EINBECK

EINBECK
JAHRESBERICHT TOURISMUS 2023

Einbeck, 18. April 2024

INHALT

Vorbemerkung 1

1. Touristische Kennzahlen 2

1.1 Übernachtungen und Ankünfte 2

1.2 Herkunft 3

1.3 Aufenthaltsdauer 4

1.4 Auslastung 4

1.5 Wohnmobilstellplatz 5

1.6 Zusammenfassung & Kurzüberblick 5

2. Tourist-Information 5

2.1 Besucherzahlen und Öffnungszeiten 5

2.2 Souvenirs 7

2.3 Stadtführungen & Erlebnisse 9

2.4 Unterkünfte 12

2.5 Gästeführer:innen 13

2.6 Qualitätsicherung 13

2.7 Vertrieb 13

2.8 Busgruppen 14

3 Tourismusmarketing und – entwicklung 15

3.1 Binnenmarketing 16

3.2 Digitale Services 19

3.3 Publikationen 26

3.4 Kampagnenplanung 27

3.5 Marktforschung 30

3.6 Presse- und Medienarbeit 31

3.7 Auslandsmarketing 32

3.8 Kooperationspartner und Netzwerke 33

3.9 Messen und Ausstellungen 38

4. Schlussbemerkung 40

Anhang XXXVII

VORBEMERKUNG

Der Jahresbericht 2023 von Einbeck Tourismus gliedert sich in drei Bereiche:

1) Touristische Kennzahlen
2) Tourist-Information (kurz: TI)
3) Tourismusmarketing und -entwicklung

Im **ersten Teil** werden touristische Kennzahlen thematisiert. So wird auf die Übernachtungs- und Ankunftszahlen des Jahres 2023 in Einbeck eingegangen. Des Weiteren werden Herkunftsländer von Einbecks Gästen, ihre durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Stadt, die durchschnittliche Auslastung der verfügbaren Betten in Einbeck und die Besucher:innenzahlen des Wohnmobilstellplatzes in Einbeck im Jahr 2023 ausgewertet.

Der **zweite Teil** umfasst Auswertungen der TI Einbeck aus dem Jahr 2023. Es werden die Besucher:innenzahlen und die Anzahl an gebuchten Stadtführungen im Jahr ausgewertet. Ebenso geht der Jahresbericht auf die Arbeit mit den Gästeführer:innen Einbecks und die Zahl an online getätigten Unterkunftsbuchungen ein. Zudem wird verdeutlicht, welches Souvenir die TI am meisten verkaufte und welche Produkte Einbeck Tourismus im Jahresverlauf neu in das Sortiment der TI mit aufnahm. Ebenfalls enthält dieser Teil des Berichtes eine Darstellung der Verkäufe an Souvenirartikeln über den Onlineshop. Im Rahmen der Qualitätssicherung der TI Einbeck wird die Auszeichnung mit der *i-Marke* betrachtet.

Im **dritten Teil** des Jahresberichtes wird dargestellt, welche Aufgaben und Maßnahmen Einbeck Tourismus im Rahmen des Tourismusmarketings und der Tourismusentwicklung im Jahr 2023 umsetzte. Dazu gehörten folgende Themenbereiche: Binnenmarketing, Digitale Services, Publikationen, Kampagnenplanung, Marktforschung, Presse- und Medienarbeit, Auslandsmarketing, Arbeit mit Kooperationspartnern und Netzwerken sowie die Präsentation Einbecks auf Messen oder der Landesgartenschau Bad Gandersheim (Laga).

Alle drei zugrundeliegenden Bereiche dieses Jahresberichtes 2023 beziehen sich auf die nach Handlungsfeldern unterteilten **17 Maßnahmen** (siehe Auszug im Anhang) und dessen Ziele aus dem Touristischen Marketingplan 2023. Die strategischen Handlungsfelder basieren auf der Ausarbeitung des Markenkerns sowie der Zielgruppendefinition des Markenbildungsprozesses mit Abschluss 2020. Es gibt folgende Handlungsfelder:

- Marketing und Kommunikation
- Angebots- und Produktentwicklung
- Infrastruktur-Entwicklung
- Kooperation und Stakeholder-Management
- Schulungen und Weiterbildungen

Durch eine Maßnahmenkennzeichnung (z. B. M 1) wird im laufenden Fließtext kenntlich gemacht, auf welche Maßnahme sich die beschriebene Umsetzung durch Einbeck Tourismus bezieht.

1. TOURISTISCHE KENNZAHLEN

1.1 ÜBERNACHTUNGEN UND ANKÜNFTE

Einbeck kann sich über ein neues touristisches Rekordjahr freuen, denn 2023 hat die Zahlen des bisherigen Rekordjahres 2019 übertroffen. Das Tourismusjahr 2023 zeigt nicht nur einen deutlichen Positivtrend im Vergleich zu 2022 auf, viel mehr noch haben die Zahlen das bisherige Rekordjahr 2019 übertroffen. Nach Angaben des niedersächsischen Landesamtes für Statistik kann Einbeck von Januar bis einschließlich Dezember 2023 insgesamt **48.096 Gästeankünfte** verzeichnen. Das entspricht einem Anstieg zum Vorjahr um **38,7 Prozent**. Im Vergleich zum Jahr 2019, vor Beginn der Pandemie, ist ebenso ein Anstieg von **18,7 Prozent** bei den Gästeankünften zu verzeichnen. Ähnlich sieht es bei den Übernachtungszahlen aus, die in 2023 bei **98.701 Übernachtungen** lagen und somit um **54,6 Prozent** höher waren als im Jahr 2022 mit **66.062** Übernachtungen (Vergleich 2019 plus **25,25 Prozent**). Der Juni war mit **10.790 Übernachtungen** und **5.380 Ankünften** der stärkste Monat. Aber auch die Monate Mai und September stechen mit mehr als 10.000 Übernachtungen pro Monat heraus. Außerdem konnten das komplette Jahr über jeden Monat nicht nur mehr Gästeübernachtungen als das Vorjahr verzeichnet werden, sondern auch mehr Gästeübernachtungen als im bisherigen Rekordjahr 2019. Gleiches gilt für die Gästeankünfte (außer in den Monaten Januar und November). Zu erwähnen ist, dass im Jahr 2023 der Wohnmobilstellplatz erstmalig seine Übernachtungszahlen gemeldet hat (siehe 1.5). Doch auch ohne die Zahlen (4.094 Übernachtungen) liegt Einbeck noch weit über dem Vorjahr 2022, sowie über dem Rekordjahr 2019. Somit lässt sich feststellen, dass das Tourismus Jahr 2023 als neues Rekordjahr, bezogen auf die Übernachtungszahlen, bezeichnet werden kann.

Die folgende Grafik zeigt die Übernachtungen und Gästeankünfte seit 2015 im Vergleich.

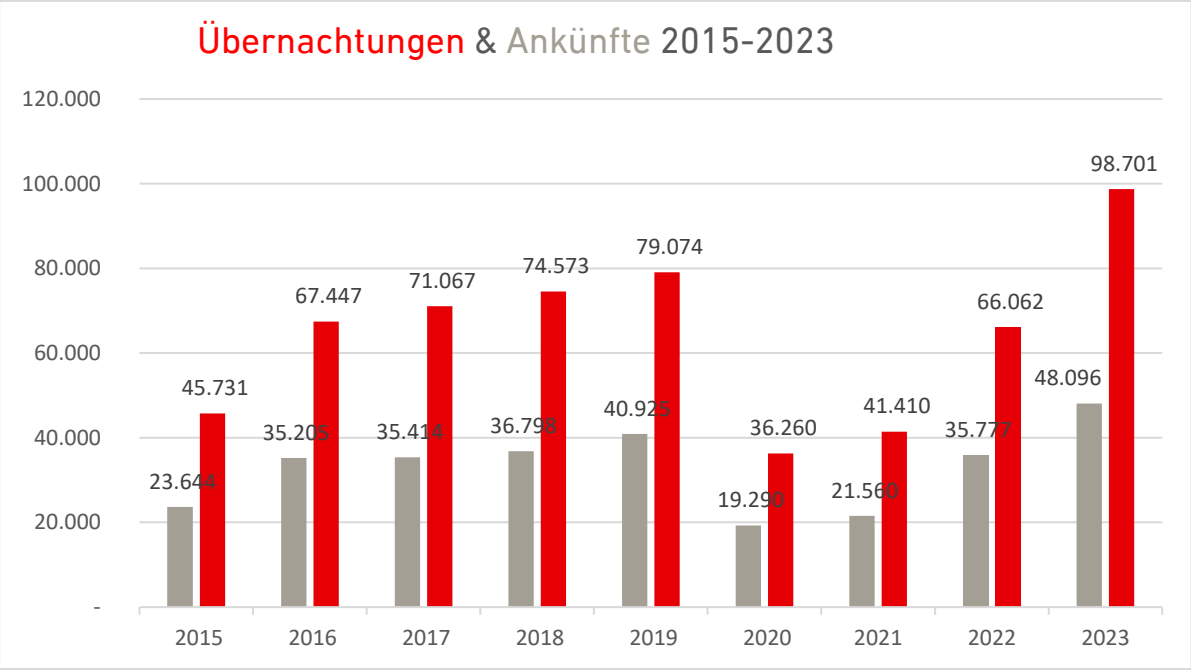


Abbildung 01: Übernachtungen und Gästeankünfte seit 2015 im Vergleich, Quelle LSN.

Der Vergleich zu Niedersachsen und der Region zeigt auf, dass sich Einbeck in diesem Jahr prozentual nicht nur mehr gesteigert hat als die Region Weserbergland, sondern auch als das komplette Bundesland Niedersachsen. Hier liegen die Übernachtungszahlen, sowie Gästeankünfte nach wie vor – wenn auch nur knapp - hinter dem Rekordergebnis im Jahr 2019. Im Vergleich zum Vorjahr konnte Niedersachsen die Übernachtungszahlen mit rund 45,7 Millionen Übernachtungen, um mehr als 5 Prozent steigern und die Zahl der Gäste, die das Bundesland besucht haben (mehr als 15 Millionen), um ca. 10,2 Prozent. Diese Zahlen haben allerdings noch nicht ausgereicht um das Jahr 2019 zu übertreffen (46,2 Millionen Übernachtungen). Gleiches gilt für das Weserbergland. Auch im Weserbergland ist mit einem Plus von 9,2 Prozent bei den Ankünften und +12,7 Prozent bei den Übernachtungen eine deutliche Steigerung zum Vorjahr zu erkennen. Das Rekordjahr 2019 konnte aber nicht übertroffen werden. Zur Verdeutlichung zeigt die folgende Tabelle die Zahlen konkret auf (Quelle LSN).

Destination / Jahr	Ankünfte	Veränderung zum Vorjahr	Übernachtungen	Veränderung zum Vorjahr
Einbeck 2023	48.096	+ 38,7 %	98.701	+ 54,6 %
Weserbergland 2023	817.280	+ 9,2 %	2.609.489	+ 12,7 %
Niedersachsen 2023	15.036.655	+ 10,2 %	45.680.054	+ 5,6 %

1.2 HERKUNFT

Der Anteil der ausländischen Ankünfte und Übernachtungen ist im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls gestiegen. Insgesamt machten **ausländische Gästeankünfte 6,5 Prozent** (entspricht **3.132 Ankünften**; + 1.174 zum Vorjahr) und **ausländische Übernachtungen 6,4 Prozent** (entspricht **6.290 Übernachtungen**; + 2.326 zum Vorjahr) aus.

