



Münsterland e.V.

# **Tourismusaktivitäten des Münsterland e.V. & Wirtschaftsfaktor Tourismus**

**Ausschusses für Wirtschaftsförderung, Fremdenverkehr und Kultur  
der Gemeinde Havixbeck, 21.11.2016**

**Michael Kösters, Generalbevollmächtigter &  
Bereichsleiter Tourismus beim Münsterland e.V.**



Münsterland e.V.

# Handlungsfelder des Münsterland e.V.

<b>Kultur</b>	<b>Tourismus</b>	<b>Wirtschaft/ Wissenschaft</b>
<b>Profilierung der Kulturregion Münsterland</b>	<b>Profilierung der Region über Schwerpunktthemen und Produkte</b>	<b>Innovationsförderung: Betriebliche Innovationen und neue Technologien zur Profilierung der Schwerpunk- branchen unterstützen</b>
<b>Förderung von Kommunikation und Kooperation zwischen Kul- turschaffenden im Münsterland</b>	<b>Qualitative und serviceorien- tierte Weiterentwicklung der Tourismusdestination Münsterland</b>	<b>Fachkräftesicherung: Vermarktung des Münster- landes als Region mit attrak- tiven Arbeitgebern und einer hohen Lebensqualität</b>
<b>Festigung kultureller Strukturen und Sicherung der kulturellen Versorgung im Münsterland durch eigene Projekte</b>	<b>Vermarktung, Vertrieb, Vernetzung</b>	<b>Gründungen: Synergien für eine leistungsfähige Grün- dungslandschaft schaffen</b>
		<b>Energiregion: Positionierung als Region mit starken Kom- petenzen und Innovationen im Umwelttechnologie-, Ener- gie- und Klimaschutzbereich</b>

# **Handlungsfelder des Arbeitsbereiches Tourismus des Münsterland e.V.**

**Profilierung der Region über Schwerpunktthemen und  
Produkte**

**Qualitative und serviceorientierte Weiterentwicklung  
der Tourismusdestination Münsterland**

**Vermarktung, Vertrieb, Vernetzung**



Münsterland e.V.

## Vereinsgebiet

Insgesamt **70** Orte

Fläche doppelt so  
groß wie das Saarland

Mehr Einwohner als  
Mecklenburg-Vorpommern





Münsterland e.V.

# Reisegebiete in NRW





Münsterland e.V.

# NRW-Zielgruppen

					
<b>01</b> <b>Geschäftsreisende</b> <small>Sie kommen mit dem Firmen- oder Mietwagen, dem ICE oder mit dem Flugzeug. Sie bleiben in Hotels oder kommen aber auch in die Ferienhäuser ihrer Partnerin oder ihres Partners.</small>	<b>02</b> <b>Junge Singles und Paare</b> <small>eventreisend</small> <small>Sie kommen als Abenteuerer zumet in die Städte und gehen auf Events. Sie balancieren zwischen Low-Budget/Jugendherberge und Lifestyle/Nachtclub. Sie machen die Nacht zum Tag. Sie buchen online, sie informieren sich vorab online und treffen sich dann ganz real in Nordrhein-Westfalen. Das Ziel ihrer Reise: Spaß! Vom Konzert über den Club-Besuch bis zum professionellen Tagungs-Equipment – alles, was zum Erfolg beiträgt, ist willkommen.</small>	<b>03</b> <b>Familien</b> <small>aktivreisend/städtereisend</small> <small>Sie kommen meist während der Schulfreien und gerne auf Empfehlung von Freunden. Ihr Ziel: der richtige Urlaubsmix und Zufriedenheit für alle. Dafür brauchen sie Unterstützung mit den richtigen Tipps für familiengeeignete Aktivitäten. Von Naturattraktionen über Schwimmen, Radfahren und Wandern bis zum Shopping: Sie wollen mit den vielen unterschiedlichen Bedürfnissen einer Familie willkommen sein.</small>	<b>04</b> <b>Erwachsene Paare</b> <small>aktivreisend/städtereisend</small> <small>Sie kommen zu zweit und suchen Abwechslung vom Alltag. Sie legen viel Wert auf persönlichen Service und Qualität. Ihr Ziel: das Leben stilvoll genießen. Dazu gehören Städtereisen genauso wie Aktivurlaube. Shopping ist gefragt. Wandern, Radfahren und Schwimmen sorgen für den Ausgleich zum stressigen Berufsleben. Essen gehen ist ein Erlebnis. Von klassisch bis romantisch – sie achten bei der genauen Urlaubsplanung auf gehobenen Stil.</small>	<b>05</b> <b>Aktive Best Ager</b> <small>aktivreisend/städtereisend/kulturreisend</small> <small>Sie kommen, weil die Vielfalt Nordrhein-Westfalens ihren diversen Interessen sehr entgegenkommt. Sie suchen das Flair der Großstadt, kulinarischen Genuss, regionale Kultur und Naturerlebnisse. Sie sind gesundheitsbewusst und pflegen ihre Vitalität. Ihr Ziel: die Balance zwischen Entspannung und Bewegung. Dafür brauchen sie gesicherte Qualität, kompetente Ansprechpartner und ein bisschen Luxus.</small>	<b>06</b> <b>Bodenständige Best Ager</b> <small>gesunheitsreisend</small> <small>Sie suchen Ruhe und Entspannung. Spaziergänge, Kaffee und Kuchen, ein kleines Gesundheitsprogramm mit festen Zeiten und natürlich der persönliche Kontakt – das macht ihnen Freude. Ihr Ziel: Gesundheit. Sie besuchen Rehakliniken und bevorzugen ländlichere Regionen. Sie kommen gerne wieder, denn sie mögen Vertrautes. Verlässlichkeit schätzen sie sehr und sind selbst glaubhafte Multiplikatoren.</small>

Sonderfall

- Nicht alle NRW-Zielgruppen sind für das Münsterland relevant
- Nachholbedarf bei der konkreten Ansprache der Zielgruppen
- Bisher starker Fokus auf Themen- statt auf Themen-Zielgruppen-Marketing



Münsterland e.V.

Vermittlung Reiseangebote      Gärten & Parks      Landesmarketing

Reiseveranstalter      Natur      Pauschalen & Bausteine

Pferde-Stärken      Shopping      Golf      **Burgen & Schlösser**

Gartenakademie      Zimmervermittlung      Regionale Zukunftsland

OBIS      Internet                  Vertrieb

EUREGIO      Netzwerken      Qualifizierung/Zertifizierung

Service Q      Kanu      Digitalisierung

100 Schlösser Route      Münsterland Giro      Wandern      Reiseplanung

Blogger      Römer-Lippe-Route      EmsRadweg      **Münster**      Familien

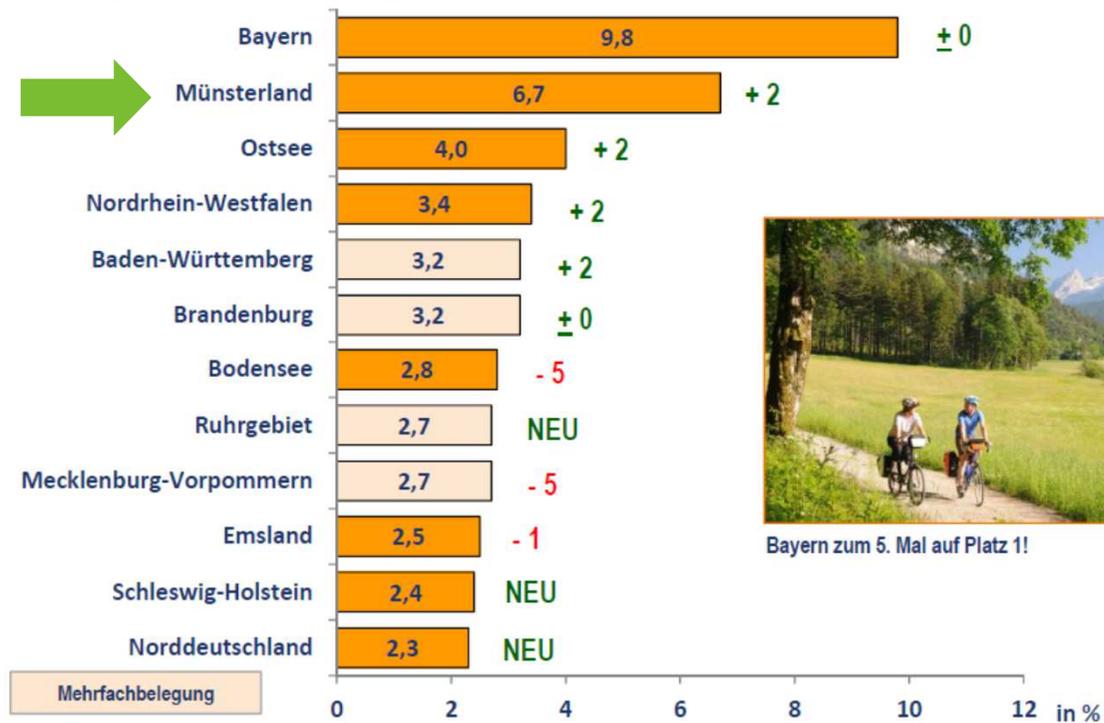
Inklusion      Service Q      Regionale Speisekarte      **Soziale Medien**

Rennfietsentour      Publikationen      Kongress-Initiative MS

Camping/Caravan      **Münsterland-Reitroute**      Friedensroute      Messen/Promotions

# beliebteste Radregion Inland

Die Top Ten (10 von 142 genannten Radregionen):



Ihr beliebtester Radreiseregion in Deutschland? (n=2.013 ungewichtet)

# Kerngeschäft Marketing & Vertrieb

## ➤ Internetpräsenz

- Homepage/s: insbesondere [www.muensterland-tourismus.de](http://www.muensterland-tourismus.de)
- Suchmaschinenoptimierung
- Social Media-Aktivitäten

## ➤ Messen

- ca. 40 Messe-/Promotiontage, u.a. Grüne Woche, ITB, Equitana, MSL GIRO
- Tendenz - i.S. Kosten-Nutzen-Verhältnis/Bedeutung - deutlich abnehmend



# Kerngeschäft Marketing & Vertrieb

## ➤ Printmedien

- 2016: ca. 185.000 Gesamtauflage allein der Münsterland-Printmedien; Tendenz - abnehmend, u.a. Wegfall Unterkunftskataloge zu 2017 (im Digitalisierungszeitalter nicht mehr zeitgemäß)

## ➤ Presse- & Öffentlichkeitsarbeit

- Journalistenanfragen/-reisen, klassische Journalistenreisen rückläufig
- Ausrichtung auf Blogger immer wichtiger, gutes Kosten-Nutzen-Verhältnis!

