Tourismusangebot im Bereich Buderusplatz/Brückenstrasse durch vielfältige Aktionen und Stände präsentiert. Veranstalter war der Lahntal Tourismus Verband e.V. (LTV), die Organisation hatte das Hessentagsbüro in enger Kooperation mit der Tourist-Information übernommen. Die Stadt Wetzlar war auch in diesem Bereich präsent, schwerpunktmäßig in der erlebnisorientierten Präsentation „Kultur am Wegesrand“ mit dem StattTheater Wetzlar. Die ehrenamtlichen Helfer aus dem StattTheater hatten unter Anleitung von Regisseur Oliver Meyer-Ellendt Mitmachaktionen für Kinder und Erwachsene erdacht. So konnten sich Besucherinnen als Lotte verkleiden und fotografieren. Auch das Viseum und die Phantastische Bibliothek waren präsent. Die enge Wechselbeziehung zwischen Tourismus und Wirtschaft zeigt auch das Engagement der Firma Minox, die 8 Digitalkameras für eine Verlosungsaktion zur Verfügung stellte. Für diesen bereich wurde ein spezieller Werbeflyer erstellt.

Abbildung 13: Tourismuspräsentation auf dem Hessentag „Lahntal aktiv“

Unterkunftsvermittlung im Rahmen des Hessentages

Im Rahmen des Hessentages wurden 360 Personen in 310 Zimmern vermittelt. Zielgruppe waren vorwiegend Politiker, Künstler, hessische Ministerien.

Dafür wurden im Vorfeld Kontingente in Wetzlar gesichert und später auch in der Region eingeholt.

Zahlreichen Interessenten wurden Informationen über verfügbare Zimmer zugesandt. Die Buchungen erfolgten dann vom Kunden direkt. Die Anzahl dieser Personen beläut sich auf etwa 340.

Nachdem die Kapazitäten in Wetzlar frühzeitig ausgeschöpft waren, konnten weitere Zielgruppen wie Reiseveranstalter nicht mehr angesprochen werden. Hinzu kommt, dass traditionell die meisten Besucher des Hessentages Tagesbesucher sind.

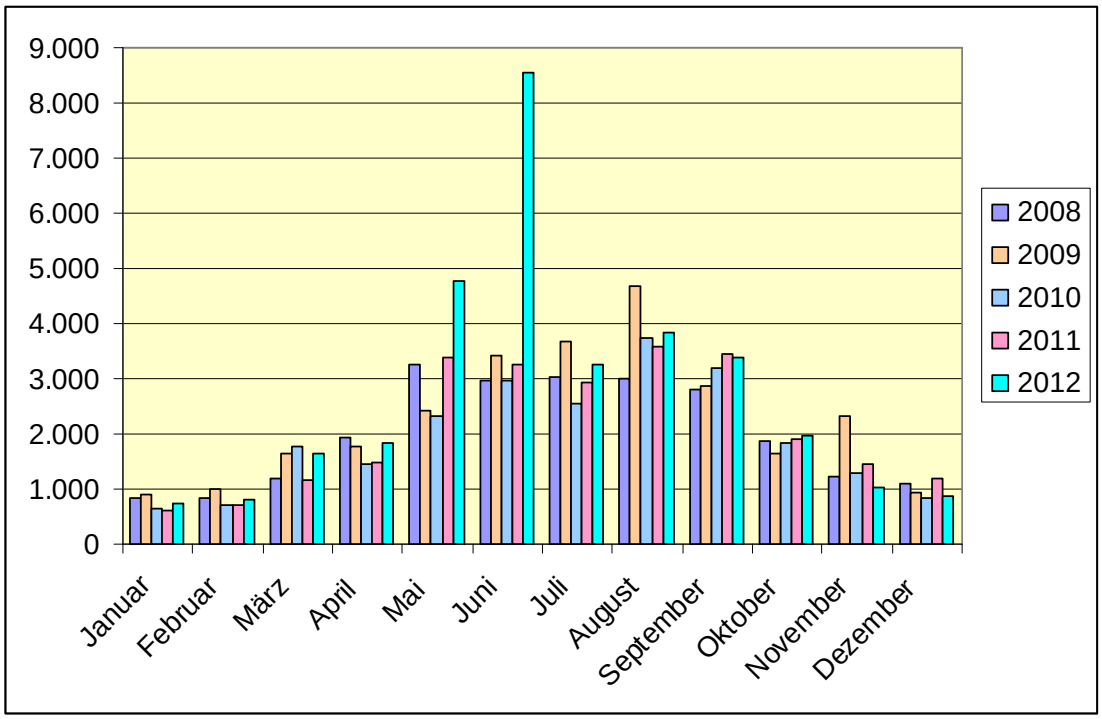
3. Entwicklung der Tourismusnachfrage

3.1. Besucher in der Tourist-Information

Einen Näherungswert für die Besucherzahl in der Tourist-Information liefert das Zählgerät im Eingangsbereich. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass auch die Mitarbeiter der Tourist-Information, Postdienst etc. gezählt werden. Deshalb werden die Zahlen bereinigt. Letztendlich liefern diese Werte aber einen guten Anhaltspunkt über die Entwicklung der Besucherzahlen.