Bezogen auf die Herkunft der ausländischen Gäste ist festzuhalten, dass **83,1 Prozent** (Vergleich Vorjahr: 87,4 Prozent) der **Ankünfte** und **74,7 Prozent** (Vergleich Vorjahr: 78,9 Prozent) der **Übernachtungsgäste 2023** aus Europa kamen. Wie auch schon im Jahr davor, nimmt die Anzahl der ausländischen Gästeankünfte, sowie Gästeübernachtungen weiterhin zu. Untenstehend sind die Spitzenreiter, bezogen auf alle ausländischen Ankünfte und Übernachtungen im Jahr 2023, aufgelistet. Die meisten ausländischen Ankünfte im Jahr 2023 wurden aus den Ländern Niederlande, Schweiz, Dänemark, USA und das Vereinigte Königreich (England, Schottland, Wales und Nordirland; kurz UK) verzeichnet – entsprechend der Ankunftszahlen absteigend sortiert.

Land	Ankünfte	Übernachtungen	Aufenthaltsdauer in Tagen
Niederlande	482	687	1,6
Schweiz	236	471	1,5
Dänemark	232	319	1,2
Frankreich	216	472	2,8
USA	194	841	4,5
UK	192	412	2,4

1.3 AUFENTHALTSDAUER

Bei der **Aufenthaltsdauer** hat sich zum Vorjahr eine minimale Veränderung ergeben. Durchschnittlich verweilten die Gäste 2,1 Tage in Einbeck (Vorjahr 1,9). Im Rekordjahr 2019 lag die durchschnittliche Aufenthaltsdauer bei 1,9 Tagen und in den Jahren davor (2017, 2018) bei 2,0 Tagen. Eine durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2,1 Tagen gab es seit einschließlich 2015 nicht.

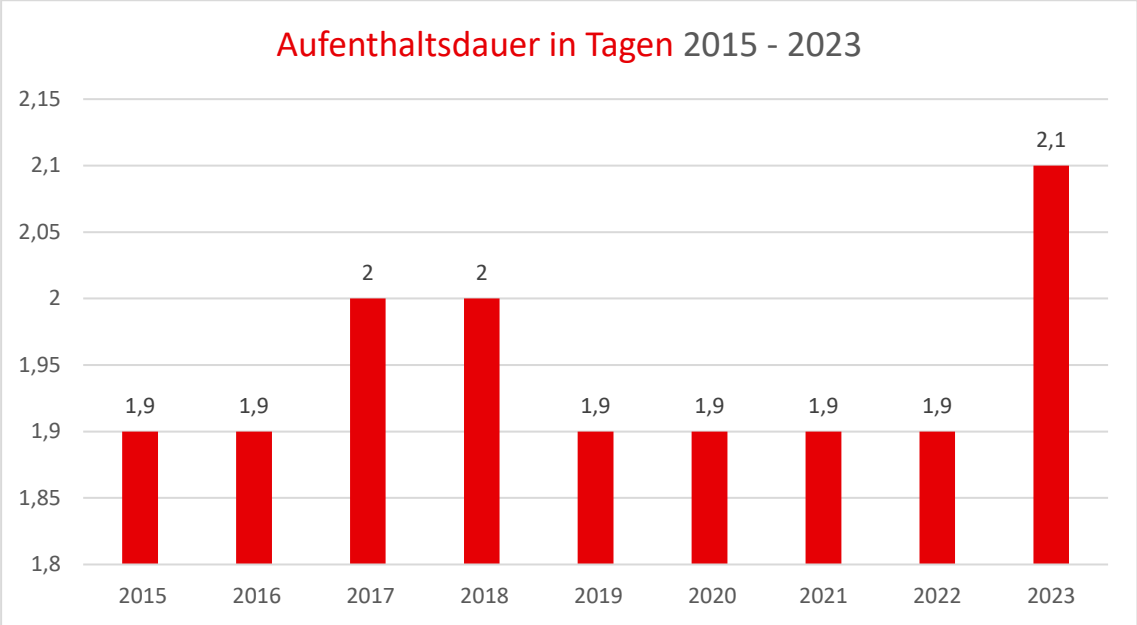


Abbildung 02: Aufenthaltsdauer seit 2015 im Vergleich, Quelle LSN.

1.4 AUSLASTUNG

Die durchschnittliche Auslastung der verfügbaren Betten lag 2023 deutlich höher im Vergleich zu den Vorjahren. Lag diese im Jahr 2022 noch bei 23,1 Prozent, konnte 2023 eine Auslastung von 35,1 Prozent erreicht werden. Somit ist die durchschnittliche Bettenauslastung höher als im bisherigen Rekordjahr 2019 mit einer Auslastung von 34,4 Prozent. Durchschnittlich waren 15 Beherbergungsbetriebe mit mindestens zehn Betten geöffnet und somit ein Betrieb mehr als im letzten Jahr. Wie bereits erwähnt, ist es der Wohnmobilstellplatz, welcher als Betrieb neu dazugekommen und in 2023 erstmalig die Zahlen gemeldet hat. Die genauen Zahlen werden im folgenden Absatz erläutert (siehe 1.5). Betrachtet man die vergangenen Jahre, waren zuletzt im Jahr 2012 15 Beherbergungsbetriebe geöffnet. Somit wurden im Jahr 2023 im Durchschnitt 770 Betten angeboten und somit, wie zu erwarten, mehr als in den Vorjahren. Auch hier haben die Zahlen der geöffneten Betriebe und der angebotenen Betten das bisherige Rekordjahr übertroffen (2019: 635 angebotene Betten).

Exkurs: *Es ist anzumerken, dass Doppelbetten als zwei Schlafgelegenheiten bewertet werden. Dies führt dazu, dass ein Hotel beispielsweise nicht als ausgebucht gilt, obwohl alle Zimmer belegt sind. Das LSN bezieht sich auf die verfügbare Bettenanzahl. Wenn also ein Doppelzimmer als Einzelzimmer vom Hotelier verkauft wird, ist das Zimmer zwar belegt jedoch nur zu 50 Prozent ausgelastet.*

1.5 WOHNMOBILSTELLPLATZ

Für das Jahr 2023 ermittelten die Stadtwerke Einbeck (Betreiber des Wohnmobilstellplatzes, hier somit auch die Quelle) 4.094 Übernachtungen von Wohnmobilist:innen für das gesamte Jahr. Somit waren es im Durschnitt 341 Übernachtungen pro Monat. Der besucherstärkste Monat war der Mai mit 543 Besucher:innen, gefolgt von Juli (516 Besucher:innen) und Oktober (487 Besucher:innen). Im Vergleich zum Vorjahr 2022, welches bis dahin die meisten Übernachtungen verzeichnen konnte (3.800 Übernachtungen und durchschnittlich 316,6 Übernachtungen pro Monat), ist es immerhin ein kleiner Anstieg um 7,7 Prozent. Somit wird auch hier 2023 das neue Rekordjahr.

1.6 ZUSAMMENFASSUNG & KURZÜBERBLICK

	2022	**2022 zu 2023**	**2023**
Beherbergungsbetrieb geöffnet Ø	14	+ 7,1 %	15
Gästebetten angeboten Ø	637	+ 20,9 %	770
Ankünfte	34.676	+ 38,7 %	48.096
Übernachtungen	63.825	+ 54,6 %	98.701
Aufenthaltsdauer Ø	1,9	+ 10,5 %	2,1
Bettenauslastung Ø	23,1	+ 52,2 %	35,1

2. TOURIST-INFORMATION

Die Tourist-Information (TI) ist eine Servicestelle für Tages- und Übernachtungsgäste und für Bürger:innen. Somit ist sie für die Betreuung der Gäste während Ihres Aufenthaltes zuständig (Stichwort *customer journey* = Reise des Kunden). Das Informieren und Beraten der Gäste zu touristischen Attraktionen sowie der Verkauf von Souvenirs, Kartenmaterialien, Reiseführern, Tickets, und mehr stehen hier im Vordergrund (Kennzahlen 2.1 Besucherzahlen und Öffnungszeiten und 2.2 Souvenirs). Der Touristik-Service (Service Center) umfasst die Beantwortung von mündlichen und schriftlichen Informations- und Reservierungsanfragen und ist erster Ansprechpartner bei der Vermittlung zwischen Gast und Gastgeber:in. Das gilt insbesondere in den Phasen der Information und der Buchung entlang der Customer Journey. Die Kolleg:innen in der TI sind aber auch Ansprechpartner:innen für Anfragen von Reiseveranstalter:innen, Firmen, Vereinen, Agenturen und vermitteln Anfragen an touristische Partner:innen Einbecks. Diese Anfragen führen sie zu homogenen Angeboten zusammen. Die Buchungen von Angeboten werden im Reservierungssystem *Deskline* von *FERATEL* vorgenommen (siehe 2.7). Dazu gehören Unterkünfte (siehe 2.4), Führungen und Erlebnisse (siehe 2.3) sowie Pauschalen für Gruppen und Individualtouristen. Bei den Stadtführungen und Erlebnissen wird zwischen Gruppenangeboten und öffentlichen Terminen für Individualtourist:innen unterschieden. Eine enge und vertraute Zusammenarbeit und eine stetige Kommunikation mit Einbecks Gästeführer:innen (siehe 2.5) ist dafür die Grundvoraussetzung.

2.1 BESUCHERZAHLEN UND ÖFFNUNGSZEITEN

Die TI war in der Hauptsaison ca. 40 Stunden pro Woche und in der Nebensaison 32 Stunden pro Woche geöffnet (geplant).

- **Hauptsaison** (April bis Oktober)
  Montag – Freitag von 10:00 – 17:00 Uhr und
  Samstag von 10:00 – 15:00 Uhr
- **Nebensaison** (November bis März)
  Montag – Donnerstag von 10:00 – 17:00 Uhr und
  Freitag von 10:00 – 14:00 Uhr und
  Adventssamstage von 13:00 – 18:00 Uhr

Die TI konnte im Jahr 2023 das ganze Jahr über für die Gäste geöffnet sein. Folglich hatte die TI an 284 Tagen von insgesamt 365 Tagen geöffnet (Vorjahr 287 Tage). Der erste Öffnungstag der TI war am Montag, den 02. Januar 2023. Es galten ab diesem Zeitpunkt bis einschließlich März die regulären Öffnungszeiten der Nebensaison. Ab April galten die regulären Sommeröffnungszeiten. Seit dem 1. April 2023 öffnet die TI auch am Samstag für Besucher:innen. Demzufolge war die TI in der Hauptsaison von Montag bis Samstag geöffnet. Den Wochenenddienst, welcher die Samstage sowie die verkaufsoffenen Sonntage umfasst, übernahmen die Mitarbeiterinnen der TI. Auch an den Adventssamstagen hatte die TI im Jahr 2023 für die Besucher:innen geöffnet. Den vierten Adventssamstag musste die TI allerdings aufgrund von Krankheit geschlossen bleiben. Die Öffnungszeiten wurden hierbei an den Einzelhandel angepasst. War die TI im Jahr 2022 an den Adventssamstagen noch von 10:00 Uhr – 15:00 Uhr geöffnet, öffnete sie in 2023 von 13:00 – 18:00 Uhr. Allerdings kann angemerkt werden, dass der Besucherstrom nach 15:00 Uhr merklich weniger war. Insgesamt waren an 284 geöffneten Tagen 13.613 Besucher:innen (Vorjahr 10.575) in der TI und somit durchschnittlich 48 Gäste pro Tag (Vorjahr 37). Die durchschnittliche Anzahl an Besucher:innen pro Tag ist mit 48 Personen somit deutlich gestiegen im Vergleich zum Vorjahr. Diese Statistik zeigt deutlich, dass die TI nach wie vor eine beliebte Anlaufstelle für Tourist:innen sowie für Einheimische ist.