## ➤ Netzwerke

- regional (z.B. Facharbeitskreis Tourismus, Lenkungsgruppe Schlösser- und Burgenregion, Lenkungsausschuss Pferderegion Münsterland)
- überregional (z.B. EUREGIO, Tourismus NRW e.V.)



Münsterland e.V.

## Warum Blogger?

- Rahmenbedingung "Digitaler Wandel"
- Menschen informieren sich zunehmend über das Internet (Bewertungsportale, Blogs)
- Klassische Pressearbeit alleine reicht nicht mehr
- Blogs & Social Media werden als Recherchequelle für Journalisten immer wichtiger
- Blogger = zusätzliche wichtige Multiplikatoren
- Blogger haben stärkere Bindungen zu Lesern
- Blogger schaffen authentischen Content
- Blogger schaffen glaubwürdigen Content
- Storytelling wird in der Kundenansprache immer wichtiger (Blogger erzählen Geschichten)
- Blogger adressieren zielgruppenspitzer

Quelle: Tourismus NRW e.V.

# Tourenplaner Münsterland

- Digitaler Tourenplaner für Radfahrer und Reiter
- Zahlt auf - dringend notwendige - Digitalisierung ein
- Hoher Koordinations- und Pflegeaufwand (0,5 Stellenanteile)
- Dient als Endkundenportal für Touristen, Einheimische, Touristiker wie auch als Planungstool





Münsterland e.V.

# Tourenplaner Münsterland

Tourenplaner  Münsterland Feedback ? Hilfe Impressum Anmelden 

Menü

Start > Touren > 100 Schlösser Route Südkurs

Übersicht **Statistiken** Weitere Informationen

### 100 Schlösser Route Südkurs

Rundtour - 205,6 km

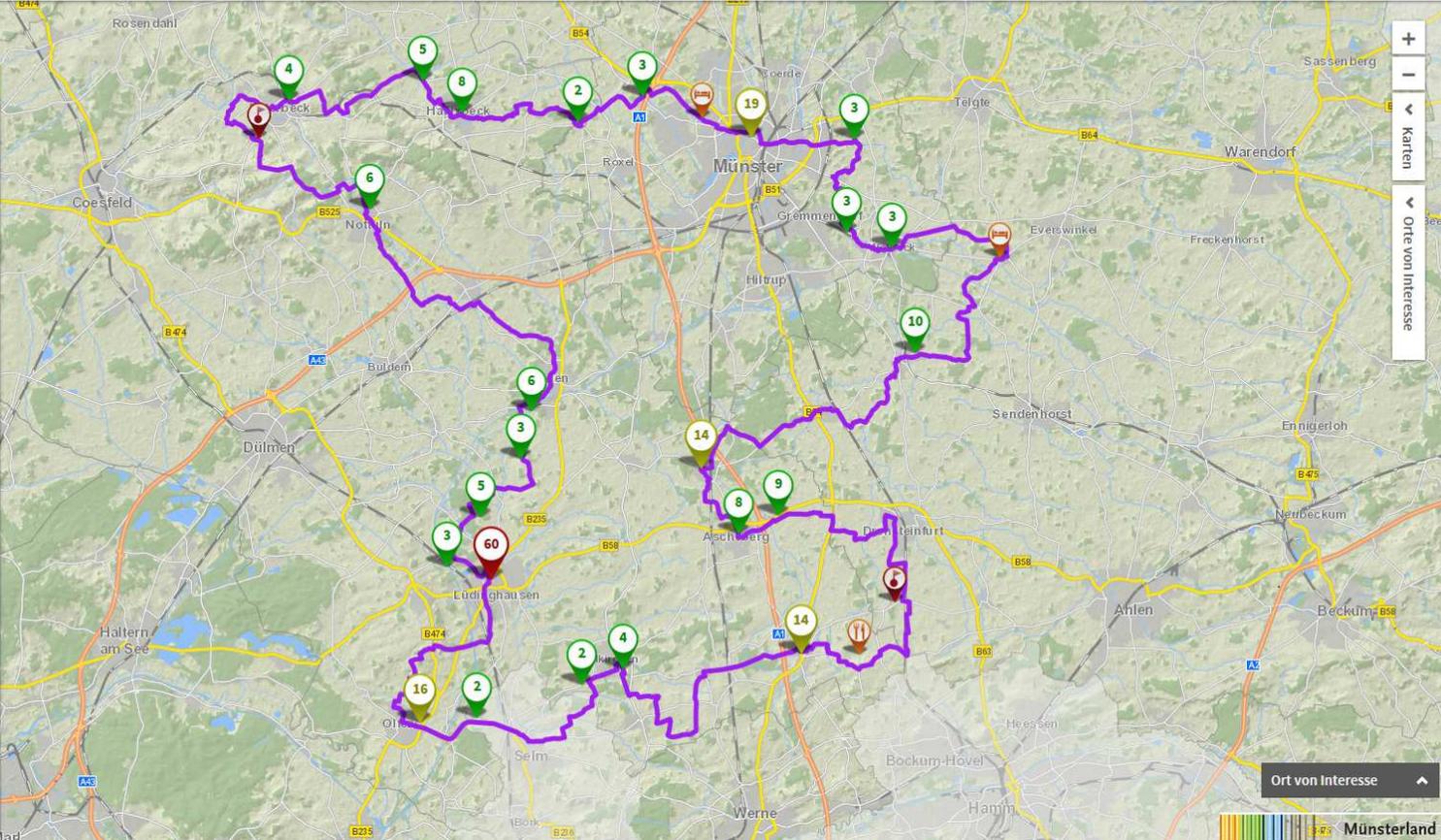


In Routing verwenden

Tourkarte (PDF)

**Beschreibung**

Auf dieser Tour finden Sie berühmte Schlösser und faszinierende, weitläufige Parkanlagen vor. Beim Schloss Westerwinkel in Ascheberg und beim Schloss Nordkirchen finden Sie die größten und schönsten Parkanlagen auf dieser Route vor. Ein langer Spaziergang durch diese künstlich geschaffene Landschaft ist auf jeden Fall lohnenswert. Fans der Dichterin Annette von Droste-Hülshoff sollten sich ihre Geburtsstätte die Burg Hülshoff in Havixbeck und ihr späteres Wohnhaus Haus Rüschaus in Münster nicht entgehen lassen. Der Erbsdrosstenhof ist zentral in Münsters Innenstadt gelegen und auch das Schloss Münster lockt jährlich viele



+  
-  
Karten  
Orte von Interesse

Ort von Interesse

 Münsterland

[www.tourenplaner-muensterland.de](http://www.tourenplaner-muensterland.de)



Münsterland e.V.

# Tourenplaner Münsterland

Tourenplaner  Münsterland

Feedback ? Hilfe Impressum Anmelden  

Menü Suche

Start Tour planen

Toureinstellungen Berechnete Touren

Name	Länge [km]	KML	GPX
Route Nr. 1	8.04	☆	📄
Route Nr. 2	8.04	☆	📄
Route Nr. 3	9.08	☆	📄

Höhe [m]



Distanz [km]

