

Erhöhung des Gesellschafterzuschusses an die OWL GmbH für das neue Destinationsmanagement Teutoburger Wald

Fragen:

1. Welche quantifizierbaren Ziele sollen mit der Erhöhung des Zuschusses erreicht werden?
2. Sollen beispielsweise die Übernachtungszahlen gesteigert werden (auf Basis 2019?)? Um welche Zahl? Soll der digitale Zugriff (digitale Besucher, User u. w.) gesteigert werden? Wenn ja, um welche Zielmarke?

Vorbemerkung:

Im Rahmen des Projektes „Zukunftsfit Digitalisierung“ beraten Vertreter der Landkreise in OWL und der Stadt Bielefeld seit 2019 über gemeinsame Maßnahmen und Ziele. Mit Unterstützung des Deutschen Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (dwif) wird auch über messbare Ziele beraten. Eine verbindliche Einigung über die gemeinsamen Ziele wird laut federführender OWL GmbH in den nächsten Monaten erwartet. Es ist aber nach intensiven Gesprächen bereits jetzt absehbar, wie diese quantifizierbaren Ziele aussehen werden. Nach den außergewöhnlichen Entwicklungen der vergangenen Jahre (Stichwort Corona) empfehlen die Gutachter vom dwif den Blick auf vergleichbare Tourismusdestination (z.B. andere deutsche Mittelgebirgsregionen) und Messgrößen, die sich auf diese Vergleiche beziehen. Vorbehaltlich der Zustimmung durch die Gremien der OWL GmbH und der Vertreter der Landkreise sollen diese Ziele maßgeblich für die künftige Arbeit der OWL GmbH sein.

Einführung & KPIs (Entwurf)

- Das Destinationsmanagementkonzept schafft positive Rahmenbedingungen, um zu anderen Wettbewerbern aufzuschließen und wieder konkurrenzfähig zu sein. So ist die Region zukunftsfähig aufgestellt und für anstehende Herausforderungen, z.B. im Bereich der Digitalisierung, gut gerüstet. Dabei werden explizit auch verstärkt die eigene Bevölkerung über die Verbesserung der Lebensqualität sowie die Professionalisierung der Branche in der Region als künftige Aufgabenschwerpunkte in den Blick genommen.
- Die erfolgreiche Entwicklung von Freizeit und Tourismus der Region hängt von den Aktivitäten aller Akteure von der Regions- über die Kreis- und Ortsebene bis hin zu den Leistungsträger*innen im Sinne des gemeinsam entwickelten Destinationsmanagementkonzeptes ab.
- Um die messbaren Effekte des Konzeptes zu evaluieren und ggf. Optimierungen vornehmen zu können, wird ein Kennzahlenset definiert. Dieses setzt sich aus direkt beeinflussbaren Kennzahlen (z.B. Steigerung der Zugriffe auf Datenbankinhalte, Maßnahmen zum Know-how-Transfer, Zufriedenheit der TWT Partner) und indirekt beeinflussbaren Kennzahlen (z.B. Steigerung der Übernachtungszahlen, Pro-Kopf-Ausgaben der Gäste, klassifizierte Betriebe) zusammen.
- Folgende Kennzahlen sind derzeit Gegenstand der aktuellen Diskussion und müssen durch den Lenkungskreis noch final verabschiedet werden:

Strategische Destinationskennzahlen (indirekt beeinflussbar)

- Steigerung von Markenbekanntheit und Besuchsbereitschaft „Teutoburger Wald“ (gemessen an der bundesweiten Studie „DestinationBrand“)
- Steigerung der Wertschöpfung (Pro-Kopf-Ausgaben der Tages- und Übernachtungsgäste ermittelt über die regelmäßige Wirtschaftlichkeitsberechnung für den Teutoburger Wald)
- Steigerung der Übernachtungszahlen (Ziel: überdurchschnittlich dynamische Entwicklung im Vergleich zu den deutschen Mittelgebirgen)
- Zufriedenheit der eigenen Bevölkerung mit Freizeit- und Erholungsangeboten der Region (im Rahmen regelmäßiger Online-Befragungen)

B2B-Kennzahlen (direkt beeinflussbar)

- Ausbau der Vernetzungsaktivitäten, E-Learning-Plattform/Schulungen, Beratungen, Partnerveranstaltungen für die relevanten Branchenakteure (gemessen an den Angeboten des TWT und seiner Partner)
- Zufriedenheit der Partner des TWT (regelmäßige Erhebung)
- Dauerhafte Bereitstellung der Datenbank für die Partner in der Region und Aufbau einer qualitativ hochwertigen Datenstruktur (gemessen an qualifizierten Datensätzen über das Qualitätsmanagementsystem der gesamtregionalen Datenbank)

Digitale Sichtbarkeit der Region (direkt/indirekt beeinflussbar)

- Steigerung der Interaktionen und Kooperationen mit Social-Media-Influencern (gemessen an z.B. Followern, erreichte Views, Posts)
- Steigerung der Seitenaufrufe der Internetpräsenz www.teutoburgerwald.de (internes Statistiktool)
- Steigerung der Reichweite des freizeit- und tourismusbezogenen Contents der gesamtregionalen Datenbank (Monitoringansätze im Aufbau)

Gutachterliche Empfehlung: kontinuierliche Steigerung/Verbesserung der Kennzahlen als Ziele verankern; Bewertung der konkreten Entwicklung der KPIs laufend über die Gremien des TWT.