Auswertung 2023 - Besucher / Jahr

	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Gesamt
Anzahl Tage/ Monat	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	365
Anzahl Tage/ Monat geöffnet	22	20	23	23	24	27	26	26	25	25	22	21	284
Anzahl der zu wertenden Tage	22	20	23	23	24	27	26	26	25	25	22	21	284
Anzahl Besucher	511	533	606	1.124	1.328	1.220	1.537	1.637	1.578	1.839	751	949	13.613
Durchschnitt/ Tag	23,23	26,65	26,35	48,87	55,33	45,19	59,12	62,96	63,12	73,56	34,14	45,19	47,93

Abbildung 03: Auswertung Besucheranzahl im Jahr 2023, Quelle: Erhebungen TI

Der besucherreichste Monat war der Oktober mit 1.839 Besucher:innen (Vorjahr: August mit 1.365 Besucher:innen). Auch in den vorherigen Monaten ab April wurde die TI sehr stark besucht und die Zahlen lagen monatlich über 1.000 Besucher:innen. Das war auf Grundlage der Ankunfts- und Übernachtungszahlen zu erwarten. Die Tabelle an Besucher:innen aus dem Vorjahr (2022) zum Vergleich ist nachfolgend dargestellt.

Auswertung 2022 - Besucher / Jahr													
	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Gesamt
Anzahl Tage/ Monat	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	365
Anzahl Tage/ Monat geöffnet	21	20	23	24	25	26	27	27	26	25	23	24	291
Anzahl der zu wertenden Tage	21	20	23	22	25	26	27	27	25	24	23	24	287
Anzahl Besucher	210	210	365	789	1.087	1.249	1.310	1.365	1.233	1.171	637	949	10.575
Durchschnitt/ Tag	10,00	10,50	15,87	35,86	43,48	48,04	48,52	50,56	49,32	48,79	27,70	39,54	36,85

Abbildung 04: Auswertung Besucheranzahl im Jahr 2022, Quelle: Erhebungen TI

2.2 SOUVENIRS

Untenstehend ist die Auflistung der „Renner“ bei den Souvenirs (Briefmarken, Tickets zu öffentlichen Führungen, einzelne Biere sowie zur kostenfreien Ausgabe für beispielsweise Gewinnspiele oder Giveaways ausgebuchte Artikel ausgenommen) im Vorjahresvergleich abgebildet:

2023

1) Postkarten (alle Motive zusammen)
2) Einbecker Adventskalender
3) Quietsche-Ente „Einb. Braumeister“
4) Kinder-Ralley –„Auf Spurensuche in Einbeck“
5) Sixpacks Bier (verschiedene Zusammenstellungen; 6 x 0,33 l)
6) Weihnachtskugel Einbeck
7) Tennissocken „Einbecker“
8) Krimi-Trail
9) Regenschirm 360°-Panorama
10) Kinder-Ralley – Biergeschichte
11) Quitsche Ente „Stadt Einbeck“
12) Nudeln „Einbeck al dente“ 500g
13) Badelatschen „Einbecker“
14) BOX „Bockbier Genussbox“ (5 Fl. Bockbier inkl Weizenbock)
15) Buch: MÜLLER, C.: Spaziergang durch Einbeck (Dt./ Engl.)

2022

1) Postkarten (alle Motive zusammen)
2) Quietsche-Ente „Einbecker Braumeister“
3) Stadtführer Einbeck DEU „Ich bin dann mal`n Einbeck“
4) Regenschirm 360°-Panorama
5) Kinder-Ralley – „Auf Spurensuche in Einbeck“
6) PIN „Einbeck“
7) Magnete (alle Motive zusammen)
8) Leinepolder-Kalender 2023
9) Wanderkarte 2022 1:45.000 (Solling-Vogler)
10) Baumwolltasche „Echtes Bockbier“, schwarz
11) Buch: MÜLLER, C.: Spaziergang durch Einbeck (Dt./ Engl.)
12) Tasche natur, roter Henkel (Einbeck Logo)
13) Bierkrug (0,5l)
14) Socken „Einbecker“
15) Tennissocken „Einbecker“

Zu erwähnen ist, dass einige Artikel erst zum Jahresende in der TI eingeführt wurden. Diese Artikel standen also im Gegensatz zu ganzjährig vorhandenen Souvenirartikel des Sortiments für einen kürzeren Zeitraum zum Verkauf. Im Nachfolgenden sind die Souvenirs, welche im Jahr 2023 neu eingeführt wurden, aufgelistet. (M 6)

Neue Souvenirs

Eigene Artikel

- Glasmagnete (sechs Motive: Tiedexer Straße, Altes Rathaus, Eickesches Haus, Marktplatz, Bier, Einbeck von Oben)
- Einbecker Adventskalender
- Einbecker Weihnachtskugel (M 6)
- City-Memory Einbeck (M 6)

Artikel des Einbecker Brauhauses:

- Einbecker BOX „Bockbier-Genussbox“ (5 Fl. Bockbier inkl Weizenbock)
- Einbecker PIN „Bockbierjahr 2023“
- Einbecker Teelicht
- Einbeck Volleyball

Souvenirshop *Stadtbotschafter*

Geplant war es, den Onlineshop Stadtbotschafter auch im Jahr 2023 fortzuführen. Jedoch war er nur bis Frühjahr 2023 online und wurde zum 07. März 2023 aufgrund eines angemeldeten Insolvenzverfahrens seitens der pano.city Marketing GmbH kurzfristig bis auf Weiteres abgeschaltet. Der Shop umfasste zum Start des Jahres 2023 insgesamt 17 Artikel.

Im Januar 2023 gab es im Shop insgesamt 906 Aufrufe und am Tag wurde die Shop-Seite somit im Januar rund 29 Mal angeklickt. Im Februar verzeichnete der Shop 890 Gesamtaufrufe und damit knapp 32 Aufrufe pro Tag. Im Monat der Abschaltung bis zum 7. März 2023 gab es 225 Aufrufe des Onlineshops, was gut 32 Aufrufe pro Tag im März bedeutet.

Die durchschnittlichen Aufrufzahlen des Onlineshops lagen im Jahr 2022 bei 29 Aufrufen pro Tag und im Jahr 2023 ist diese Zahl um zwei Klicks mehr auf 31 Aufrufe pro Monat angestiegen. Dieser leichte Anstieg macht deutlich, dass der Onlineshop gegen Ende des Jahres 2022 bis hin in das Jahr 2023 immer bekannter und durch Interessenten angenommen wurde.

Bis zum 23. Februar 2023 gingen insgesamt sechs Bestellungen über den Onlineshop ein. Davon kam eine Bestellung aus Hessen, eine aus Mecklenburg-Vorpommern, eine aus Nordrhein-Westfalen und drei aus Niedersachsen. In einer dieser Bestellungen wurden drei Artikel gekauft, in den weiteren Bestellungen jeweils ein Artikel. Pro Bestellung wurde damit im Jahr 2023 ein Artikel pro Bestellung bestellt. Im Jahr 2022 waren es hingegen durchschnittlich zwei Artikel pro Bestellung.

Darüber hinaus bis zur Abschaltung des Onlineshops im März konnten aufgrund bereits deaktivierter Funktionen keine weiteren Zahlen und Informationen über Bestellungen mehr eingesehen werden und sind daher unbekannt.

Im Jahr 2022 wurde bereits aus Kostengründen angedacht, auf einen anderen Souvenirshop als preiswertere Variante über das bereits als Buchungssoftware in der TI genutzte System *Deskline* von FERATEL zu wechseln. Nach der Anmeldung des Insolvenzverfahrens vom Stadtbotschafter leitete Einbeck Tourismus organisatorische Maßnahmen ein, um zukünftig einen neuen Souvenirshop inklusive Erlebnisshop (siehe 3.2) zum Verkauf von Tickets für öffentliche Stadtführungen über *Deskline* zu implementieren (M 11). Der Start des Souvenirshops ist für Frühjahr 2024 geplant.

2.3 STADTFÜHRUNGEN & ERLEBNISSE

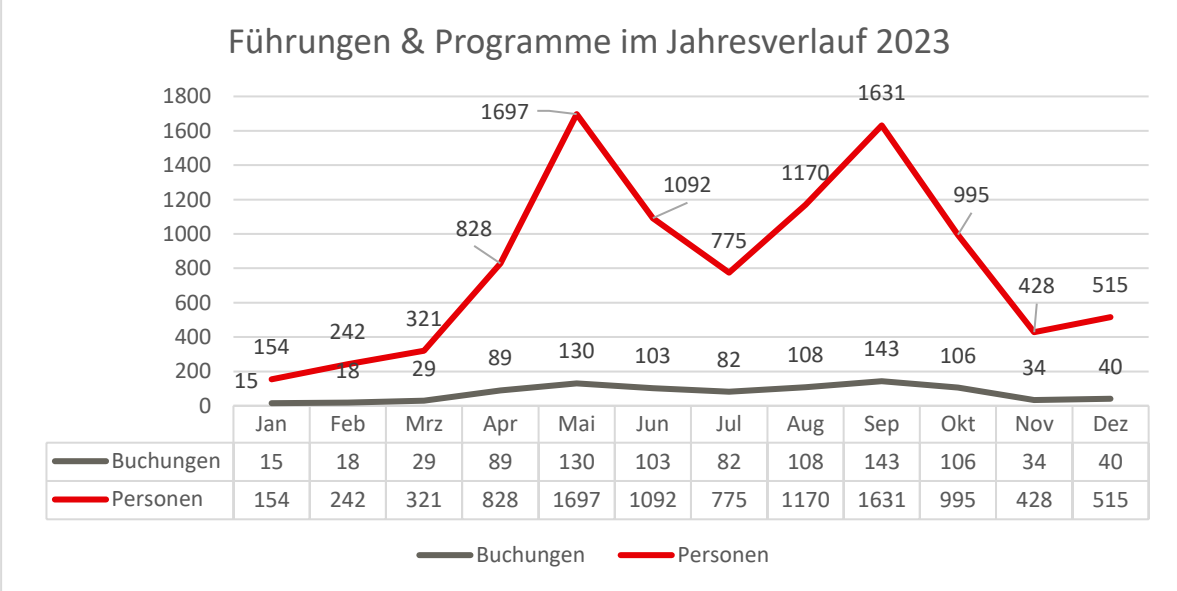
Das vielfältige Angebotsspektrum umfasste 2023 ähnlich viele Programme wie in den Vorjahren. Auch die thematische Differenzierung im Zuge des Relaunches der Website aus dem Jahr 2021 ist gleichgeblieben.