Burg

**Burg Hülshoff**



Schönebeck 6  
48329 Havixbeck

Email  
Webseite  
Webseite  
+49 2534 1052

Wasserburg Hülshoff, die Geburtsstätte der berühmten Dichterin An-

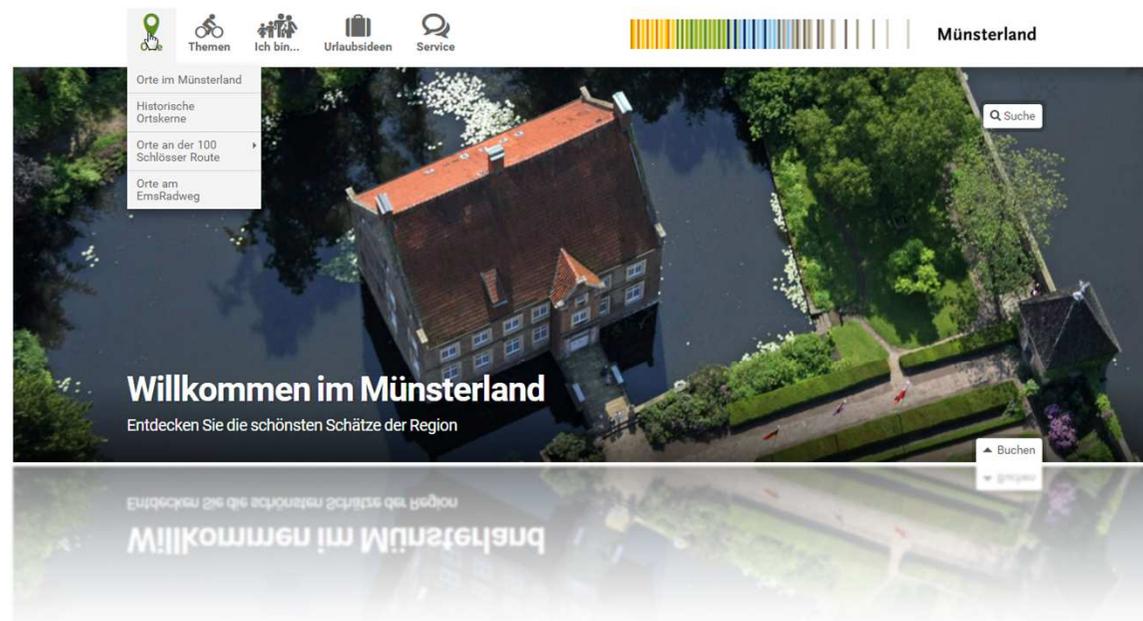
Route von hier Route hierher

Ort von Interesse

Münsterland

[www.tourenplaner-muensterland.de](http://www.tourenplaner-muensterland.de)

- [www.muensterland-tourismus.de](http://www.muensterland-tourismus.de): 942.000 Besucher in 2015 (+ 13,2 % zu 2014)
- B2C-Portal für Endkunden, aber auch zunehmend und - abhängig von Kapazitäten - B2B-Portal für Touristiker, Multiplikatoren, Medien etc. in der Region
- ca. 20.500 Datensätze, die stets gepflegt und aktualisiert werden müssen
- ca. 40 % der Zugriffe über mobile Endgeräte → Responsive Design 2014
- Hohe Sichtbarkeit in den Suchmaschinen





Orte



Themen



Ich bin...



Urlaubsideen

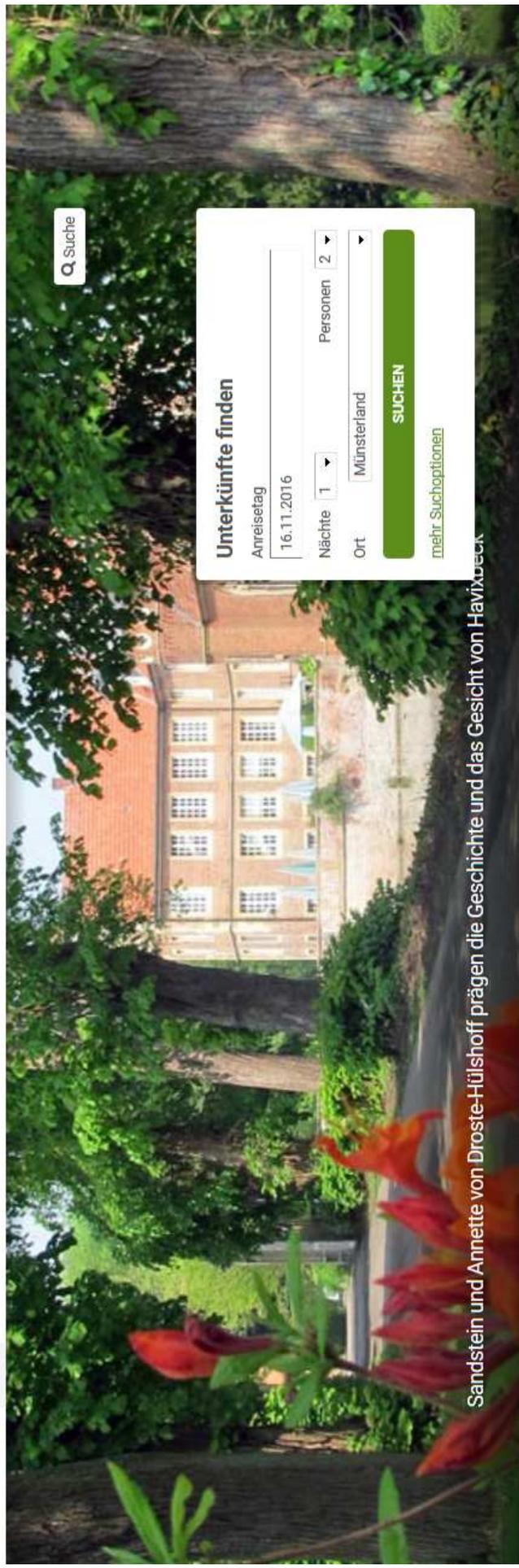


Service



Münsterland

Suche



**Unterkünfte finden**

Anreisetag  
16.11.2016

Nächte  Personen

Ort

**SUCHEN**

[mehr Suchoptionen](#)

Sandstein und Annette von Droste-Hülshoff prägen die Geschichte und das Gesicht von Havixbeck



## Havixbeck



Havixbeck ist der Geburtsort der berühmten Dichterin Annette von Droste-Hülshoff und ein reizvolles Ausflugsziel für **Burgbegeisterte** und **Sandsteinfreunde**. Alleine die Burg Hülshoff ist eine Reise nach Havixbeck wert. Wenn Ihnen dieses nicht genügt finden Sie in der nahen Umgebung **zahlreiche weitere Sehenswürdigkeiten** das

### Kontakt Havixbeck

- [E-Mail](#)
- [Internet](#)

### Mehr Infos zu...

- [Hotels](#)
- [Ferienwohnungen](#)
- [Burg Hülshoff](#)
- [Droste-Museum](#)
- [Sandsteinmuseum](#)
- [Rundfunkmuseum](#)

### Kurzinfo Havixbeck



Orte



Themen



Ich bin...



Urlaubsideen



Service

Münsterland



## Havixbeck



Havixbeck ist der Geburtsort der berühmten Dichterin Annette von Droste-Hülshoff und ein reizvolles Ausflugsziel für **Burgbegeisterte** und **Sandsteinfreunde**. Alleine die Burg Hülshoff ist eine Reise nach Havixbeck wert. Wenn Ihnen dieses nicht genügt, finden Sie in der nahen Umgebung von Havixbeck zahlreiche weitere Sehenswürdigkeiten des Münsterlandes.

### Havixbeck: Der Geburtsort von Annette von Droste-Hülshoff

Die Dichterin Annette von Droste-Hülshoff wurde 1797 auf **Burg Hülshoff** geboren und hat hier und im benachbarten **Haus Rüschaus** einige ihrer berühmtesten Werke verfasst. Am besten besichtigt man die ganze Anlage, das Haus, die wunderschöne historische Parkanlage und das Droste-Museum.

### Auf den Spuren des Sandsteins

Sehenswert in Havixbeck ist auch das **Baumberger Sandsteinmuseum**. Dabei erfahren Sie viel Interessantes über die Bearbeitung und Verwendung des Sandsteins. Entdecken und erleben Sie das angenehme ländliche Umfeld bei einer Rad- und Wandertour. Danach legen wir Ihnen eine regionale Spezialität ans Herz: selbstgebräutes kühles Bier und westfälische Gerichte in **Klute's Historischen Brauhaus**.

### Karte Havixbeck



#### Kontakt Havixbeck

- [E-Mail](#)
- [Internet](#)

#### Mehr Infos zu...

- [Hotels](#)
- [Ferienwohnungen](#)
- [Burg Hülshoff](#)
- [Droste-Museum](#)
- [Sandsteinmuseum](#)
- [Rundfunkmuseum](#)

#### Kurzinfo Havixbeck

- Einwohner: ca 11.800
- Fläche: ca. 53 km²
- Kreis Coesfeld

#### Markttag in Havixbeck

##### Markt in Havixbeck:

- Dienstag: 14 - 18 Uhr
- Freitag: 14 - 18 Uhr

#### Verkaufsoffene Sonntage in Havixbeck

- 17.04.2016
- 11.09.2016
- 04.12.2016

#### Webcam Havixbeck

- [Baumberger Sandsteinmuseum](#)



Orte



Themen



Ich bin...



Urlaubsideen



Service

Münsterland

### Insider-Tipp | Havixbeck

Bei einer Reise durch das Münsterland ist Sandstein ein ständiger Begleiter. Zahllose Bauwerke erstrahlen in dem typischen Farben des Sandsteins. Im Baumberger Sandsteinmuseum in Havixbeck wird die Entstehung und Gewinnung sowie die Steinbearbeitung erklärt. In Schnupperkursen können angehende Bildhauer auch einmal selbst Hand anlegen.

### Bildergalerie Havixbeck



### Markttag in Havixbeck

Markttag in Havixbeck

- Dienstags und Freitags: 14 - 18 Uhr

### Kontakt Tourist-Info Havixbeck



Tourist-Information Havixbeck und Umgebung e.V.