Durch die Informationsangebote im Eingangsbereich der Tourist-Information mit Prospektauslage und Informationsterminal kommen zahlreiche Gäste nicht in die Büroräume, sondern versorgen sich im Außenbereich mit den nötigen Informationen. Hier wird ständig Material nachgelegt. Auch außerhalb der Öffnungszeiten der Tourist-Information stehen diese Informationen zur Verfügung.

Abbildung 14: Besucherzahlen der Tourist-Information



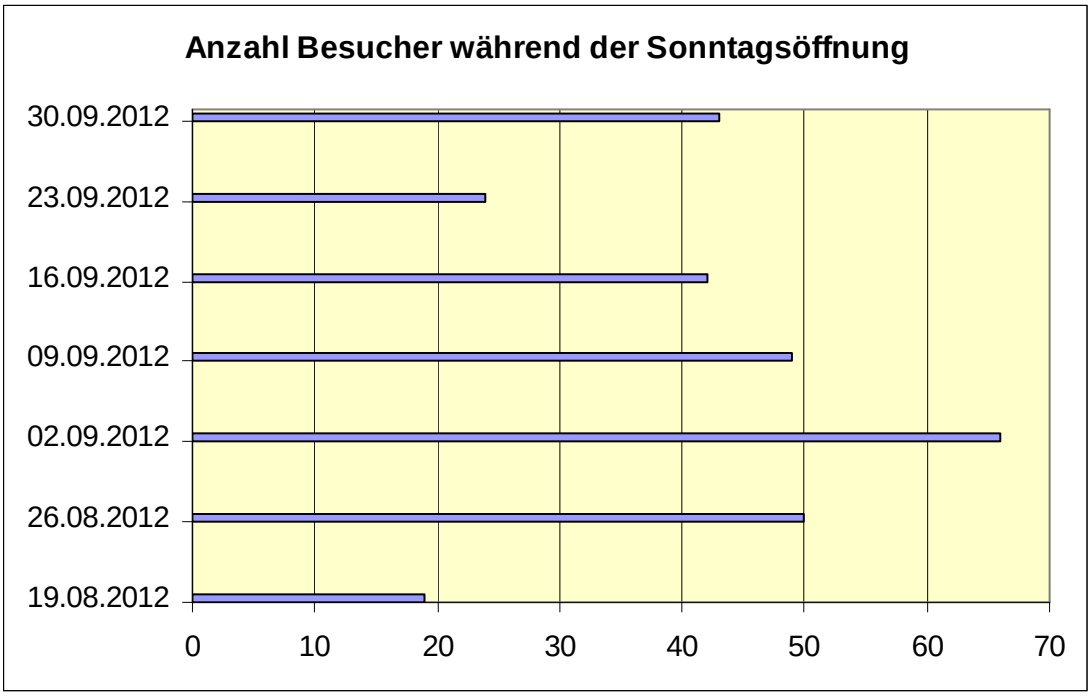
Insgesamt wurden im vergangenen Jahr 32.693 Besucher gezählt. Im Vorjahr waren es 25.096. Wie zu erwarten, sind gerade in den Monaten Mai und Juni deutlich mehr Besucher gezählt worden. Die über 8.500 Besucher im Juni waren der bisher höchste gezählte Monatswert und rekrutieren sich wohl vorwiegend aus den Besuchern, die während des Hessentages die Tourist-Information besucht haben.

In den Monten Juli und August konnten dann auch deutlich mehr Besucher als in den Vorjahren gezählt werden. In den Monaten Oktober bis zum Jahresende gehen die Besuche von Touristen traditionell zurück.