- Stadtführungen und Erlebnisse:
  öffentliche Führungen, Stadtführungen – Unsere Klassiker, Themenführungen, Alles rund um´s Bier, Museumsführungen, Besichtigungen & Verkostungen, Kinderführungen, Führungen durch Burgen & Salinen, Naturführungen
- Halbtagesprogramme für Gruppen
- Pauschalarrangements

In diesem Jahre wurde keine öffentliche Führung im Rahmen des Themenjahres „Bockbier" entwickelt, da die Brauerei bereits ein umfangreiches Programm anbietet. Die buchungsstärksten Monate waren der September und der Mai, das spiegelt sich auch in den Ankünften und Übernachtungszahlen wieder. Gleiches gilt für die Teilnehmer:innenzahlen der Führungen und Programme. Auffällig ist, dass es im Juli einen sichtbaren Einbruch gab, was die Buchungs- sowie Teilnehmer:innenzahlen betrifft. Das lässt sich damit erklären, dass die Sommerferien in diesen Monat fallen und viele Familien in diesem Zeitraum ihren Haupturlaub verbringen und keine Städtereise machen. Wie auch die Statistik zeigt, ist Einbeck mit durchschnittliche 2,1 Übernachtungen ein Kurzreiseziel. Außerdem ist ein heißer Sommermonat nicht der beliebteste Zeitraum für einen Städtetrip. Zieht man den Vergleich zu den vergangenen Jahren wird klar, dass das Tourismusjahr 2023 auch bei den Buchungen und Teilnehmer:innenzahlen die Nase vorne hat.

Anzahl Buchungen & Personen

Im Jahr 2023 konnten alle Führungen wie geplant stattfinden. Die folgende Abbildung zeigt die stattgefundenen Buchungen und Personenanzahl für Stadtführungen und Erlebnisprogramme im Jahresverlauf auf.



	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
Buchungen	15	18	29	89	130	103	82	108	143	106	34	40
Personen	154	242	321	828	1697	1092	775	1170	1631	995	428	515

Abbildung 05: Führungen & Erlebnisprogramme im Jahresverlauf 2023, Quelle: Deskline

Im Jahr 2023 wurden insgesamt 897 Gruppen (2022: 690 Gruppen) mit 9.848 Personen (2022: 8.029 Personen) durch Einbeck geführt. Die Anzahl der geführten Gruppen ist im Vergleich zum letzten Jahr um 30 Prozent gestiegen. Die Personenzahl erhöhte sich im Vergleich zu 2022 um fast 23 Prozent.

Einzelüberblick

Im folgenden Abschnitt wird auf einzelne Führungen sowie die Erlebnisprogramme eingegangen. Die untenstehende Abbildung zeigt alle gebuchten Führungen und Erlebnisse (ab 7 Buchungen), die in 2023 stattgefunden haben. In der folgenden Grafik sind die öffentlichen Stadtführungen ausgenommen, da auf diese in einer weiteren Grafik noch genauer eingegangen wird.

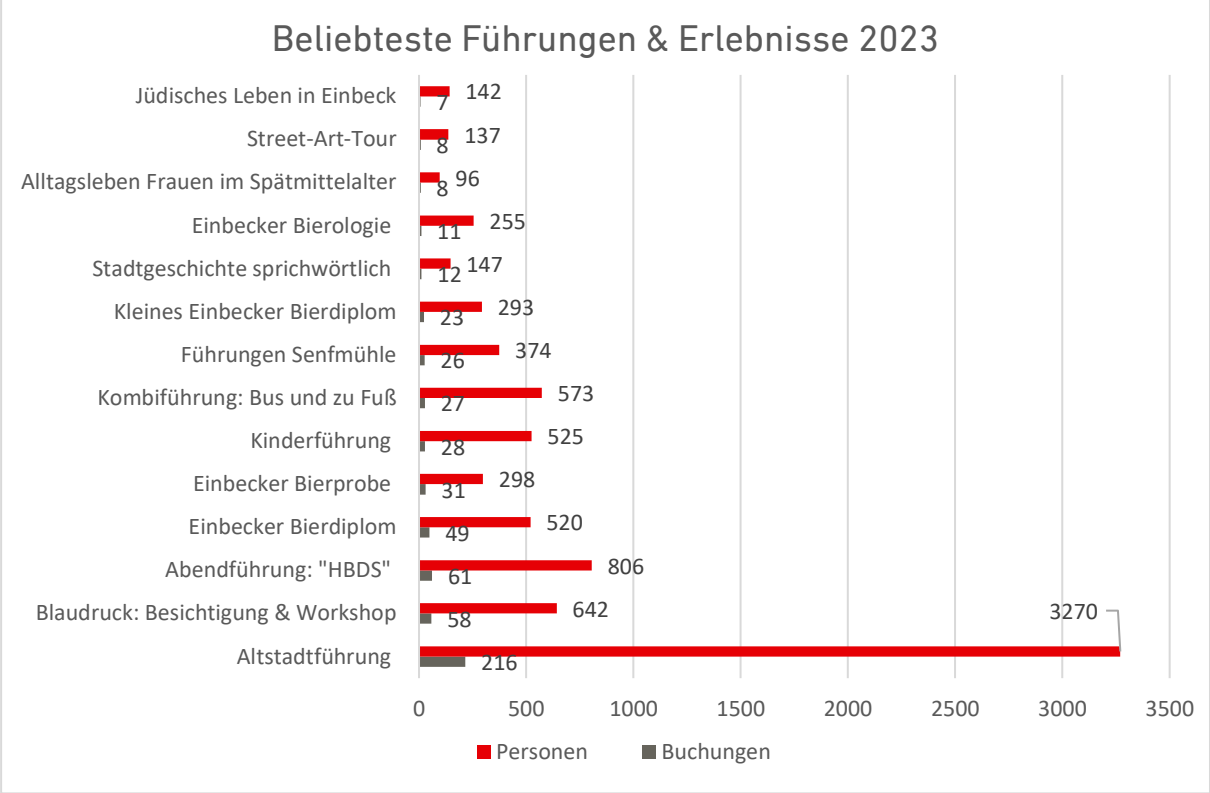


Abbildung 06: Führungen & Erlebnisse 2023, Quelle: Deskline

Wie im Vorjahr konnten auch in 2023 mit Abstand die meisten Buchungen für die Altstadtführung registriert werden. Insgesamt wurde die Altstadtführung 216 Mal gebucht und somit 41 Mal mehr als im letzten Jahr (2022:175 Mal). Inbegriffen sind auch verlängerte, sowie verkürze Altstadtführungen (jeweils um 30 Minuten). An zweiter Stelle steht – ebenso wie im letzten Jahr - der *Einbecker Blaudruck*. Die Blaudruck Besichtigung wurde 53 Mal gebucht mit insgesamt 620 Personen (2022 58 Buchungen mit 650 Personen). Außerdem haben fünf Blaudruck Workshops mit insgesamt 21 Teilnehmer:innen stattgefunden. Ebenfalls sehr beliebt ist die Abendführung „Helles Bier und dunkle Schatten“, sowie die verschiedenen Bierprogramme. Insgesamt ist deutlich zu erkennen, dass sich das Ranking der gebuchten Führungen im Vergleich zu den letzten Jahren kaum verändert hat.

Die folgende Abbildung zeigt alle tatsächlich stattgefundenen öffentlichen Führungen und Erlebnisse 2023, sowie die Anzahl der teilgenommenen Personen. Die öffentliche Altstadtführung (in

der Hauptsaison vom 01.04.-31.10.2023, täglich um 14:30 Uhr, sowie an Samstagen, Sonn- und Feiertagen zusätzlich um 11:00 Uhr) konnte 274 Mal realisiert werden (2022: 148 Mal) und insgesamt haben 1070 Personen (2022: 692 Personen) daran teilgenommen. Wie deutlich zu erkennen ist, konnte die öffentliche Altstadtführung fast doppelt so oft realisiert werden wie noch im vergangenen Jahr. Das liegt unter anderem daran, dass es keine Mindestteilnehmer:innenzahl mehr gibt und die Altstadtführung so auch schon mit nur einem oder einer Teilnehmerin stattfinden konnte. Auch an der öffentlichen Abendführung „Helles Bier und dunkle Schatten", welche ganzjährig an jedem ersten Freitag im Monat angeboten wurde, haben insgesamt 204 Personen teilgenommen (2022: 135 Personen). Da die öffentliche Blaudruckführung, welche für das Blaudruck Jahr konzipiert wurde, so gut angenommen wurde, wurde diese auch im Jahr 2023 weiterhin angeboten. Sie fand in der Hauptsaison jeden dritten Samstag im Monat um 11:00 Uhr, anstelle der öffentlichen Altstadtführung, statt. Auch die Weihnachtsführung „Öffentliche Abendführung mit Glühwein" konnte im Jahr 2023 wieder angeboten werden. Insgesamt haben 34 Personen an vier Führungen teilgenommen. Ebenfalls vier mal stattgefunden hat das öffentliche „Waldbaden", allerdings mit nur gesamt elf Teilnehmer:innen. Die öffentliche Führung „Fachwerk erleben", welche im Jahr 2021 neu in das Programm aufgenommen wurde, konnte aufgrund ungenügender Anmeldungen oder fehlender Gästeführer:innen kein einziges Mal stattfinden.

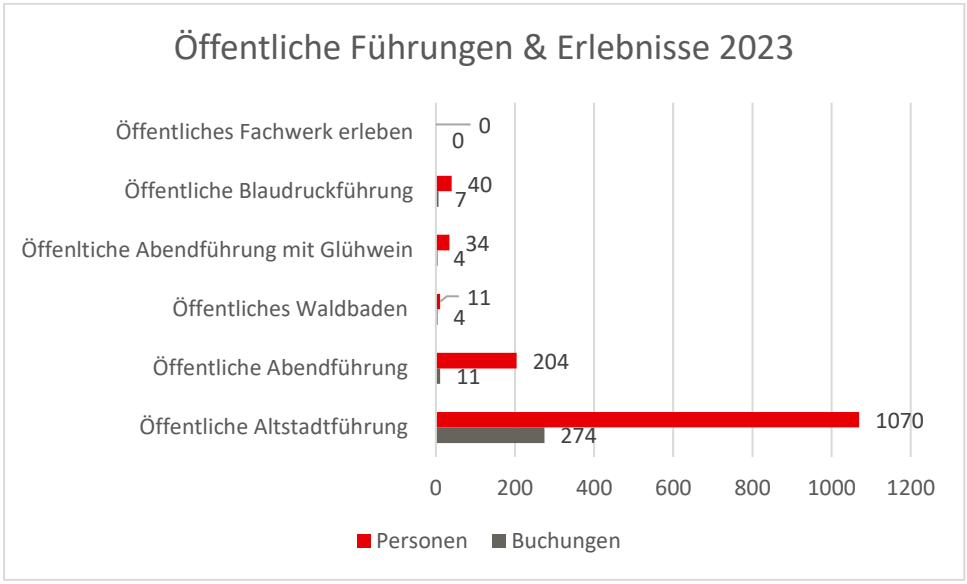


Abbildung 07: Öffentliche Führungen 2023, Quelle: Deskline

Für die **Halbtagesprogramme** „Fachwerkkunst und Braugenuss", „Fachwerkkunst und Kaffeeklatsch" sowie „Bierologie in Einbeck" konnten im Jahr 2023 keine Buchungen verzeichnet werden. Dafür sind die Buchungen der Pauschalangebote im Vergleich zum letzten Jahr angestiegen. Im Jahr 2023 wurden insgesamt **12 Pauschalen** mit **18 Personen** gebucht (Vergleich 2022: fünf Pauschalen mit 37 Personen). Die meisten Pauschalen wurden mit zwei Personen gebucht. Zwei Pauschalbuchungen wurden von Alleinreisende gebucht. Mit insgesamt acht Buchungen war die **Bockbier-Pauschale** (M 10, siehe auch 3.1), welche passend zum Themenjahr entwickelt wurde, am beliebtesten. Diese Pauschale ist speziell für Individualtouristen konzipiert. Diese wurde nur in der Hauptsaison von April – Oktober angeboten. Sie war beliebter als die Themenjahr Pauschale im vorherigen Jahr (Blaudruck-Wochenende in 2022: drei Buchungen mit sechs Personen).