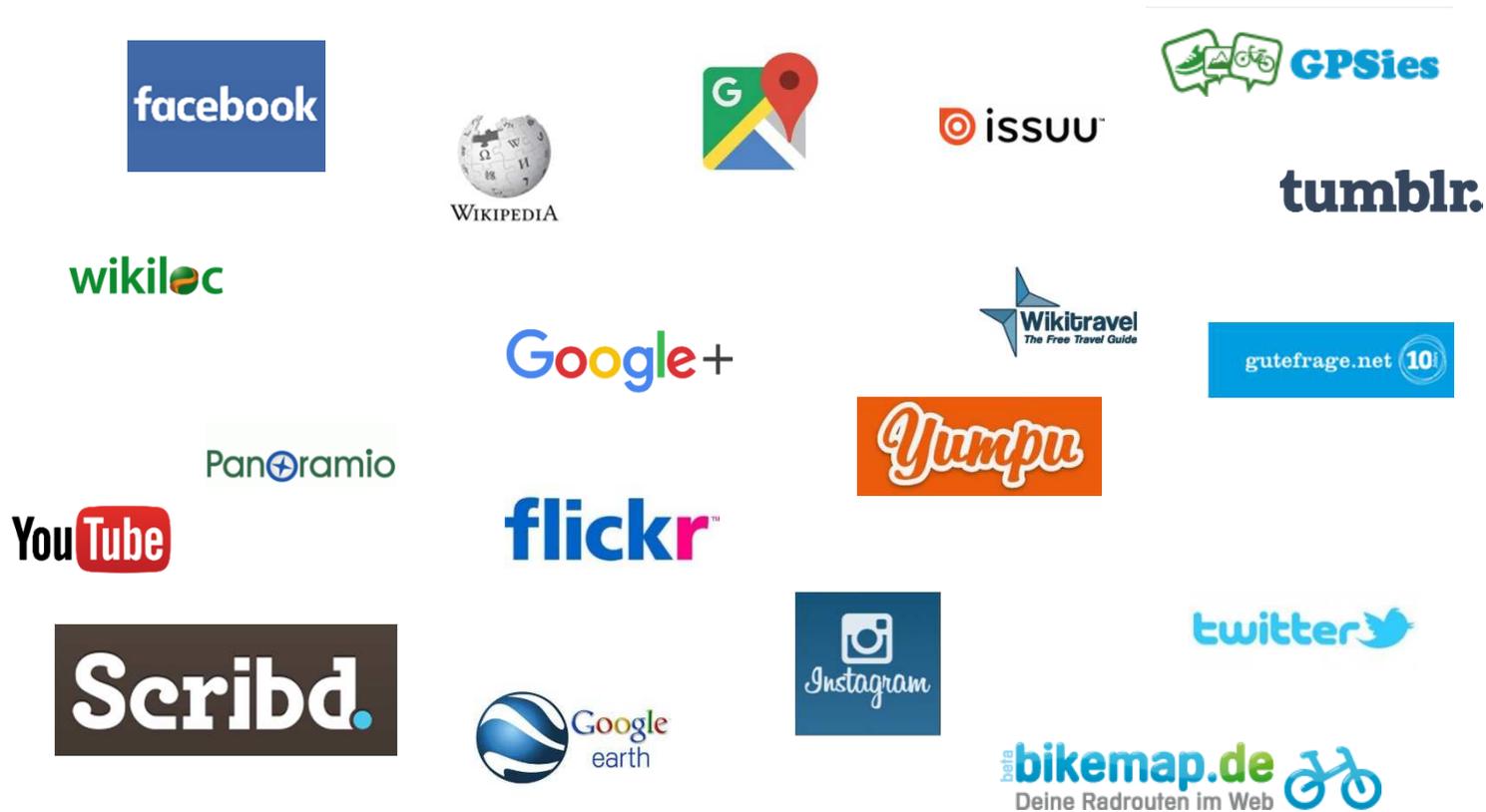
Willi-Richter-Platz 1 | 48329 Havixbeck

Tel.: 0 25 07 / 75 10 Fax: 0 25 07 / 41 34

[touristik@havixbeck.de](mailto:touristik@havixbeck.de) [www.touristik.havixbeck.de](http://www.touristik.havixbeck.de)



# Digitale/Soziale Medien



- „Bespielung“ der Kanäle sorgt für Reichweite, Wahrnehmung und Imagebildung
- **Möglichst Vermeidung von „weißen Flecken“ auf der digitalen Landkarte**

# Onlinebuchungssystem

## Ihre Gastgeber im Münsterland

Ort / Unterkunft / Freitext  Alle Kategorien

Anreise  Abreise  Erwachsene  Kinder

Check-In  Check-Out  2  0

Reisedatum unbekannt



START HOTEL **BUCHUNG** SERVICE RESTAURANT ANFAHRT KONTAKT



WESTFÄLISCHER  
LUSTBANDWIRTSCHAFTS  
PREIS  
2015  
Landhotel/Gasthof  
des Jahres  
NOTE 1,52

## BUCHUNG

INFORMATIONEN

CHECKIN & CHECKOUT  
Anreise: 15:00 - 00:00 Uhr  
Abreise: 07:00 - 11:00 Uhr

STORNIERUNG  
Die Stornierungsbedingungen ändern sich je nach Zimmerkategorie. Bitte lesen Sie die Bedingungen Ihres ausgewählten Zimmers.

VORZAHLUNG  
Die Vorauszahlungsbedingungen ändern sich je nach Zimmerkategorie. Bitte lesen Sie die Bedingungen Ihres ausgewählten Zimmers.

Verfügbarkeit prüfen

Anreise  Abreise

Check-In  Check-Out

Erwachsene  Kinder

2  0

- Umsatz über OBIS 2016: über € 3 Mio. (alle Buchungskanäle)
- Über 10.500 Buchungen im Jahr 2015 über das System, Tendenz steigend
- Fast 135.000 Zugriffe auf Buchungssystem allein über [www.muensterland-tourismus.de](http://www.muensterland-tourismus.de)
- Datenpflege von ca. 900 (!) Unterkünftsbetrieben durch den Münsterland e.V.



Orte



Themen



Ich bin...



Urlaubsideen



Service

Münsterland

UNTERKÜNFTE HOTELPAUSCHALEN ERLEBNISANGEBOTE GRUPPENANFRAGE

deutsch WARENKORB MERKLISTE

**Unterkunftssuche**

Reiseziel / Unterkunftsnamen  
 Havixbeck

Anreise  
 21.11.2016

Abreise  
 26.11.2016

Reisedatum unbekannt

Erwachsene 2 Kinder 0

Zimmer/Wohnungen hinzufügen

Suchen

« Suche zurücksetzen

6 Ergebnisse vom 21.11.2016 bis 26.11.2016

Liste Karte

Sortieren nach: Preis Sterne Ort Name Bewertung



### Ferienwohnung Treus

HolidayCheck.de

4.4

Weiterempfehlung 0%

Havixbeck

Lasbeck 21

Die Ferienwohnung Treus liegt ländlich, etwas außerhalb von Havixbeck auf einem Bauernhof. Das Ortszentrum von Havixbeck lässt sich jedoch problemlos zu Fuß...

Ferienwohnung für 1-4 Personen (60qm)

200,00 €

2 Pers., Ohne Verpflegung

Durchschnittspreis je Nacht: 40,00 €

Details & buchen

### Suchergebnis verfeinern

**Sterne**

1 2 3 4 5

**Top-Eigenschaften**

WLAN

**Kriterien**

**Betriebsart**

Bauernhof 5

Ferienwohnung 5



### Sandsteinhof Kückmann

4.5 | 1x F | 1x F

Havixbeck

Natrup 20

Erholen Sie sich auf unserem ganz aus Baumberger Sandstein erbauten Hof oder in der liebevoll renovierten "Mühle". Wohnung und Häuschen sind komfortabel...

Ferienwohnung Münsterblick, 75 qm

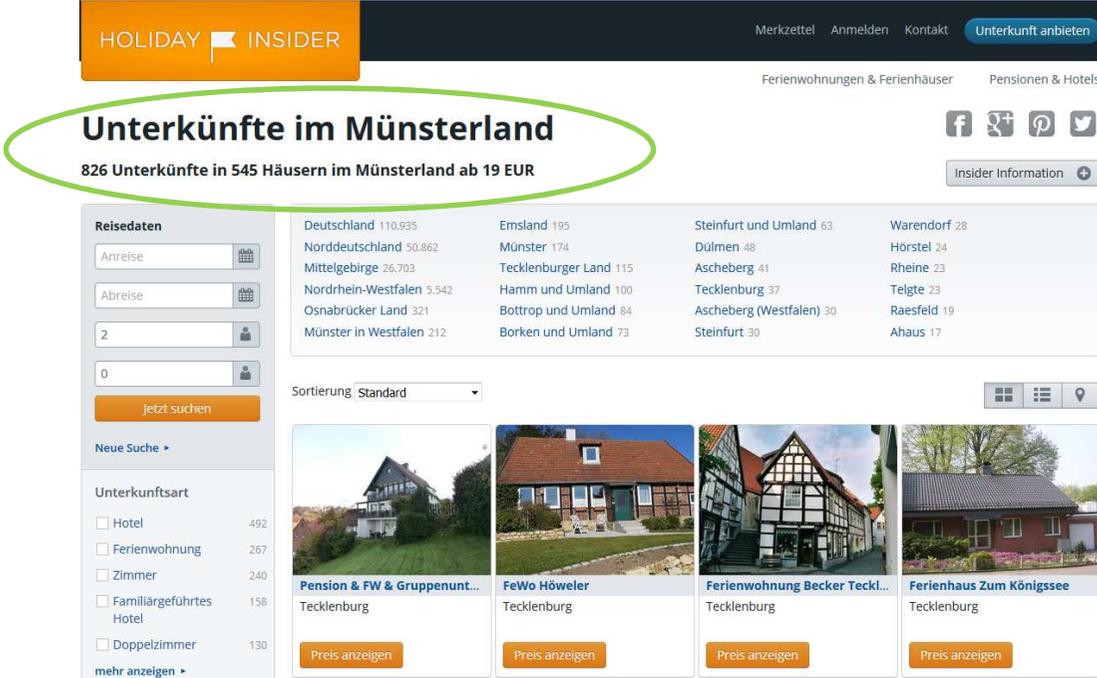
300,00 €

2 Pers., Ohne Verpflegung

Durchschnittspreis je Nacht: 60,00 €

+ 1 weiteres Angebot »