3.1.1. Sonntagsöffnung der Tourist-Information

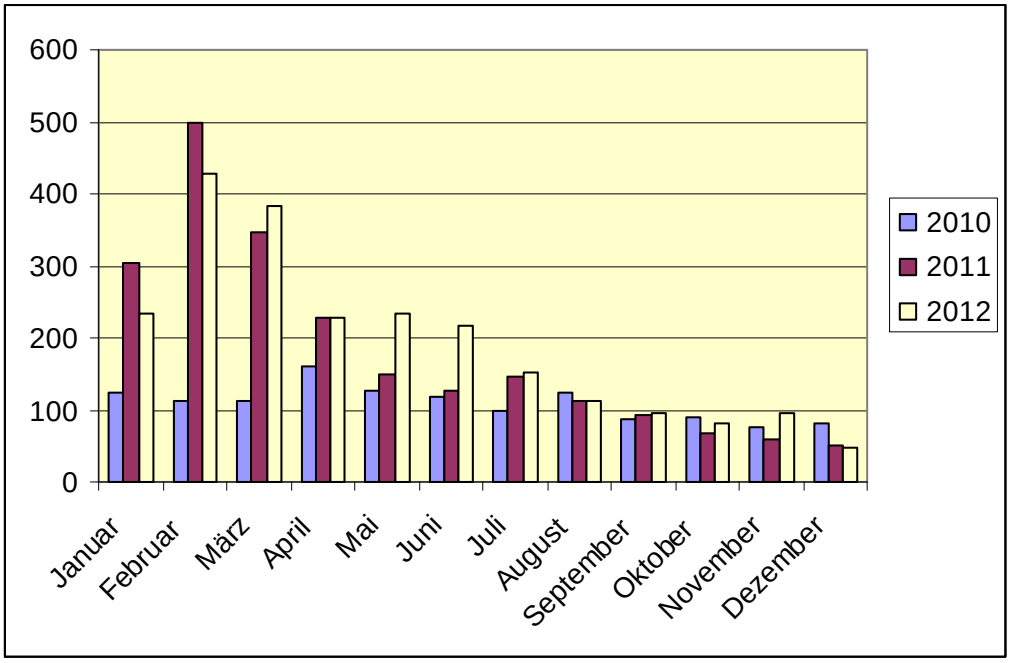
Für eine Probephase wurde von Mitte August bis Ende September die Tourist-Information auch sonntags geöffnet. Dieses Angebot wurde mit bis zu 68 Besuchern pro Sonntag gut angenommen, so dass eine generelle Sonntagsöffnung der Tourist-Information für die kommende Saison eingeplant wurde.

Abbildung 15: Besucher während der Sonntagsöffnung



3.2. **Prospektanfragen**

Abbildung .16: Prospektanfragen



2010: ohne Couponanfragen

Prospektanfragen stehen meist in einem engen Zusammenhang mit Anzeigenaktionen. Insgesamt nutzen Interessenten zunehmend das Internet als Informationsplattform. Dieser Trend wird mit der weiteren Verbreitung von mobilen Endgeräten weiter zunehmen.

Insgesamt wurden im Jahr 2012 2.316 Prospektanfragen bearbeitet (2011: 2.186). Nicht enthalten sind zahlreiche Anfragen, die nur per E-Mail beantwortet wurden sowie Stadtführungsanfragen. Nicht erfasst werden ebenfalls telefonische Anfragen, die keinen Prospektversand nach sich ziehen.

3.3. Stadtführungen

Ein wichtiger Indikator ist die Entwicklung der Stadtführungen in Wetzlar. Seit dem Jahr 2009 werden auch Museumsführungen in der Tourist-Information gebucht, um einen besseren Kundenservice zu gewährleisten. Seit Mai 2011 ebenfalls die Viseumsführungen. Nicht enthalten sind Führungen im Rahmen von museumspädagogischen Angeboten und Spezialführungen der Museen.