Die Pauschale „**EINGenuss-Wochenende**“ wurde vier Mal gebucht mit jeweils zwei Personen (insgesamt acht Personen). Weitere vier Pauschalen wurden angefragt, jedoch kam es hier zu keiner festen Buchung.

2.4 UNTERKÜNFTE

Um die Onlinebuchbarkeit zu steigern und wettbewerbsfähig zu bleiben, kooperiert die TI Einbeck mit der *OBS OnlineBuchungService GmbH* (kurz: OBS) zusammen. (M 11) Im Zuge der Digitalisierungsoffensive ist es das Ziel, so viele Unterkünfte wie möglich in Einbeck online buchbar zu machen. OBS unterstützt die Unterkünfte dabei und bietet auch viele Weiterbildungen an. Unterkünfte haben die Möglichkeit an wöchentlichen Fortbildungen teilzunehmen, aber auch persönliche Schulungstermine mit OBS zu vereinbaren. Die folgende Grafik zeigt die Onlinebuchungen der Unterkünfte, die mit OBS zusammenarbeiten. Dargestellt ist der Vergleich des Jahres 2023 mit dem Vorjahr.

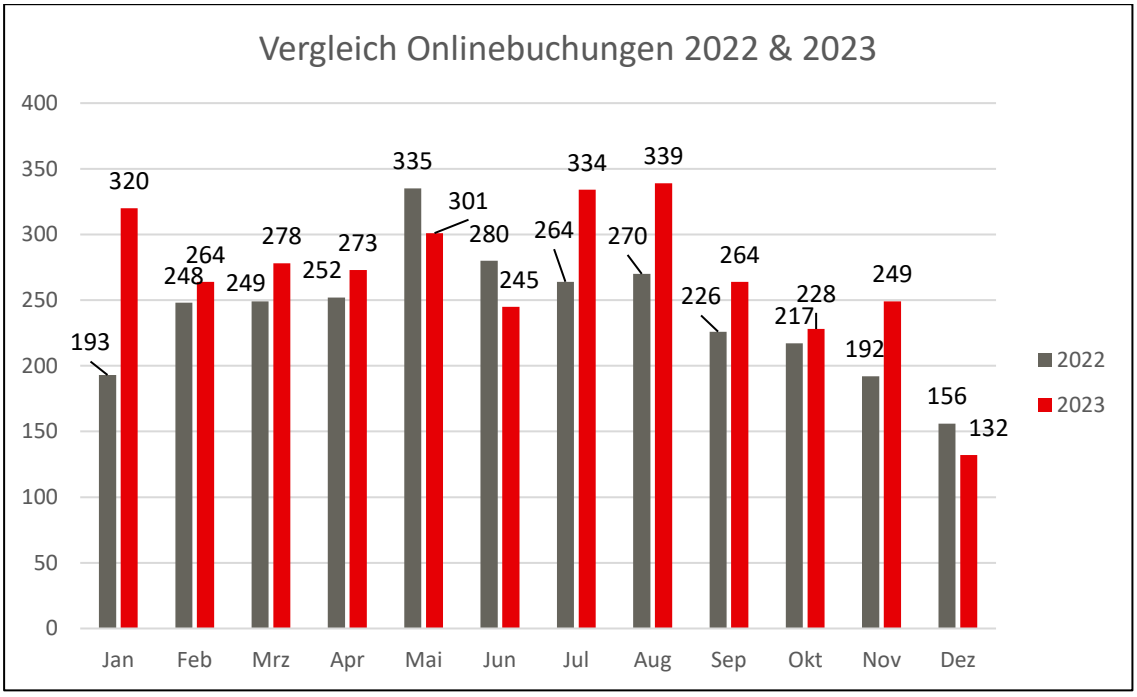


Abbildung 08: Onlinebuchungen 2022 & 2023 OBS Einbeck, Quelle: OBS.

Bereits im Vorjahr 2022 konnte ein deutlicher Anstieg der Onlinebuchungen verzeichnet werden. Diese Grafik zeigt deutlich, dass Onlinebuchungen auch in 2023 weiter zugenommen haben. Lediglich die Monate Mai und Juni lagen im Monatsvergleich hinter dem Vorjahr.

Im Jahr 2023 ist Einbeck mit 20 Unterkünften gestartet, die über OBS buchbar waren. Auch wenn zwei Unterkünfte ihren Vertrag mit OBS gekündigt haben, kamen weitere Unterkünfte hinzu, sodass am Ende des Jahres 23 buchbare Unterkünfte zu verzeichnen waren. Wichtig ist zu erwähnen, dass Unterkünfte, welche Ihren Vertrag mit OBS gekündigt haben, oft weiterhin online buchbar blieben, jedoch über eine andere Plattform und somit nicht mehr buchbar über die TI. An der Verfügbarkeit der online zu buchende Unterkünfte hat sich somit wenig bis gar nichts geändert, die Onlinepräsenz und somit die Online-Buchungsmöglichkeit war weitergegeben.

Im Rahmen einer Neukundenakquise kam im Jahr 2023 ein Mitarbeiter des Unternehmens nach Einbeck um persönlich die Einbecker Gastgeber:innen zu besuchen. Sowohl Unterkünfte, die bereits bei OBS vertreten waren, als auch Unterkünfte die es noch nicht sind, hatten die Möglichkeit in einem persönlichen Gespräch Fragen zu klären und sich beraten zu lassen. Dieser Besuch

wurde außerdem genutzt um die Mitarbeiter:innen der TI zu schulen, um auch hier offene Fragen zu klären und die Zusammenarbeit zu stärken.

2.5 GÄSTEFÜHRER:INNEN

Im Jahr 2023 konnten wieder ganzjährig Führungen angeboten und somit auch unsere Gästeführer:innen das ganze Jahr über eingesetzt werden. Einige Gästeführer:innen entschieden sich für Weiterbildungen, um u. a. verschiedene Bierprogramme (Bierdiplom, Bierologie) mit in ihr Portfolio aufzunehmen. Auch das Weiterbildungsangebot vom Fachwerk5Eck zum Thema „Fachwerk" wurde von einigen Gästeführer:innen wahrgenommen. Im November fand zudem das jährliche Gästeführer:innen Treffen zum Saisonende statt. Bei Essen und Getränken sowie guten Gesprächen wurde auf das erfolgreiche Jahr 2023 zurückgeblickt und schon erste die Planungen für das Jahr 2024 besprochen.

Außerdem wurde im Jahr 2023 ein weiterer Meilenstein erreicht und die **Gästeführerausbildung** konnte mit zwölf Teilnehmer:innen starten (M 15) . Ursprünglich war der Beginn für Anfang 2023 geplant, musste allerdings aufgrund zu weniger Bewerber:innen auf Ende des Jahres verschoben werden. Am 22. Oktober fand im StadtMuseum dann die erste Geschichtseinheit der Gästefürer:innen mit Dr. Elke Heege (Geschichtsverein) statt. Teil der Ausbildung sind mehrere Unterrichtseinheiten mit Dr. Elke Heege, eine Rhetorik- und Didaktik-Einheit mit Marco Heckhoff, ein Gastvortrag von Markus Wehmer zum Thema Archäologie sowie eine Tourismus-Einheit von Ulrike Lauerwald. Praktische Teile der Ausbildung bilden die Teilnahme an mehreren Stadtführungen, sowie verschiedenste Besichtigungen der Stadt, Kirchen etc. Der Abschluss der Gästeführer:innen Ausbildung ist für das Frühjahr 2024 geplant.

2.6 QUALITÄTSICHERUNG

Die Anforderungen in Bezug auf die Leistungen einer TI steigern sich stetig. Gäste erwarten Ausstattungs-, Informations- und Servicequalität in einer TI. Bezugnehmend darauf stellt die *i-Marke* vom *Deutschen Tourismusverband e. V.* (kurz: DTV) ein Qualitätssiegel für TIs dar. Eine mit der *i-Marke* ausgezeichnete TI durchläuft bei einer Prüfung zum Erhalt der *i-Marke* Mindestkriterien sowie 40 weitere *i-Marken*-Kriterien. Anhand dieser Kriterien wird aus der Sichtweise eines unabhängigen DTV-Prüfers bei einer Prüfung als potentieller Gast die Angebots- und Leistungsqualität einer TI bewertet. Auf Grundlage dieser Prüfung von Infrastruktur, Ausstattung, Angebot und Service einer TI entsprechend der Gästeerwartungen wird das weiße i auf rotem Untergrund verliehen.

Auch die TI Einbeck wird den Anforderungen der *i-Marke* im Rahmen der Qualitätssicherung gerecht, weshalb sie sich alle drei Jahre zertifizieren lässt. Das im Jahr 2022 erneut geprüfte Siegel, ist auch im Jahr 2023 weiterhin aktuell.

2.7 VERTRIEB

Einbeck Tourismus ist Lizenznehmer des Informations- und Reservierungssystems (IRS) *Deskline* von FERATEL, wie bereits unter 2. beschrieben.

Erlebnisshop

Neben den Buchungen von Unterkünften, Stadtführungen und Erlebnissen (Gruppenbuchungen) im IRS von *Deskline*, soll dieses zukünftig auch für den Vertrieb aller öffentlichen Stadtführungen für Einzelpersonen (Individualtouristen:innen) genutzt werden (M 11). Der Start ist, wie auch beim Souvenirshops, für Frühjahr 2024 geplant.

Versand von Prospektmaterialien

Der Versand der Prospektmaterialien wird auch mit dem IRS von *Deskline* koordiniert. Alle Prospekte und Flyer sind im IRS angelegt und werden durch das Prospektmodul auf der Website ausgespielt. Unter folgendem Link können Prospekte bestellt werden: https://www.einbeck-tourismus.de/prospekte.
In 2023 erreichten Einbeck Tourismus wieder eine Vielzahl an Anfragen für Informationsmaterial. Insgesamt sind 993 Anfragen (2022: 785) eingegangen und im Zuge dessen wurden 1.531 Prospekte (2022: 996) versandt. Somit wurden 2023 deutlich mehr Prospekte versendet, was sich auch in den Besucherzahlen widerspiegelt.
Wie auch schon im letzten Jahr liegt das auch teilweise an der Zusammenarbeit mit dem Urlaubsmagazin *Tambiente*. Interessant ist, dass die meisten Prospektanfragen u. a. in den Monaten Januar (194) und Februar (114) eingingen. Dies zeigt, dass viele sich bereits zu Beginn des Jahres mit Ihren Reiseplänen beschäftigen. Aber auch der September zählt mit 118 Infomaterialanfragen zu den Monaten mit den meisten Anfragen.