Details & buchen



**HOLIDAY INSIDER** Merkzettel Anmelden Kontakt [Unterkunft anbieten](#)

Ferienwohnungen & Ferienhäuser Pensionen & Hotels

**Unterkünfte im Münsterland**  
826 Unterkünfte in 545 Häusern im Münsterland ab 19 EUR

f + g+ p t Insider Information +

Reisedaten	Regionen			
Anreise <input type="text"/>	Deutschland 110.935	Emsland 195	Steinfurt und Umland 63	Warendorf 28
Abreise <input type="text"/>	Norddeutschland 50.862	Münster 174	Dülmen 48	Hörstel 24
<input type="text" value="2"/> Personen	Mittelgebirge 26.703	Tecklenburger Land 115	Ascheberg 41	Rheine 23
<input type="text" value="0"/> Nächte	Nordrhein-Westfalen 5.542	Hamm und Umland 100	Tecklenburg 37	Telgte 23
<a href="#">Jetzt suchen</a>	Osnabrücker Land 321	Botrop und Umland 84	Ascheberg (Westfalen) 30	Raesfeld 19
Neue Suche ▶	Münster in Westfalen 212	Borken und Umland 73	Steinfurt 30	Ahaus 17

Sortierung Standard

Unterkunftsart	Anzahl
<input type="checkbox"/> Hotel	492
<input type="checkbox"/> Ferienwohnung	267
<input type="checkbox"/> Zimmer	240
<input type="checkbox"/> Familiärgeführtes Hotel	158
<input type="checkbox"/> Doppelzimmer	130
<a href="#">mehr anzeigen ▶</a>	

 <b>Pension &amp; FW &amp; Gruppenunt...</b> Tecklenburg <a href="#">Preis anzeigen</a>	 <b>FeWo Höweler</b> Tecklenburg <a href="#">Preis anzeigen</a>	 <b>Ferienwohnung Becker Teckl...</b> Tecklenburg <a href="#">Preis anzeigen</a>	 <b>Ferienhaus Zum Königssee</b> Tecklenburg <a href="#">Preis anzeigen</a>
--	---	--	---

- Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern sorgt für Erhöhung der Reichweite, steigende Sichtbarkeit und somit Wahrnehmung der Region, messbare/nicht messbare zusätzliche Umsätze & Provisionseinnahmen
- Heranführung insb. von Kleinbetrieben an modernen online-Vertrieb
- ➔ **Kernziel:** Mehr Gäste/Touristen für die Region, egal über welche Kanäle!



## Buchungswege bei Urlaubsreisen: „lange“ Urlaubsreisen vs. Kurzurlaubsreisen



Urlaubsreisen (ab 5 Tagen) mit Vorabbuchung der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14+ Jahre; Mehrfachnennungen möglich.  
Quelle: RA 2016

## Tourismus im digitalen Wandel - FAZIT

- Es geht nicht um „gefällt mir“ oder nicht - Digitalisierung ist da (und geht nicht mehr weg)!
- **Kommunikation in stetigem Umbruch** - Zuhören, Mitreden, Gespräche begleiten
- Kunde bestimmt Zeit und Ort der Kommunikation
- Inhalte teilen - Image bilden - Relevanz erzeugen
- **ALSO: online, besser noch mobile first!**
- Herausforderung an Organisation und Abläufe

# Tourismus-Center



Heidi Feige



Katharina Winter



Tobias Benthin

(insgesamt 2 Vollzeitstellenanteile)

- **Zentrale - und meist erste - Anlaufstelle** für Münsterland-Touristen; viele Neukunden
- Beratungsstelle (sehr zeit- und somit personalintensiv!)
- Buchungsagentur mit Umsätzen im sechsstelligen Bereich p.a.
- Reiseveranstalter: u.a. Ent- u. Abwicklung Pauschalen & Führungen (z.B. IGLO)
- Beschwerdemanagement
- Ticketverkauf Münsterland Festival, Verkauf Reisekarten- und -führer
- Geschätzt allein **10.000 Kundenkontakte** p.a., weitere 37.000 online bestellte Reisekataloge 2015
- **Unverzichtbar als Service-Baustein**



Münsterland e.V.

# (Masterplan) Schlösser- und Burgenregion



- Projekt im Rahmen der Regionale 2016
- Erarbeitung eines prozesshaften Masterplans als Leitfaden für die Entwicklung und Umsetzung von Projektbausteinen/ Handlungsempfehlungen und die Zeit darüber hinaus
- Umsetzungsschritte werden derzeit erarbeitet
- Erste Initiative daraus: Schlösser- & Burgentag Münsterland, der erstmals am 17./18.06.2017 stattfindet



# Zielsetzungen Schlösser- und Burgenregion

- Mehr und bessere Angebote, Qualität und Attraktivität in den Bereichen Schlösser und Burgen (Anlagen) sowie Radwege (v.a. 100 Schlösser Route)
- Bessere Inszenierung/Erlebbarkeit/Zugänglichkeit der Schlösser
- Optimierung der (Radwege-)Infrastruktur
- Erhöhung der Gäste- und Übernachtungszahlen
- Steigerung der Umsätze und der Wertschöpfung (Einkommen, Gewinne) und somit auch von Steuereinnahmen
- Stärkung des touristischen Profils des Münsterlandes
- Wichtiger Beitrag zur Regionalentwicklung und somit insgesamt Stärkung des Münsterlandes im Wettbewerb der Regionen und Destinationen, was zudem auch die Lebensqualität der hier lebenden Menschen erhöht

## Zusammenarbeit im EUREGIO-Verbund

- NL wichtigster ausländischer Quellmarkt
- Bewährte und zielführende Zusammenarbeit wird fortgesetzt
- Aktuelles Förderprojekt seit Juli 2015 (2 Vorgängerprojekte)
- Zuwachs Ankünfte aus den NL 2015 vs. 2005 um 62,8 %!
- Steigerung Übernachtungen 2015 vs. 2005 um 116,4 %!

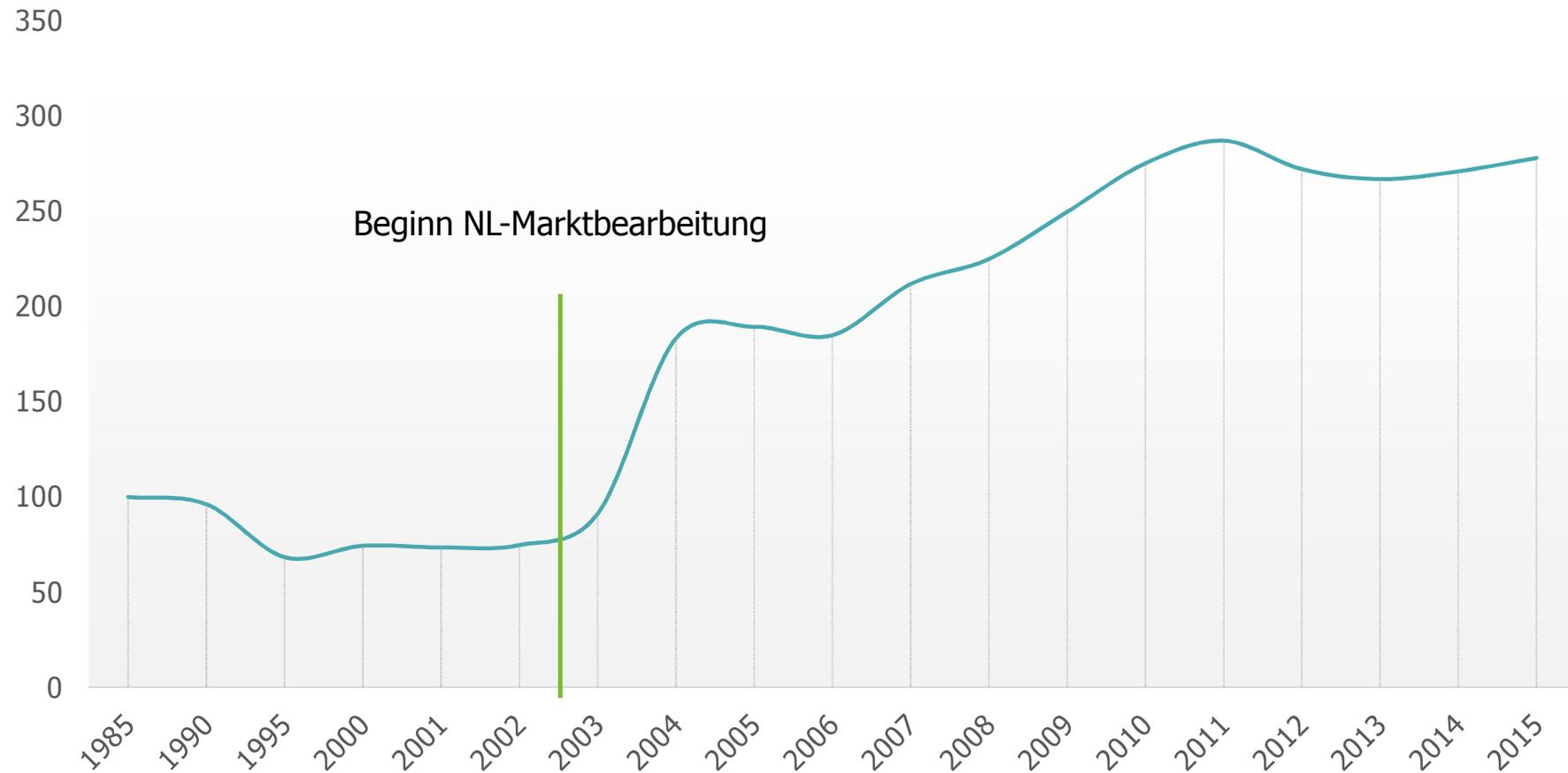
➔ **Es lohnt sich zu investieren!**





Münsterland e.V.