Abbildung 17: Entwicklung der Anzahl durchgeführter Stadtführungen

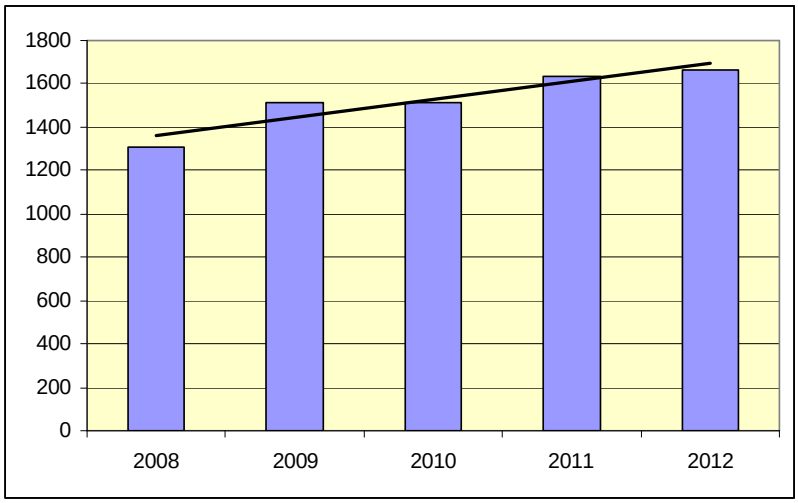
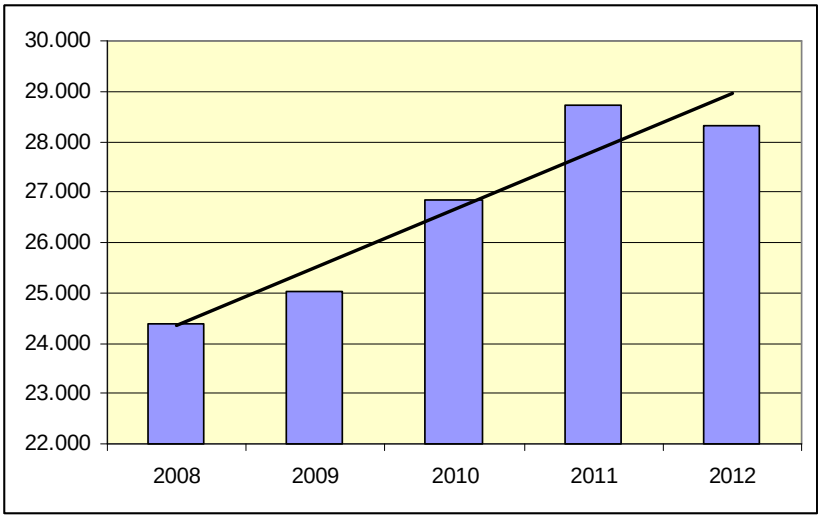


Abbildung 18: Entwicklung der Stadtführungsteilnehmerzahlen



Die Zahl der Stadtführungen konnte im vergangen Jahr von 1.634 auf 1.662 gesteigert werden. Allerdings ging die Teilnehmerzahl leicht 28.729 auf 28.320 zurück. Insgesamt liegt der Rückgang daran, dass einige Angebote während des Hessentages erwartungsgemäß nur geringe Teilnehmerzahlen hatten und die Gruppengrößen kleiner waren.

Abbildung 19: Stadtführungen nach Monaten in den Jahren 2008 bis 2012

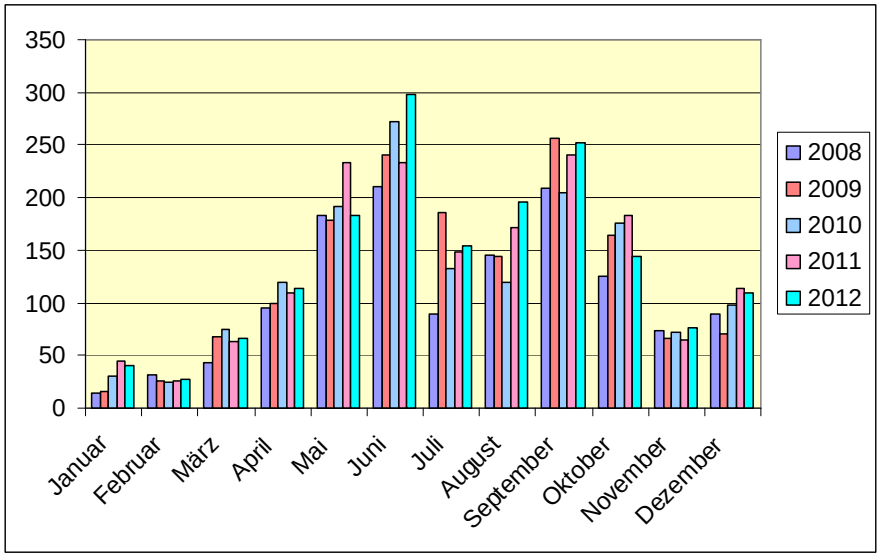
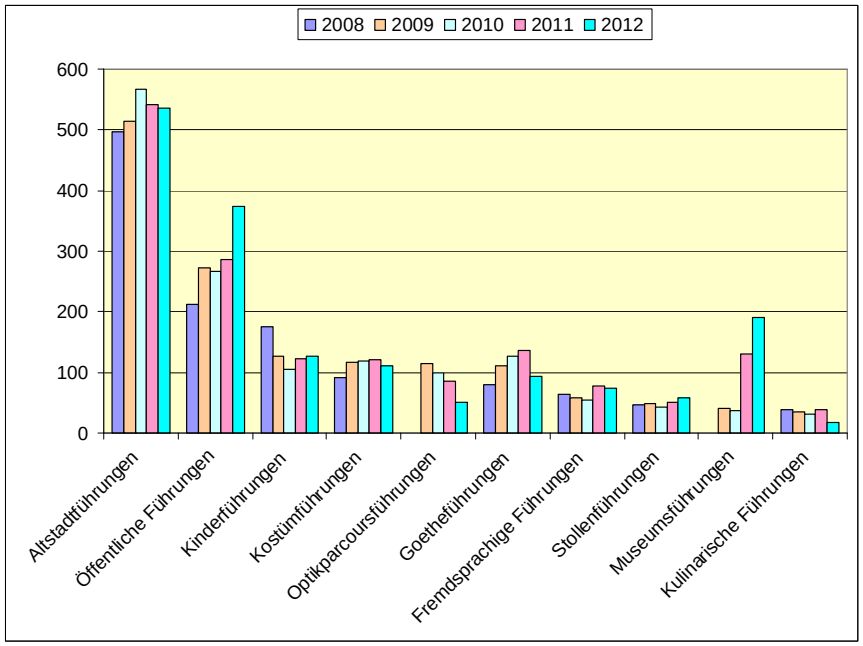