Außerdem wurden im Jahr 2023 zusätzlich 2.676 Prospekte als PDF heruntergeladen (Vergleich zu 2022: 1.643 Prospekte). Das beliebteste Infomaterial ist mit 398 Downloads die Imagebroschüre von Einbeck.

Wie eben schon erwähnt, fand die Zusammenarbeit mit *Tambiente*, welches ein in Köln ansässiges Urlaubsmagazin für Urlaubsinspiration ist, auch im Jahr 2023 statt. Auf der Website von *Tambiente* können für Einbeck Kataloganfragen gestellt und so neue, potentielle Besucher:innen und Interessenten generiert werden. 2023 waren es 156 Anfragen. Der ebenfalls dort geschaltete PR-Beitrag „Einbeck bockt“ wurde 12.880 Mal aufgerufen. Weiterhin nutzte Einbeck Tourismus die Möglichkeit, touristische Newsmeldungen auf der Website von *Tambiente* zu platzieren. Außerdem legte *Tambiente* auf zahlreichen Messen Einbecker Werbebroschüren aus.

2.8 BUSGRUPPEN

Durch die Pandemie hat sich der Busgruppenmarkt verändert und auch dezimiert. Demzufolge sind auch Besuche von Busgruppen in Einbeck zurückgegangen und werden ohne zielgerichtete Maßnahmen mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht einfach wieder zunehmen. Busgruppen haben ein hohes wirtschaftliches Potential und sind deshalb sehr wichtig, um die Stadt zu beleben und den Umsatz lokaler und regionaler Unternehmen zu steigern. Um die Attraktivität von Einbeck für Busreiseveranstalter zu steigern und wieder mehr Gruppenbuchungen zu generieren, fand für die Mitarbeiter:innen von Einbeck Tourismus im Herbst 2023 ein eintägiger Busgruppen-Workshop statt. Dieser wurde von Herrn Wolfram Goslich von der Firma *Busconcept* durchgeführt. Zusammen mit Herrn Goslich wurden die Stärken für Busgruppen von Einbeck noch präziser herausgearbeitet, sowie Verbesserungsmöglichkeiten aufgezeigt und erarbeitet. Im Anschluss an den Workshop wurde ein Leitfaden für den Umgang mit Busgruppen entwickelt, der Internetauftritt für Gruppenreisen überarbeitet und eine Übersicht mit Busreiseveranstaltern im Umkreis von drei Fahrstunden erstellt, die zielorientiert angesprochen werden sollen. Außerdem wurden zwei Tagesprogramme erarbeitet, die für Busgruppen verschiedener Gruppengrößen geeignet sind. Für eine gezielte Ansprache wird im Weiteren ein Flyer für Busgruppen erstellt. Das Ziel dieser Maßnahme ist es, im Jahr 2024 mit einer aktiven Busgruppenansprache zu starten und die Buchungen von Busreiseveranstaltern zu steigern.

3 TOURISMUSMARKETING UND – ENTWICKLUNG

Um die Ergebnisse des Markenprozesses 2019 und 2020 als strategische Grundlage zu nutzen und damit in einem in 2024 kommenden **Tourismuskonzept für Einbeck** die Brücke in die operative Umsetzung festgelegter Ziele und Visionen zu schlagen, führte Einbeck Tourismus im Jahr 2023 einen ersten internen Workshop mit *Realizing Progress* zur Definition von Einbecker Leitprodukten und der Ableitung von Produktprinzipien durch.

Ergebnis dieses internen Workshops war, dass jedes Einbecker Leitprodukt perspektivisch alle, anhand der touristischen Marke Einbeck festgelegten, Produktprinzipien erfüllen sollte. Folgende fünf Produktprinzipien wurden für Einbeck festgelegt:

1. Das Kulturelle Erbe Prinzip: Echte Einbecker Produkte bauen authentisch auf das kulturelle Erbe der Stadt auf.
2. Das Brücken Prinzip: Echte Einbecker Produkte verbinden die nostalgisch-traditionelle Ausrichtung der Marke mit einem starken Willen zur Entwicklung Richtung Zukunft.
3. Das Genießen Prinzip: Echte Einbecker Produkte laden ein, die Stadt auf vielen Ebenen zu genießen; vom Zeitgenuss über den kulinarischen Genuss bis hin zum Natur- und Kulturgenuss.
4. Das Lebensqualität und Lebenslust Prinzip: Echte Einbecker Produkte stehen für Lebenslust und steigern die Lebensqualität vor Ort für alle; Gäste wie Einwohner:innen.
5. Das Emotions Prinzip: Echte Einbecker Produkte berühren emotional im Sinne der Markenwerte. Sie bieten echte Erlebnisse zum Sehen, Anfassen, Ausprobieren, Schmecken, Riechen und Hören… Sie sprechen alle Sinne an!

Neben den Produktprinzipien wurden darüber hinaus ebenfalls erste Ideen für echte Einbecker Produkte in den Raum geworfen. Im Jahr 2024 werden mit weiteren Beteiligten der Einbecker Tourismuswirtschaft und der Politik im Rahmen eines Workshops bestehende Produkte weiterentwickelt und neue Produkte ausgearbeitet. Darauf aufbauend folgen im Jahr 2024 interne Workshops zur Kommunikation, Pressearbeit und Medienarbeit.

Das Tourismusmarketing von Einbeck Tourismus vermarktet die Destination Einbeck in der **Innen- und Außenkommunikation** und bringt damit die touristische Marke in die Welt. Dazu gehören folgende Arbeitsbereiche:

- Binnenmarketing,
- Einbecks digitale Services,
- Online- und Print-Publikationen,
- Kampagnenplanung,
- Durchführung von Marktforschungsmaßnahmen und ihre Analysen,
- Presse- und Medienarbeit,
- Auslandsmarketing, Netzwerkarbeit in touristischen Verbänden und
- Teilnahme an Messen und Ausstellungen.

In nachfolgenden Unterpunkten wird darauf eingegangen, welche Maßnahmen Einbeck Tourismus in welchen Bereichen über das Jahr 2023 hinweg umgesetzt oder begonnen hat.

3.1 BINNENMARKETING

Das Binnenmarketing umfasst die Bereiche Binnenkommunikation, die interne Markenführung der Tourismusmarke Einbeck sowie die Angebots- und Produktentwicklung.

Einbeck Tourismus baut die Aktivitäten im Bereich der **Binnenkommunikation** kontinuierlich weiter auf. Mit dem Partnerbereich auf der Website www.einbeck-tourismus.de wurde der Rahmen geschaffen, um Informationen weiterzugeben. Dies betrifft die Online- und Offline-Beteiligungsmöglichkeiten an Marketingmaßnahmen von Einbeck Tourismus, das Informations- und Reservierungssystem, die Nutzung des Logos sowie des Veranstaltungskalenders und es werden Konzepte und Leitfäden bereitgestellt. Außerdem gibt es Downloadmöglichkeiten für das Marketingkonzept und den Marketingplan.

Weiterhin trägt der Partnerbereich dazu bei, dass Gästeführer:innen, Gastronomen, touristische Partner:innen und weitere Leistungsanbieter:innen bei Fragen und Wünschen erste Hilfestellungen bekommen sowie relevante Neuerungen aus dem touristischen Bereich leicht erhalten.

Im Rahmen der **Binnenkommunikation** haben wir folgende Formate begleitet und umgesetzt:

- **Infoveranstaltungen zur Laga Bad Gandersheim** (M 5)
  Damit sich alle interessierten Akteure:innen mit Informationen über Einbeck auf der Laga präsentieren konnten, fanden mehrere Veranstaltungen zur Vernetzung untereinander und zum Wissenstransfer zu Einbecks touristischen Kernthemen statt (siehe dazu 3.9).
- **Gästeführerausbildung** (M 15)
  Im November 2023 startete die Gästeführerausbildung mit zwölf Teilnehmer:innen. Die Abschlussprüfungen sind für das Frühjahr 2024 geplant (siehe auch 2.5).
- **Tourismus-Stammtisch** (M 1)
  Einbeck Tourismus lud im Jahr 2023 Vertreter:innen aus verschiedenen Bereichen der Tourismuswirtschaft sowie Politiker:innen zu einem ersten touristischen Stammtisch am 15. November 2023 ins Alte Rathaus ein. Während der Veranstaltung präsentierte Einbeck Tourismus einen touristischen Rückblick auf das Jahr 2023 und stellte drei neue weihnachtliche Souvenirs – Tisch-Adventskalender, Weihnachtskugel und City-Memory - mit Einbecker Motiven (siehe 2.2) vor. Das vorweihnachtliche Event wurde durch einen interessanten Impulsvortrag vom Tourismusexperten Prof. Dr. Quack als Impulsgeber eröffnet. Er erörterte Herausforderungen und Trends in der Tourismusbranche für die Zukunft. Außerdem ging er auf die zukünftige Nutzung von Angeboten und Produkten durch Gäste vor, während und nach der Reise ein. Nach den fachlichen Informationen, der Produktvorstellung und Impulsen blieb Zeit für den Austausch untereinander.

Im Rahmen der **internen Markenführung** wurde 2023 daran gearbeitet, die neue Wort-Bild-Marke und somit das Corporate Design weiterhin umzusetzen. Folgende Aktualisierungen und Neugestaltungen konnten realisiert werden:

- **Schaukastengestaltung Flecken Greene**
  Im Kern des Fleckens Greene wurde ein alter Aushangkasten mit neuen Inhalten und Gestaltung der Inhalte nach dem Corporate Design der touristischen Marke Einbeck bestückt.
  Die Inhalte wurden unterstützend mit Herrn Klaus-Reiner Schütte sowie dem Heimatverein Greene erarbeitet. Ziel war es, die touristisch relevanten Themen des Ortes sowie die Wanderungen rund um Greene zu präsentieren und somit den Besucher:innen als auch Einheimischen näherzubringen.

- **Touristisches Banner am Neustädter Kirchplatz**
  Durch die im Jahr 2023 weiterhin bestehenden Bauarbeiten am Neustädter Kirchplatz und der damit einhergehenden, fehlenden Gästelenkung und -information vor Ort wurde im Corporate Design und passend zu den Bahnhofsvitrinen in der Stadt ein touristisches Bauzaunbanner gestaltet. Im Vordergrund des darauf abgebildeten Inhalts stehen ein touristischer Stadtplan zur Orientierung sowie wichtige Informationen für Radtourist:innen.

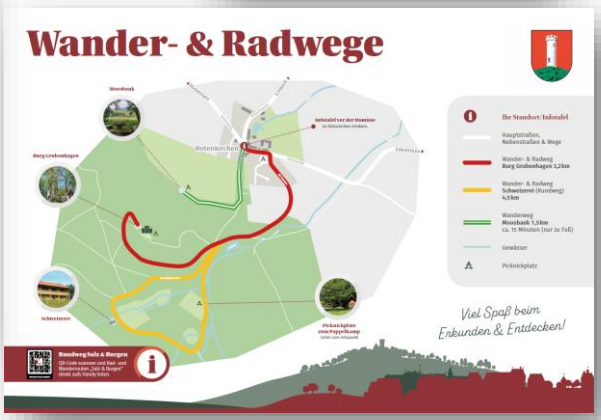
- **Touristische Unterrichtstafel entlang der Autobahn A7**
  Die Maßnahme (M 8) konnte im Juni 2023 erfolgreich umgesetzt und somit abgeschlossen werden. In Zusammenarbeit mit der Werbeagentur Connect wurde ein neues Layout für die touristische Hinweistafel an der A7 erarbeitet, welches alle drei Kernthemen der touristischen Marke Einbeck beinhaltet.