# Übernachtungen niederländischer Gäste





Münsterland e.V.

## Zusammenarbeit mit Tourismus NRW e.V.

**NORD**  
**RHEIN**  
**WEST**  
**FALEN**

- Acht Marken: Aktiv, Gesund, Genuss, Kultur, Städte, Events, Business, Natur
- Vermarktung des Landes, seiner Regionen & Produkte, z.B. NRW-Magazin
- Münsterland e.V. ist stv. für Kreise/MS Mitglied
- Acht Förderprojekte des Tourismus NRW e.V. haben gerade begonnen: u.a. „Innovationswerkstatt“ und „KulturReiseLand NRW“, an denen der Münsterland e.V. als Partner stellvertretend für die Region beteiligt ist
- B2C-Portal: [www.dein-nrw.de](http://www.dein-nrw.de)
- B2B-Portal: [www.touristiker-nrw.de](http://www.touristiker-nrw.de)



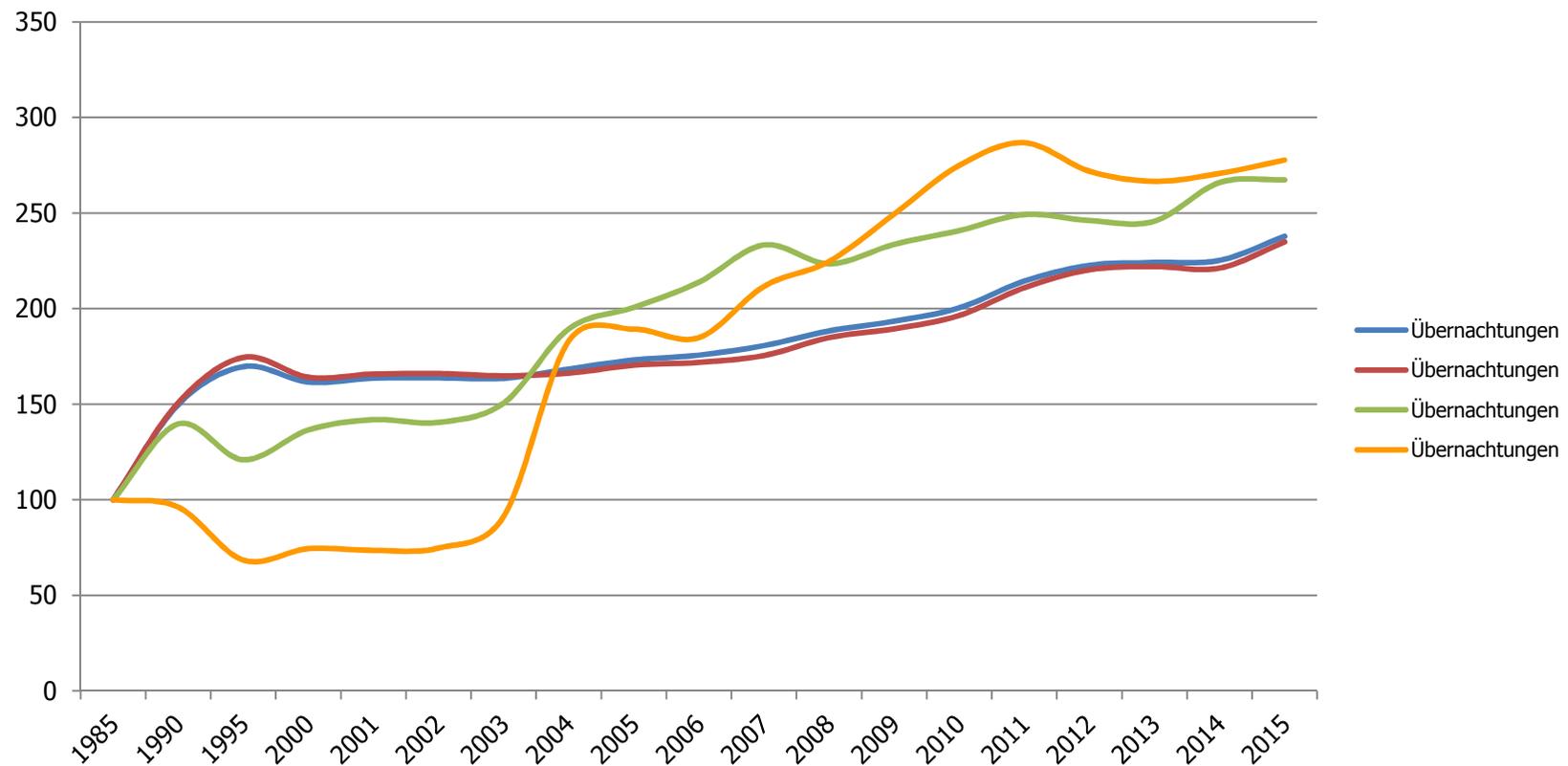
**Auch hier lohnt sich zu investieren, ab € 199,-- netto!**



Münsterland e.V.

# Langjährige prozentuale Entwicklung der Gästeübernachtungen im Reisegebiet Münsterland

- Zahlen nach amtlicher Statistik, 1985: Indexwert 100 -



**1985 vs. 2005:  
+ 137,8 % Übernachtungen**

**2015 vs. 2005:  
+ 37,4 % Übernachtungen**



Münsterland e.V.

## TOP 10 der Orte mit den meisten Übernachtungen im Jahr 2015 (Verbandsgebiet des MSL e.V.)\*

1. Münster	1.357.881 Übernachtungen	(- 0,4 % vs. 2014)
2. Tecklenburg	176.086 Übernachtungen	(+ 10,3 % vs. 2014)
3. Haltern am See	164.708 Übernachtungen	(+ 6,2 % vs. 2014)
4. Borken	96.314 Übernachtungen	(+ 3,7 % vs. 2014)
5. Gronau	96.303 Übernachtungen	(+ 7,5 % vs. 2014)
6. Bocholt	95.946 Übernachtungen	(+ 63,0 % vs. 2014)
7. Rheine	79.967 Übernachtungen	(+ 27,0 % vs. 2014)
8. Warendorf	77.210 Übernachtungen	(+ 5,7 % vs. 2014)
9. Telgte	75.599 Übernachtungen	(+ 69,8 % vs. 2014)
10. Hörstel	75.268 Übernachtungen	(+ 8,4 % vs. 2014)
Gesamt Top 10	2.295.282 Übernachtungen	→ 57,7 % aller ÜN

→ Insgesamt 18 von 70 Orten mit jeweils mehr als 50.000 Übernachtungen

→ **Havixbeck 2015: 17.398 Übernachtungen**

\* Münsterlandkreise, Stadt Münster, Haltern am See, Lippetal, Werne (für Bad Waldliesborn sind keine Zahlen vorhanden); Übernachtungszahlen laut amtlicher Statistik (Betriebe mit 10 oder mehr Betten)

<b>Tourismusentwicklung 2015</b> (Reisegebiet Münsterland)		<u>Quelle/Grundlage</u>
1.631.048	Ankünfte gewerblich ( <u>inkl.</u> Touristik-Camping)	Amtliche Statistik
3.756.556	Übernachtungen gewerblich ( <u>inkl.</u> Touristik-Camping)	Amtliche Statistik
1.542.301	Ankünfte gewerblich ( <u>ohne</u> Touristik-Camping)	Amtliche Statistik
<b>3.469.092</b>	Übernachtungen gewerblich ( <u>ohne</u> Touristik-Camping)	Amtliche Statistik
<b>1.600.000</b>	Übernachtungen Touristik- und Dauercamping (hochgerechnet für 2013; 2011 laut DWIF: 1.493.000)	DWIF 2012 & eigene Berechnungen
135.000	Ankünfte privat (hochgerechnet für 2013; 2011 laut DWIF: 120.000)	DWIF 2012 & eigene Berechnungen
<b>630.000</b>	Übernachtungen privat (hochgerechnet für 2013; 2011 laut DWIF: 585.000)	DWIF 2012 & eigene Berechnungen
<b>5.700.000</b>	<b>Übernachtungen in privaten und gewerblichen Betrieben</b> (gerundet)	
<b>50.500.000</b>	Tagesbesucher (hochgerechnet für 2015; 2014 laut DWIF: 49.200.000)	DWIF 2014 & eigene Berechnungen
<b>56.200.000</b>	<b>Touristische Aufenthaltstage</b>	



Münsterland e.V.