Abbildung 20: Entwicklung der Stadtführungen nach Themen



Während die Anzahl von Altstadtführungen für Gruppen etwa gleich bleibt, wurden im vergangenen Jahr mehr öffentliche Führungen angeboten und deutlich mehr Museumsführungen gebucht. Die gestiegene Zahl von Museumsführungen ist auf das neue Angebot von Führungen in der Sammlung Lemmers-Danforth zurückzuführen. Dies hat auch deutliche Rückgänge im Mai durch die Schließung des Lottehauses ausgeglichen.

Gerade die öffentlichen Stadtführungen (ohne thematische Angebote) finden zunehmend mehr Resonanz. Hier ist die durchschnittliche Teilnehmerzahl von 9,5 im Jahr 2011 auf 11,4 im Jahr 2012 gestiegen. Perspektivisch soll daher dieses Angebot ausgeweitet werden.

3.3.1. Erlebnis STATT Führungen

Weihnachtliche Stadt(ver)führung

Abbildung 21: Teilnehmerzahlen „Weihnachtliche Stadt(ver)führung“

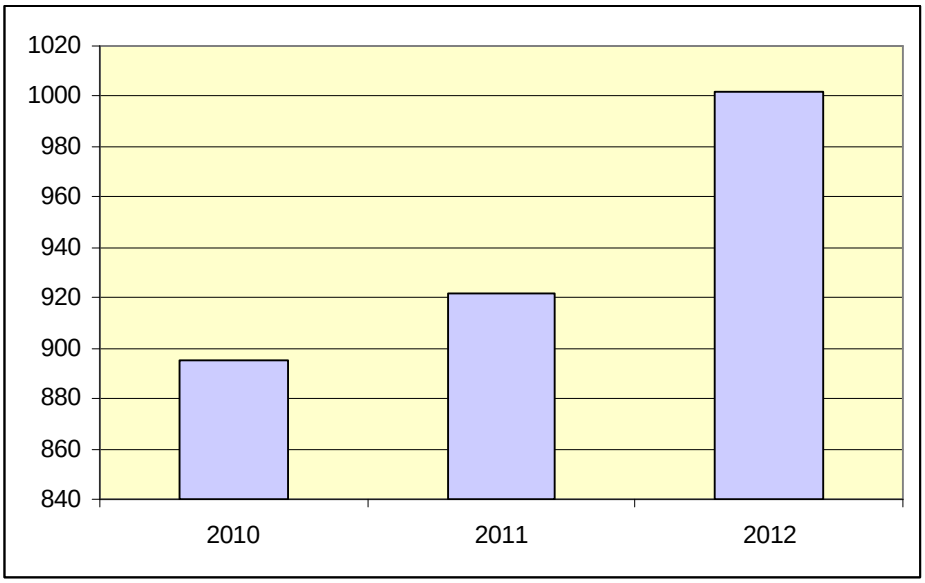


Abbildung 22: Schlussszene der Weihnachtlichen Stadt(ver)führung

Ungebrochener Beliebtheit erfreut sich die Weihnachtliche Stadt(ver)führung, die traditionell an den ersten drei Adventswochenenden angeboten wird. In diesem Jahr wurden 11 anstatt 10 Vorstellungen in den Vorjahren aufgeführt, wodurch die Teilnehmerzahl auf über 1.000 Personen gesteigert werden konnte. Vielfach nutzen Gruppen aus der ganzen Region dieses Angebot für ihre Weichnachtsfeier. Limitierender Faktor ist die begrenzte Anzahl der angebotenen Karten, da die Nachfrage weiterhin groß ist.