RFB Hannover (244+049)

RFB Kassel (239+198)

- **Errichtung Infopunkt zu Rad- und Wanderwegen in Rotenkirchen**

  Um auf touristische Rad- und Wanderwege rund um Rotenkirchen als Einbecker Ortsteil hinzuweisen, wurde eine befestigte Infotafel im Jahr 2023 installiert. Außerdem erfolgte die Aufstellung einer Sitzbank und zweier Fahrradständer vor der Domäne in Rotenkirchen.



  Der bereits bestehende Radrundweg „Salz & Burgen“, der direkt durch Rotenkirchen führt, bestärkte den Burgverein Grubenhagen einen Infopunkt im historischen Ortskern, direkt vor der Domäne, zu schaffen.

  Besucher und Interessierte sollen über die Infotafel ermuntert werden, die historischen Schätze des Ortes Rotenkirchens, sowie durch drei neue Rad -und Wandertouren auf der Ahlsburg die Baudenkmäler im Wald (Schweizerei, Moosbank und Burg Grubenhagen) zu erkunden.

  Folgende Touren wurden in Zusammenhang mit der Infotafel neu erstellt:

  - Stichweg, Moosbank Rotenkirchen
  - Rundweg Schweizerei Rotenkirchen
  - Rundweg, Burg Grubenhagen Rotenkirchen

  Besucher können die drei Touren digital über einen QR-Code auf der Infotafel einsehen. Hier kooperiert der Burgverein Grubenhagen mit Einbeck Tourismus.

Im Rahmen der **Angebots- und Produktentwicklung** konnten folgende Angebote und Produkte geplant bzw. auch umgesetzt werden:

- **Touristisches Rad- und Wanderkonzept**

  Das Konzept (M 12) mit Handlungsempfehlungen für die Themen Wandern, Nordic-Walking und Radfahren wurde im Ausschuss für Tourismus- und Wirtschaftsförderung am 05. Dezember 2023 vorgestellt. Die Umsetzung ist ab 2024 und Folgejahre geplant insofern die Mittel dafür bereitgestellt werden.

- **Sprechende Autobahnschilder**
  Zusätzlich zu der Erneuerung der touristischen Hinweistafeln an der A7 hat sich Einbeck Tourismus für eine Kooperation mit der **App „signseeing“** entschieden. Signseeing ist eine Benutzerapp mit der sich Interessierte von unterwegs oder aber auch im Vorfeld über die touristisch interessanten Orte und Sehenswürdigkeiten entlang der deutschen Autobahnen informieren können. Die Inhalte sollen dazu animieren, einen Abstecher auf der geplanten Fahrt in eine Region zu machen.

- **Krimi Trail** (M 13)
  Der Krimi-Trail Einbeck ist ein interaktives Stadterlebnis bei dem Einheimische und Touristen die Stadt auf eine spielerische Art entdecken können. Ausgerüstet mit einem Smartphone und der Krimi-Akte wird ein fiktiver Krimi-Fall gelöst, bei dem die Teilnehmenden an unterschiedlichsten Orten Rätsel lösen müssen. Die Krimi-Akte ist in der TI erhältlich.
- **Souvenirartikel** (Verweis zu 2.2) (M 6)
  Die erste **Einbecker Weihnachtsbaumkugel** war rot und trug als Motiv das Alte Rathaus. Sie ist mundgeblasen und von Hand verziert Die Einbecker Weihnachtskugel soll jährlich, mit immer wechselnden Motiven erscheinen.
  Das **City-Memo** Einbeck ist ein klassisches Memory Spiel, welches gleichermaßen für Kinder und Erwachsene geeignet ist. Das Spiel enthält 30 Bildkartenpaare mit Sehenswürdigkeiten der Stadt, eine Spielanleitung sowie eine Beschreibung aller Sehenswürdigkeiten in Deutsch und Englisch. Beide Souvenirs sind in der TI erhältlich.
- **Pauschalarrangement zum Bockbierjahr 2023** (M 10)
  Angeboten wurde die Pauschale von April bis Ende Oktober. Die Inklusivleistungen des Individualarrangements sind ausführlich unter 3.4 beschrieben. Die Auswertung der Buchungszahlen sind unter 2.3 dargelegt.
- **Kinder-Rallye**
  Zum Bockbierjahr als Einbecker Themenjahr 2023 erstellte Einbeck Tourismus eine neue Kinderrallye namens Biergeschichte (siehe 3.4 Kampagnenplanung). Dabei können Kinder spielerisch (Säule 4) neun Standorte in der Einbecker Altstadt besuchen und dort verschiedene Fragen rund um die Biergeschichte beantworten. Einzelne Buchstaben der beantworteten Fragen ergeben am Ende ein Lösungswort. Wenn alle Rätsel korrekt gelöst wurden, erhalten die Absolvent:innen in der TI eine Urkunde.

3.2 DIGITALE SERVICES

Die Grundlage der digitalen Services von Einbeck Tourismus bilden die zentral von Einbeck Tourismus gepflegten Datensätze in der Multi-Channel-**Datenbank** von *neusta destination solutions GmbH* (kurz neusta). Die gepflegten Datensätze der Datenbank bilden das Herzstück, da sie für jegliche Ausspielungskanäle im On- und Offlinebereich von Einbeck Tourismus die Grundlage bieten. Der Content (POIs=Sehenswürdigkeiten, Gastronomie, Unterkünfte, Events, Touren, Stadtführungen) wird auf der eigenen Website www.einbeck-tourismus.de, auf externen Websites, auf Social Media und über eine PWA (progressive web app) auf den digitalen Infostelen ausgespielt.

Um Datensätze der Einbecker Tourismuswirtschaft immer aktuell zu halten und den Gästen der Stadt im Sinne des Qualitätsanspruches korrekte Daten anzuzeigen, ging Einbeck Tourismus im Jahr 2023 kontinuierlich in das Gespräch mit einzelnen Betrieben zu ihren Daten und nahm stetig Anpassungen an Datensätzen zur Aktualisierung vor.

Website

Zu Beginn des Jahres 2023 wurde auf der Website der Menüpunkt „Planen & Buchen" um den Reiter **Bockbierjahr 2023** erweitert. Besucher konnten hier Informationen zu Einbecks Themenjahr, dem Bockbierjahr finden. Neben einem Beschreibungstext des Themenjahres, drei Wissenswerten Fakten, einer Verlinkung zum Veranstaltungskalender und der Pressemitteilung zur Themenjahrübergabe im Dezember 2022, wurden im Laufe des Jahres außerdem Informationen zu anstehenden Aktionen und Veranstaltungen hinzugefügt. Dazu gehörte beispielsweise Einbecks erster Biergarten, die Bockbierjahr-Pauschale von Einbeck Tourismus sowie der Fotowettbewerb und die Rezeptsammlung, welche im Dezember 2022 erschienen Flyer des Bockbierjahres schon angekündigt wurden.

Ebenfalls wurde zu Beginn des Jahres unter dem Menüpunkt „Planen & Buchen" der Reiter **Landesgartenschau Bad Gandersheim 2023** (M 5) hinzugefügt.

Besucher fanden hier mit einem allgemeinen Beschreibungstext, dem Flyer zum Geländeplan und wissenswerten Punkten genauere Informationen zur Laga. Neben dem Geländeplan wurde darüber hinaus eine Unterseite erstellt, die die fünf Parkbereiche näher erläuterte. Außerdem wurde der Veranstaltungskalender für eine Übersicht des Veranstaltungspro-grammes verlinkt und es gab Informationen und Impressionen zum Auftritt Einbecks auf dem Gelände.

Im Zuge der Vorbereitung auf das Themenjahr 2024 „Jahr der Mobilität" wurde nach der Teilnahme an der Oldtimer-Rallye 2023 die Ausfahrt in der Datenbank digital angelegt. Weitere **Oldtimertouren** werden folgen. Auf der Webseite https://www.einbeck-tourismus.de/oldtimerstadt können Interessierte nun Oldtimer-Ausfahren planen, einen Oldtimer mieten und erhalten Routentipps in der Region für Motorradfahrer.

Um eine höhere Sicherheit bei einer Kontaktaufnahme über die Website zu gewährleisten, wurde im Spätsommer 2023 durch den Websiteanbieter *neusta* ein **Captcha** als Sicherheitsfunktion hinzugefügt. Ein Captcha ist eine Sicherheitsmaßnahme für Kontaktformulare. Mithilfe dessen können Spammails verhindert werden, da Absender einer Nachricht beispielsweise vorab des Versendens bestätigen müssen, dass sie kein Roboter sind.

Im Herbst 2023 wurde der Reiter „Tourismus in Zahlen" im Businessbereich um eine **Übernachtungsstatistik** ergänzt. Eingefügt wurde ein Factsheet des TourismusMarketingNiedersachsen, welches einen Überblick zu Übernachtungen in 2022 und die Entwicklung der letzten 10 Jahre darstellt.

Social Media

Einbeck Tourismus war 2023 wie bereits im Vorjahr stark auf den **gängigen Social-Media-Plattformen** präsent und generierte regelmäßigen Output. Vertreten war der Tourismus auf *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, und *Youtube*.

Insbesondere war Einbeck Tourismus auf Facebook und Instagram präsent. Dort wurden regelmäßig Inhalte zu verschiedenen Themen veröffentlicht, vor allem aber zum vorherrschenden Bockbierjahr.

Diesbezüglich schloss sich der Tourismus für eine **Kampagne** mit der Einbecker Brauhaus AG zusammen. Die von der Kreativrausch-Agentur aus Braunschweig aufgesetzte Social-Media-Kampagne hatte u.a. zum Ziel, die Bekanntheit Einbecks zu steigern und das touristische Pauschalangebot zum Bockbierjahr zu bewerben. Außerdem gab es zwei kleine Themenreihen, die jeden Monat veröffentlicht wurden und sich mit Führungen und Souvenirs beschäftigten. Dementsprechend wurden jeden Monat ein „Souvenir des Monats" und eine „Führung des Monats" auserkoren, die auf Facebook und Instagram beworben wurden. Einen messbaren Erfolg in den Verkaufszahlen konnte so leider nicht erreicht werden, daher werden diese Reihen für das Jahr 2024 nicht weiterverfolgt. Das Posten von sieben Events zu Monatsbeginn im Jahr 2023 kam hingegen gut an und wird auch in diesem Jahr weiterverfolgt.

Der Pinterest-Account des Tourismus wurde im Lauf des Jahres deaktiviert und gelöscht, da der Account einerseits kaum Klicks für die touristische Website generierte und anderseits auch auf der Plattform selbst kaum Interesse weckte. Der Linkedin-Account ruht aktuell, ist aber aktiv und auf der Twitter bzw. X ist nach wie vor ein touristischer Account Einbecks vertreten. Auch auf Youtube ist der Einbecker Tourismus weiterhin zu finden und kann sehr langsam wachsende Follower:innenzahlen vorzeigen. Der *YouTube*-Kanal von Einbeck Tourismus wird für Videobeiträge im Kontext zu Einbeck genutzt. Im Jahr 2023 veröffentlichte Einbeck Tourismus einen Kurzfilm über SmartCity als Einbecker Modellprojekt sowie über den Einbecker Blaudruck.