## Wirtschaftsfaktor Tourismus am Beispiel Münsterland

### Eine einfache Rechnung?



Quelle: dwif-Consulting GmbH, München, Vortrag auf dem Tourismustag des Kreises Steinfurt 2012

# Umwegrentabilität bzw. 1. Umsatzstufe



Ausgaben durch Touristen:



Quelle: dwif 2012

Quelle: dwif-Consulting GmbH, München, Vortrag auf dem Tourismustag des Kreises Steinfurt 2012

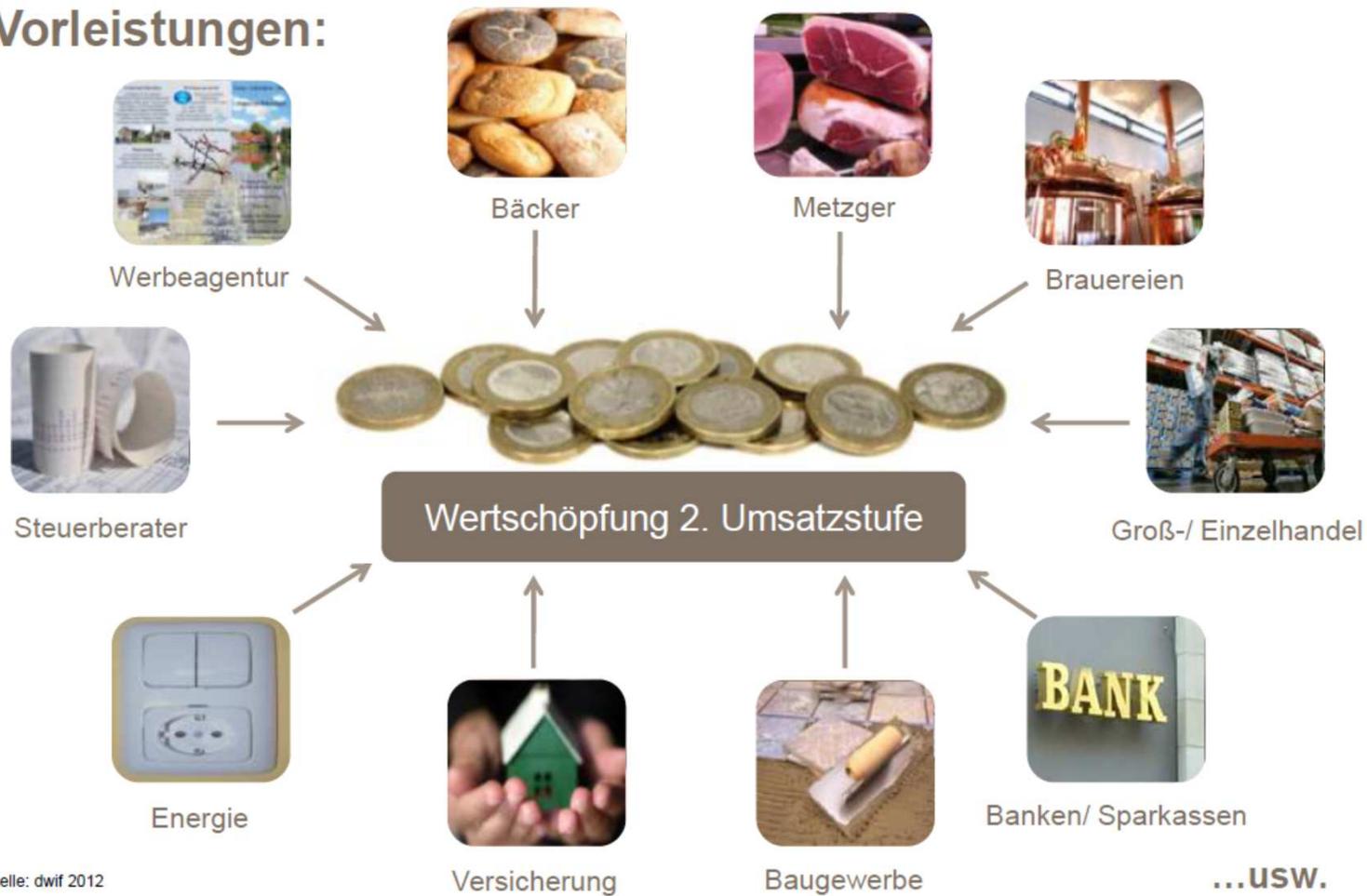


Münsterland e.V.

## Umwegrentabilität bzw. 2. Umsatzstufe

dwif  
consulting

### Vorleistungen:



Quelle: dwif 2012

Quelle: dwif-Consulting GmbH, München, Vortrag auf dem Tourismustag des Kreises Steinfurt 2012

## Definition des Tagesbesucherverkehrs

Als Tagesausflug wird jedes Verlassen des Wohnumfeldes bezeichnet, mit dem keine Übernachtung verbunden ist und das...

- **nicht** als Fahrt von oder zur Schule, zum Arbeitsplatz zur Berufsausübung vorgenommen wird,
- **nicht** als Einkaufsfahrt zur Deckung des täglichen Bedarfs dient (z.B. Lebensmittel) und
- **nicht** einer gewissen Routine oder Regelmäßigkeit unterliegt (z.B. regelmäßige Vereinsaktivitäten im Nachbarort, Krankenhausbesuche, Arztbesuche, Behördengänge, Gottesdienstbesuche).



Münsterland e.V.

## **Ausgaben durch Übernachtungsgäste in gewerblichen Quartieren (ohne Camping) im Reisegebiet Münsterland**

Beherbergung:	EUR	50,60
Gastronomie:	EUR	24,90
Lebensmitteleinkäufe:	EUR	5,20
Sonstige Einkäufe:	EUR	19,70
Freizeit/Unterhaltung:	EUR	8,80
Lokaler Transport:	EUR	2,70
Sonstige Dienstleistungen:	EUR	5,60
<b>SUMME:</b>	<b>EUR</b>	<b>117,50</b>



Münsterland e.V.

## Ausgaben durch Tagesgäste im Reisegebiet Münsterland

Beherbergung:	EUR	0,00
Gastronomie:	EUR	7,20
Lebensmitteleinkäufe:	EUR	1,40
Sonstige Einkäufe:	EUR	12,40
Freizeit/Unterhaltung:	EUR	3,00
Sonstige Dienstleistungen:	EUR	1,20
<b>SUMME:</b>	<b>EUR</b>	<b>25,20</b>



Münsterland e.V.

## Wirtschaftsfaktor Tourismus 2015

- Bezogen auf das Reisegebiet Münsterland; verschiedene Quellen; Angaben ohne Gewähr -

407.618.000 €	Primärbruttoumsatz Übernachtungen gewerblich (ohne Camping; Ø-Wert für 2011 für 2015 angesetzt)
37.600.000 €	Primärbruttoumsatz Übernachtungen Touristik- u. (Ø-Wert für 2011 für 2015 angesetzt)
39.816.000 €	Primärbruttoumsatz Übernacht. privat (Ø-Wert für 2011 für 2015 angesetzt)
485.000.000 €	Primärbruttoumsatz Übernacht. gewerblich (Ø-Wert für 2011 für 2015 angesetzt)
1.272.600.000 €	Primärbruttoumsatz (Ø-Wert für 2011 für 2015 angesetzt)
<b>1.758.000.000 €</b>	<b>Primärbruttoumsatz gesamt (gerundet)</b>
223.500.000 €	Absolute Einkommenswirkungen aus dem Tourismus (laut DWIF für 2011 rechnerisch 12,72 %; gerundet)
<b>1.534.500.000 €</b>	<b>Nettoumsatz gesamt (gerundet)</b>
330.000.000 €	Indirekte Einkommenswirkungen aus dem Tourismus (laut DWIF für 2011 rechnerisch 26,87 % des Nettoumsatzes; gerundet)
749.000.000 €	<b>Absoluter touristischer Beitrag zum Primäreinkommen</b> (1. und 2. Umsatzstufe; gerundet)
<b>186.000.000 €</b>	<b>Steuereinnahmen</b> (hier nur MwSt. + Einkommenssteuer) aus dem Tourismus (laut DWIF für 2011 rechn. 10,59 % des Primärbruttoumsatzes; gerundet)

**ACHTUNG: Kennzahlen (absolut und prozentual) dürfen nicht auf eine einzelne Kommune heruntergebrochen werden, da immer die örtlichen Verhältnisse berücksichtigt werden müssen!**



Münsterland e.V.

# Münsterland-Tourismus: Daten & Fakten

- Reisegebiet Münsterland (Kreise Borken, Coesfeld, Steinfurt & Warendorf sowie Stadt Münster) -

1985 vs. 2005: <u>+ 137,8 % Übernachtungen</u>	<u>1,631 Mio.</u> Gäste (gewerblich) 2015	<u>3,757 Mio.</u> Übernachtungen (gewerblich) 2015
2015 vs. 2005: <u>+ 37,4 % Übernachtungen</u>	Ca. <u>50 Mio.</u> Tagesbesucher	<u>€ 1,758 Mrd.</u> Primär- bruttoumsatz 2015 aus dem Tourismus
<u>€ 186 Mio.</u> Steuereinnahmen 2015 aus dem Tourismus („nur“ MwSt. + Einkommenssteuer)	Stadt Rheine 2012: <u>€ 2,8 Mio.</u> tourismusbedingten Erlösen standen „nur“ <u>€ 0,9 Mio.</u> an Aufwendungen für Tourismus gegenüber	

**Ergo: ES LOHNT SICH IN DEN TOURISMUS ZU INVESTIEREN!**

Quellen: Verschiedene, u.a. amtliche Statistik (gewerbliche Betriebe mit > 9 Betten), DWIF, Sparkassen-Tourismusbarometer Westfalen Lippe 2013; teils hochgerechnete Werte



Münsterland e.V.