3.4. Pauschalangebote

Abbildung 23: Anzahl Personen bei gebuchten Pauschalangeboten

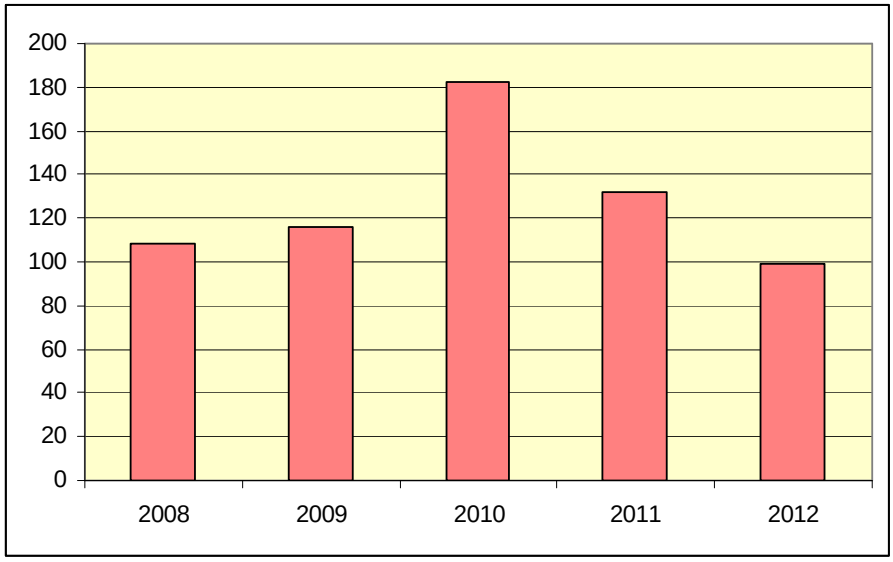
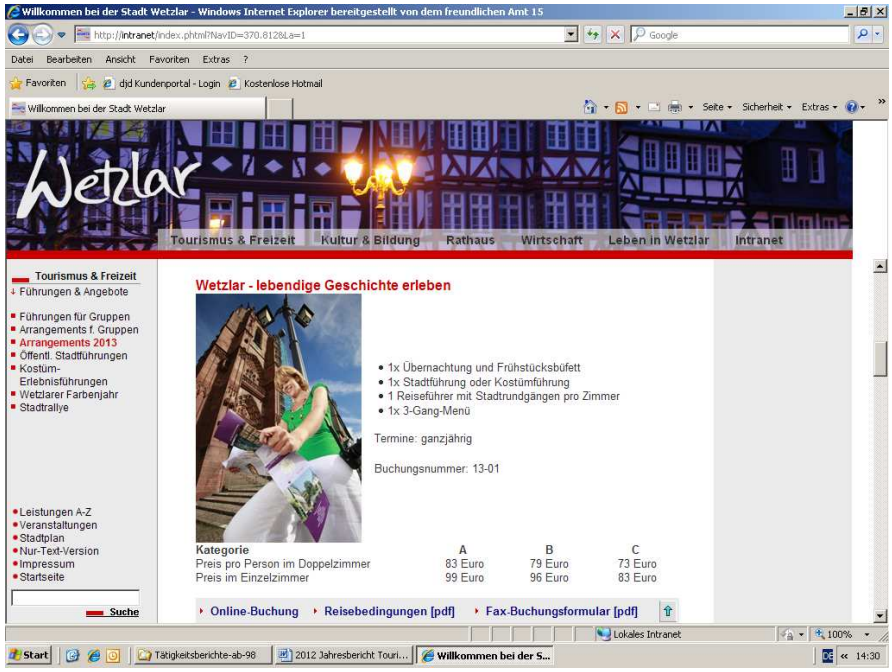


Abbildung 24: Pauschalangebote auf der Internetseite



Pauschalangebote bilden die Basis für Marketingaktivitäten wie Pressemitteilungen und Anzeigenwerbung. Viele Besucher nehmen diese Arrangements auch als Ideengeber und organisieren ihre Reise anschließend selbst. Im Jahr 2012 wurden 99 Personen im Rahmen von Pauschalen vermittelt. Dass im Jahr 2010 deutlich mehr vermittelt wurde, lag an einer Reihe von Marketingmaßnahmen rund um das Farbenjahr. Im letzten Jahr wurden insgesamt 10.704 Euro an Umsätzen in diesem Segment getätigt.