# Vom Tourismus im Münsterland profitierende Wirtschaftszweige



Übernachtungsgäste in Betrieben  
Bruttoumsatz: 448,6 Mio. €

Tagesbesucher  
Bruttoumsatz: 1.638,0 Mio. €



Gastgewerbe  
62,6 %



Einzelhandel  
23,8 %



Gastgewerbe  
23,8 %



Dienstleistungen  
14,6 %



Dienstleistungen  
9,2 %

**ACHTUNG: Zahlen aus Vortrag von 2012!  
Kernaussage: Gastgewerbe und Einzelhandel sind Hauptprofiteure!**



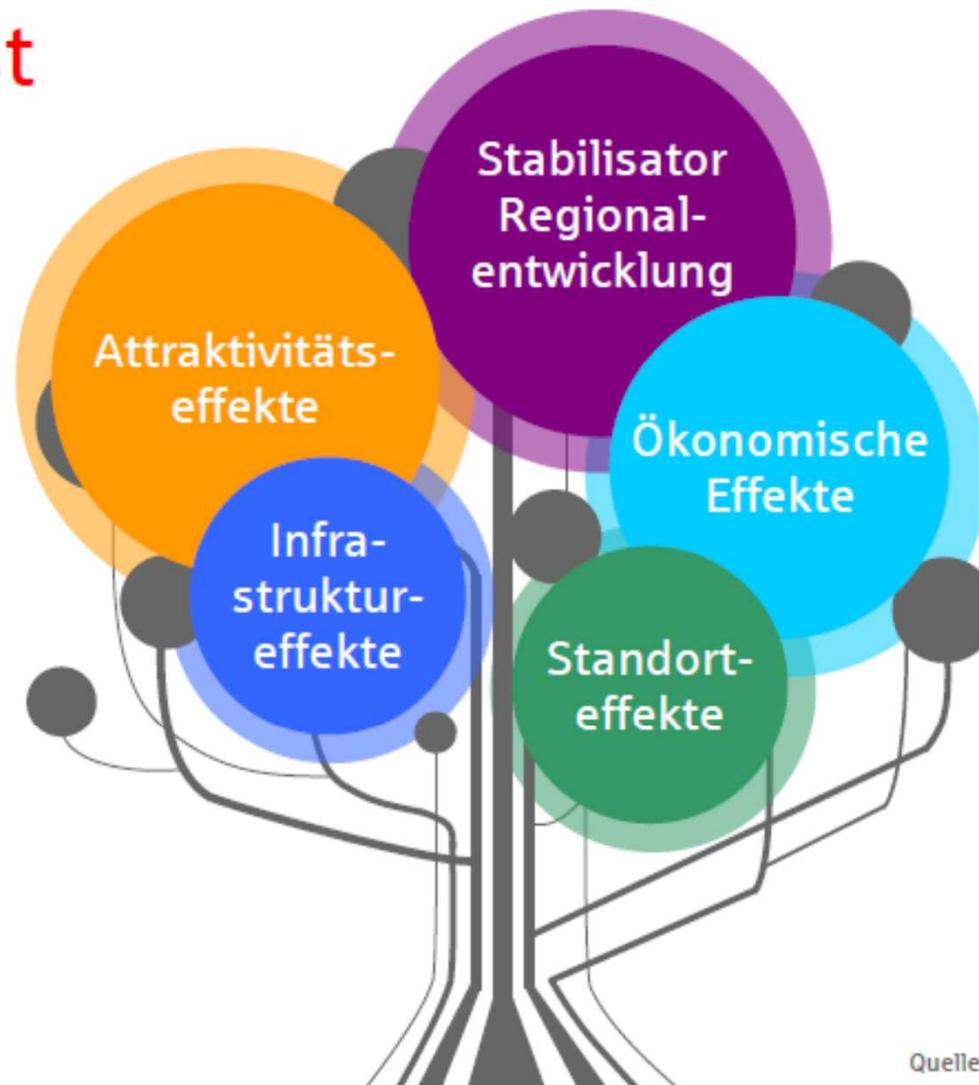
Quelle: dwif 2012

Bilder: tommyS, Stephanie Hofschlaeger, juergen boehler\_pixelio.de.



Münsterland e.V.

Tourismus ist  
weit mehr  
als ein  
Wirtschafts-  
faktor



 Sparkassenverband  
Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016

 dwif  
consulting

Quelle: dwif-Consulting GmbH - Vortrag zum Sparkassen-Tourismusbarometer Westfalen-Lippe 2016  
von Karsten Heinsohn am 11.10.2016 in Düsseldorf



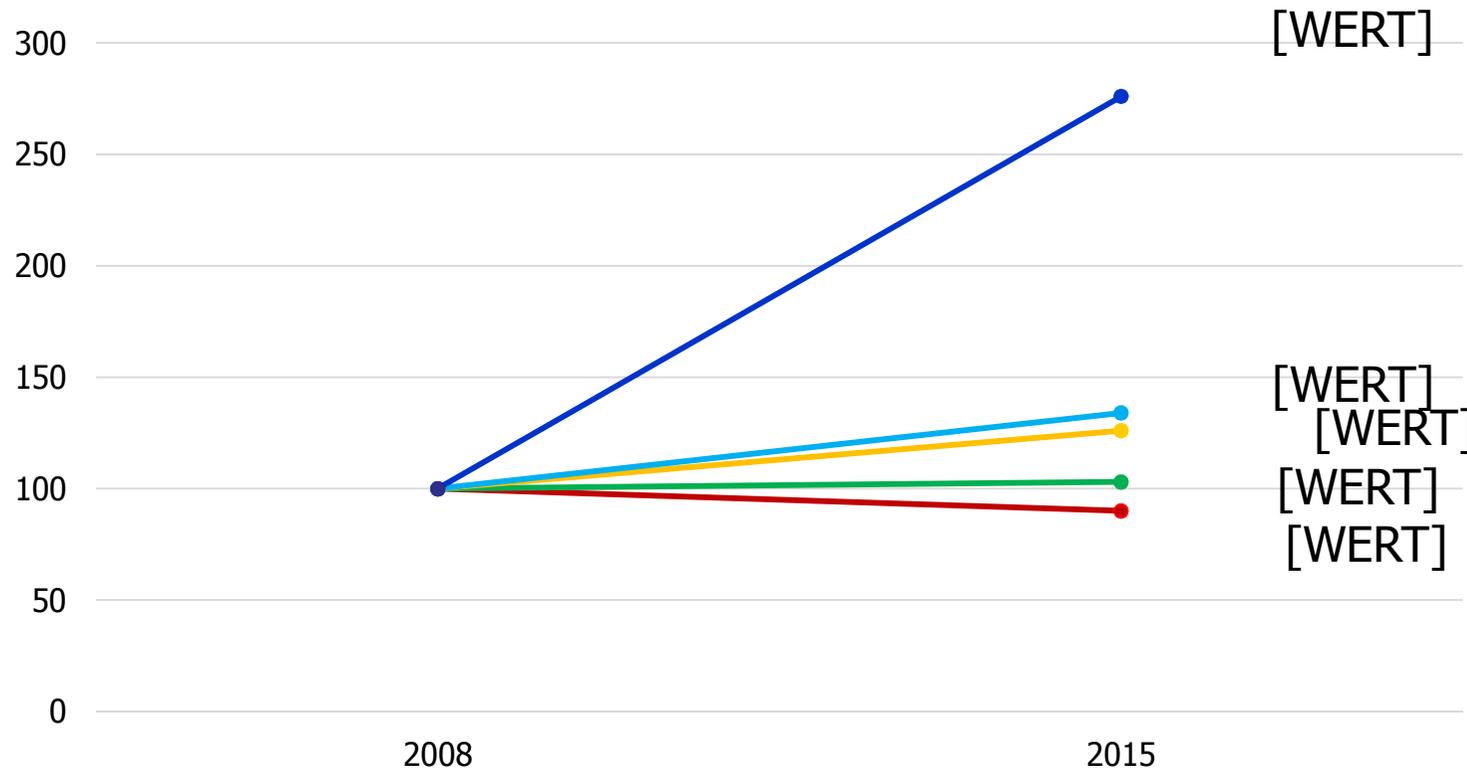
Münsterland e.V.

# Kennzahlen Münsterland e.V.

Index 2008 = 100

**Ausblick  
2016**

**349**  
Fördermittel



[WERT]

[WERT]  
[WERT]  
[WERT]  
[WERT]

**136**  
Übernachtungen  
(Basis:  
Fortschreibung  
Jan.-April 2016)

Mitarbeiter (Kern)

Mitgliedsbeiträge / Zuschüsse gesamt (ohne Fördermittel)

Gästeübernachtungen (gewerbliche Betriebe)

Bilanzsumme

Eingeworbene Fördermittel p.a.

## Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

### Kontakt:

Münsterland e.V.

Michael Kösters (Generalbevollmächtigter)

Airportallee 1  
48268 Greven

Tel. 0 25 71 - 94 93 02

Fax 0 25 71 - 94 93 62

Mail: [koesters@muensterland.com](mailto:koesters@muensterland.com)

[www.muensterland.com](http://www.muensterland.com) (Portalseite des Vereins)

[www.muensterland-tourismus.de](http://www.muensterland-tourismus.de)