3.5. Verkauf

Folgende neue Merchandisingartikel wurden 2012 neu in das Sortiment aufgenommen:

- Mr. Answer-Kuli mit ausziehbarer Wetzlarinformation
- Magnet mit Dombild
- Zauberbecher
- Märchen-CD
- Wetzlarspiel

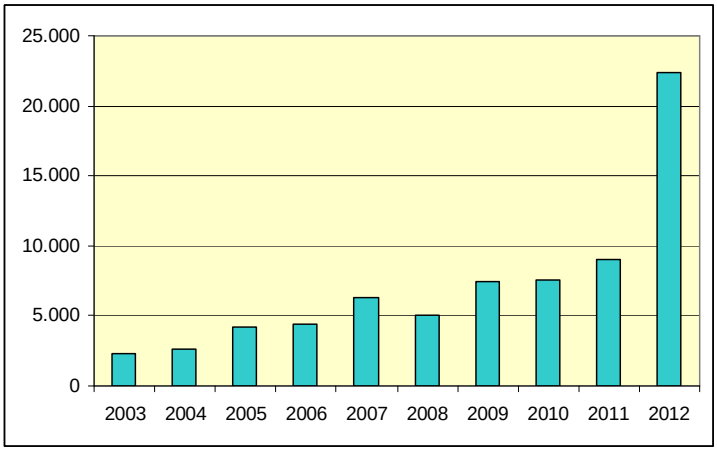
Neu aufgelegt wurden:

- Wetzlar-Pin
- Wetzlar-Lupe
- Wetzlarer Farbenschirm
- Postkarten mit Wetzlarmotiven

Im Jahr 2012 wurde ein EC-Kartenlesegerät installiert. Insgesamt wurden im Laufe des Jahres 8.116 Artikel verkauft und bar bezahlt. 591 Produkte wurden über das EC-Gerät bezahlt. Der Umsatz hat sich von 9.703 Euro im Jahr 2011 auf 22.345 mehr als verdoppelt. Dies ist ursächlich auf die Verkäufe während und im Vorfeld des Hessentages zurückzuführen. Auch Hessentagsprodukte wurden in der Tourist-Information verkauft.

Abbildung 25: Neues Produkt: Wetzlar-CD Märchenhaftes Wetzlar

Abbildung 26: Entwicklung der Umsätze aus Verkauf von Merchandisingprodukten und Wetzlarliteratur[2]



[2] Im Jahr 2012 Verkauf in der Tourist-Information, an den Infoständen Hessentag und in der Landesausstellung

4. Touristische Infrastrukturplanung

Lahnwanderweg

Der Schwerpunkt der touristischen Infrastrukturplanung lag im Jahr 2012 in der Ausweisung des Lahnwanderweges. Im Zusammenhang mit der Ausweisung wurden:

- die Standorte für die wegweisende Beschilderung mit der Straßenverkehrsbehörde und dem Tiefbauamt abgeklärt,
- Standorte mit Eigentümern vereinbart und entsprechenden Nutzungsvereinbarungen geschlossen,
- die Streckenführung im Bereich des Segelfluggeländes geklärt,
- die Detailabstimmung mit der für die Umsetzung der Beschilderung beauftragten Firma vorgenommen,
- Ortstermine mit dem Tiefbauamt/Schlosserei für die Abstimmung einzelner Beschilderungsstandorte wahrgenommen,
- der Verbleib von aufgestellten Schildern geklärt und eine Nachbeschilderung veranlasst.

Lahntalradweg

Der Lahntalradweg hat sich gut etabliert und bringt viele Fahrradtouristen in die Stadt. Beschwerden über Wegeführung und Beschilderung gibt es vorwiegend in den Bereichen Buderusplatz und im Bereich Hausertorstraße.

Bootseinsatzstellen

Die Bootseinsatzstellen für Kanus wurden in Zusammenarbeit mit dem Tiefbauamt kontrolliert und eine Nachbesserung der Infrastruktur veranlasst.

Geopunkt Hausertorstollen

Der Hausertorstollen wurde als Geopunkt des Geoparks Westerwald-Lahn-Taunus ausgeschildert. Damit findet Wetzlar verstärkt Berücksichtigung bei den Marketingmaßnahmen des Geoparkes.

Wohnmobilstellplatz

Die auf der Lahninsel eingerichteten Wohnmobilstellplätze werden sehr gut angenommen. Vereinzelt geben Wohnmobillisten in der Tourist-Information die Rückmeldung, dass der Platz durch die Nähe zum Karl-Kellner-Ring recht laut ist.
Im Jahr 2012 gab es erste Gespräche zur Einrichtung eines weiteren Platzes an der Dill im Bereich Bodenfeld an der Falkenstraße. Die Einrichtung dieses Platzes ist für 2013 vorgesehen.

Citybus

Der Citybus soll auch für Touristen attraktiv werden, daher übernimmt die Tourist-Information für diesen Bereich die Erstellung der Werbemittel. Erste Vorgespräche hierzu fanden 2012 statt.

Säuturm

Es fanden mehrere Begehungen des Säuturms statt, um die Nutzbarkeit im Rahmen von Führungen zu überprüfen.

5. Vertretung in Gremien, Verbänden und Arbeitskreisen

Teilnahme und Mitarbeit im Jahr 2012:

Interne Arbeitsgruppen und Besprechungen:

- Arbeitsgruppe Stadtentwicklungskonzept
- Hessentagsbesprechungen:
    - Projektgruppenleitung „Aktionsfläche Tourismus - Aktiv im Lahntal“
    - Projektgruppenleitung „Infostände und Unterkunftsvermittlung“)
    - Mitarbeit: Besucherwegweisung
    - Mitarbeit: Projektgruppe Marketing und Merchandising
- Wetzlar Kongress
- Koordinierungsrunde Kultur und Tourismus

Arbeitsgruppen und Kooperationen:

- Stadtführerbesprechung (Leitung)
- Hotelierbesprechung (Leitung, bereits 2011 wg. Hessentag)
- Touristikerausschuss des Lahntal Tourismus Verbandes e. V.
- Arbeitskreis Hessische Städte bei der Hessenagentur
- Deutsche Fachwerkstraße: Regionalstreckensitzungen und Mitgliederversammlung
- Fachforum Tourismus und Kultur der Region Lahn-Dill-Wetzlar
- IHK Arbeitsgruppe Newcomers Guide
- Arbeitsgruppe „Pavillon der Region“ auf der Landesgartenschau Gießen 2014

Abbildung 27: Fahrradtouristen auf dem Lahntalradweg

6. Personal und Organisation

6.1. Service und Beratung

Öffnungszeiten der Tourist-Information
Mai bis September
montags bis freitags 9.00 bis 18.00 Uhr
samstags 10.00 bis 14.00 Uhr
sonntags (2012 von Mitte August bis Ende September)
11.00 bis 15.00 Uhr
Oktober bis April 9.00 bis 17.00 Uhr
samstags 10.00 bis 12.00 Uhr

Damit hatte die Tourist-Information in der Saison 49 Stunden pro Woche geöffnet (ohne Sonntagsöffnung). Während des Hessentages wurden die Öffnungszeiten auf 9.00 bis 23.00 Uhr erweitert, damit waren die Serviceleistungen der Tourist-Information 14 Stunden am Tag für Besucher zugänglich. Während der Sonntagsöffnung Mitte August bis Ende September war die Tourist-Information 53 Stunden wöchentlich geöffnet, von Oktober bis April waren es 42 Stunden.

6.2. Personal

- 1 Geographin M. A. (Leitung)
- 1 Dipl. Agraringenieurin und Touristikbetriebswirtin IHK
- 2 Reiseverkehrskauffrauen für Kuren und Fremdenverkehr
- 1 Industriekauffrau und Wirtschaftsübersetzerin
  (entspricht 4 Vollzeitäquivalenten laut Stellenplan)

Im Jahr 2012 war bis September 2012 eine weitere Stelle im Rahmen der Hessentagsvorbereitungen überplanmäßig besetzt:

- 1 Kauffrau für Tourismus und Freizeit

Hinzu kamen:

- 2 Auszubildende Kaufrauen für Tourismus und Freizeit
- 2 Aushilfen (Minijob) – Unterstützung in der Saison
- 2 Aushilfen (Minijob) im August/September im Rahmen der Sonntagsöffnung
- 5 Kurzzeit-Praktikanten (4 Schülerinnen und Schüler sowie eine Umschülerin)

6.3. Projekte

Statusbericht Tourismus

Im vergangenen Jahr wurde erstmalig der Statusbericht Tourismus erstellt, der eine Übersicht zu der Tourismusentwicklung in den letzten 5 – 10 Jahren gibt und die aktuelle Situation der Freizeitinfrastruktur abgebildet.

Informations- und Reservierungssystem

Ein Schwerpunkthema war die Information über Informations- und Reservierungssysteme. Die Einführung eines solchen Systems wird in Zusammenarbeit mit dem Lahntal Tourismus Verband im Jahr 2013 angestrebt.