Auflistung der Accounts von Einbeck Tourismus:

- Facebook:
  Einbeck Tourismus | @EinbeckTourismus | www.facebook.com/einbecktourismus
- Instagram:
  Einbeck Tourismus | @tourismus_einbeck| www.instagram.com/tourismus_einbeck
- Twitter bzw. X:
  Einbeck Tourismus | @Touri_Einbeck | www.twitter.com/Touri_Einbeck
- Youtube:
  Einbeck Tourismus | @einbecktourismus | www.youtube.com/channel/UCM2IkkyCUihJz-geW93_BGDA

Vor allem auf Facebook und Instagram erfreuen sich touristische Inhalte wachsender Beliebtheit. Dies legt folgende Tabelle mit den steigenden Follower:innenanzahl anschaulich dar:

Monat	Facebook-Follower	Instagram-Follower
Januar	1072	1759
Februar	1075	1795
März	1082	1843
April	1096	1917
Mai	1113	1954
Juni	1155	1988
Juli	1188	2077
August	1200	2149

September	1215	2208
Oktober	1227	2221
November	1232	2252
Dezember	1248	2281

Abbildung 09: Tabelle Follower Zahlen.

Newsletter

Newsletter, ein Bookletter, eine Möglichkeit zur Nachrichtenvermittlung sollte es werden. Die Ideen waren vielfältig, bunt gestreut und es sollte eine Kollaboration zwischen Stadtverwaltung und der Einbeck Marketing GmbH werden. Inhaltlich sollte sich mit den Themen „Neues", „Freizeit", „Nachhaltigkeit", „Wirtschaft" in übergreifender Zusammenarbeit auseinandergesetzt werden. Darüber hinaus waren Einblick in die Ortschaften Einbecks, Vorstellung verschiedene Berufszweige, Partizipationsmöglichkeiten der Bevölkerung, eine Veranstaltungsübersicht sowie ein kleiner, schriftlicher Beitrag der Bürgermeisterin geplant. Das Projekt konnte allerdings nicht von der Theorie in die Praxis umgesetzt werden. (M2)

Digitale Informationsstelen

Die Grundlage der digitalen Services von Einbeck Tourismus bilden die zentral von Einbeck Tourismus gepflegten Datensätze in der Multi-Channel-Datenbank von *neusta*. Der Content (POIs = points of interest / Sehenswürdigkeiten, Gastronomie, Unterkünfte, Events, Touren, Stadtführungen) wird auf der eigenen Website www.einbeck-tourismus.de, auf externen Websites, auf Social Media und über eine Progressive Web App (PWA) auf Einbecks fünf digitalen Infostelen ausgespielt.

Nach umgesetzten Elektronik- und Baumaßnahmen Ende des Jahres 2022 wurden die Infostelen an Strom und Internet für die Inbetriebnahme angeschlossen. Am 17. Januar 2023 folgte die offizielle Inbetriebnahme der vier digitalen Infostelen an der TI, auf dem Marktplatz, am Neustädter Kirchplatz und am PS.SPEICHER. Dazu fand ein Pressetermin an der Infostele vor dem Eickeschen Haus in der Marktstraße 13 statt. Die fünfte Stele am südlichen Möncheplatz zur Ecke Hören wurde aufgrund späterer Anschaffung erst im Sommer, am 07. Juni 2023, in Betrieb genommen.

Seit der Inbetriebnahme der jeweiligen Stelen werden auf allen Werbeanzeigen als Bildschirmschoner angezeigt. Die Themen der Bildschirmschoner sind immer saisonbedingt unterschiedlich und deckten im Jahr 2023 beispielsweise die öffentlichen Führungen der Sommersaison ab, Weihnachtsgeschenkideen aus der TI, Informationen rund um das Einbecker Bockbierjahr 2023, Adventsführungen, etc... Das Ziel von Einbeck Tourismus ist es, auf den Infostelen als Sperrbildschirm immer aktuell für einen Stadtbesuch relevante und hilfreiche Informationen darzustellen und die Marke Einbeck bestmöglich nach außen zu präsentieren.

Mit der Installation der Infostelen gelingt es Einbeck, die Infrastruktur innerhalb der Stadt an stark frequentierten und prominenten Standorten zu entwickeln. Außerdem erhalten Gäste während ihres Aufenthaltes in der Destination über die digitalen Infostelen gebündelt touristisch relevante Informationen. So erhalten sie beispielsweise Informationen zu Sehenswürdigkeiten, Garten- und Parkanlagen, Rad- und Wandertouren, Gastronomiebetriebe, Hotels und mehr. Dadurch erhalten sie über den Beratungsbereich der TI hinaus sowie außerhalb der Öffnungszeiten der TI Einbeck wertvolle Informationen. Die Stelen bieten bei ihrer Nutzung den Vorteil,

dass von ihrem Standort aus die Entfernung zu einzelnen Orten innerhalb der Stadt angezeigt wird, sodass Gäste sich besser orientieren und ihren Aufenthalt vor Ort planen können. In der Zeit von 07:00 Uhr bis 22:00 Uhr von montags bis sonntags sind die Infostelen aktiv, sodass sich Gäste unabhängig der Öffnungszeiten der TI selbstständig informieren können.

Da aus der Bevölkerung der Hinweis kam, auf den Stelen zur Orientierung in der Stadt auch eine Uhrzeit und ein aktuelles Datum anzuzeigen, wurde dies als Reaktion auf diesen Wunsch auf dem Startbildschirm der Infostele als einzelne Kacheln implementiert.

Die fünf Infostelen wurden seit ihrer jeweiligen Inbetriebnahme bis zum 31. Dezember 2023 7.811 Mal (Tracking in Google Analytics mit dem Begriff „page_view", bedeutet die Gesamtzahl der aufgerufenen Seiten und ebenfalls die Zählung wiederholter Aufrufe) auf ihrem Startbildschirm (Kachelansicht) aufgerufen, sodass sie Gästen ihre Startbildschirmfläche zeigten. Die Rangfolge der Stelen-Nutzung nach Seitenaufrufen durch Gäste oder Einheimische gliedert sich dabei wie folgt auf: Stele Hören (2.267 x), Stele Marktplatz (1.578 x), Stele Tourist-Info (1.560 x), Stele PS.SPEICHER (1.403 x) und Stele Neustädter Kirchplatz (1.003 x).

Die Progressive Web App Einbeck als **digitaler Reiseführer** wurde nach den Aufrufen des Startbildschirms mit der Kachelansicht am meisten für die Einsicht der Gastronomiebetriebe in der Stadt, der POIs (= Points of interest, d. h. Sehenswürdigkeiten) und Hotels genutzt. Hierbei konnte festgestellt werden, dass diese Angabe Gästen zur Orientierung in der Stadt hilft.

Pressereisen & Bloggerkooperationen

Eine **Pressereise** zum Bockbierjahr „Einbeck bockt!" so lautete der Titel der im Zuge des Bockbierjahrs geplanten Pressereise Ende Mai. Ein buntes und vielfältiges Programm wurde in Zusammenarbeit mit der Brauerei erstellt. Für die Agenda des ersten Tages waren eine Führung durch die Altstadt Einbecks, ein Ausflug in die Bier-ausstellung des StadtMuseums, eine Tour durch die Brauerei, der Heimat der guten Biere sowie ein Essen im Stile eines Foodpairings mit verschiedenen Einbecker Bieren im Brodhaus geplant. Am zweiten Tag sollte es zum Klostergut Wetze gehen, um dort die Braugerste des Einbecker Bieres ein wenig näher kennenzulernen. Zurück in Einbeck war ein kleiner Abschlusssnack im Gil & More geplant. Aufgrund nur einer einzigen Anmeldung war die Umsetzung der Reise nicht möglich und wurde abgesagt.

Im März waren zwei **Bloggerinnen** in Einbeck zu Gast: Janett Schindler von den *„teilzeit-reisen"* und Inka Chall von *„blickgewinkelt"*. Sie verbrachten drei Tage in Einbeck, wobei es nur an einem Tag ein kleines Programm des Einbecker Tourismus gab, das aber nichtsdestotrotz einen guten Einblick in die Stadt und ihre Vorzüge gab. So besuchten die beiden einen Workshop im Einbecker Blaudruck und gingen im Anschluss auf eine Stadtführung samt Marktkirchturmaufstieg. Zum Ausklang des Tages wartet auf die Bloggerinnen ein „Bierdiplom" und ein Abendessen im Brodhaus. Es entstanden zwei Blogbeiträge: „Mädelswochenende" und „PS.SPEICHER".

https://teilzeitreisender.de/ein-maedelswochenende-in-einbeck/
https://teilzeitreisender.de/ps-speicher-einbeck/

Die **Bloggerin** Nina Herold aus Pforzheim von *„Ninas Fachwerkliebe"* beschäftigt sich auf ihrem Blog und ihrem Instagramaccount mit den Themen Fachwerk und Altstadt. Sie kam im Zuge ihrer Entdeckungsreise entlang der „Deutschen Fachwerkstraße" nach Südniedersachsen. Frau Herold war vom 14. bis zum 16. September in Einbeck zu Gast und sah sich mit einem bunten und vielfältigen Programm konfrontiert. Es startete am 14. mit einer klassischen Stadtführung

„Durch die Jahrhunderte" und einem Abendessen im Brodhaus. Am folgenden Tag besuchte Frau Herold die Erlebnisführung „Fachwerk erleben". Im Anschluss ging es zu einem Besuch in den PS.SPEICHER und den Abschluss des ereignisreichen Tages bildet eine Führung durch den Einbecker Blaudruck. Der letzte Tag des Besuches stand Frau Herold zur freien Verfügung. Insgesamt 11 Postings auf Instagram wurden veröffentlicht, mit jeweils zwischen 900 und 2700 „Gefällt mir"-Angaben. Ein Beitrag über Einbeck für ihre Reihe „Vom Weserbergland zum Spessart" ist in Arbeit.

Niedersachsen Hub & Knowledge Graph

Im *Niedersachsen Hub* (kurz: Hub) als ganzheitliche landesweite Datenbank werden touristische Daten zu Veranstaltungen, Sehenswürdigkeiten und Gastgebern aus ganz Niedersachsen einheitlich, öffentlich zugänglich und lizensiert gebündelt. So auch Daten aus Einbeck. Mithilfe dieses Datenpools und der Bündelung von Datensätzen aus diversen Quellen und Systemen kann mittels des Hubs eine landesweit einheitliche Datenqualität erreicht werden. Diese vorliegenden Daten in Niedersachsen bieten vielfältige Möglichkeiten. Zum einen werden die Daten zur Erreichung einer höheren Reichweite und einer besseren Sichtbarkeit genutzt. Andererseits stehen sie Interessierten als Inspiration- und Informationsquelle zur Verfügung. Beispielsweise können andere, große Plattformen, kleine Unternehmen oder auch Start-ups Daten für den Hub zur Verfügung stellen und mithilfe dessen ihre Reichweite und Sichtbarkeit erhöhen. Zudem zielt der Hub darauf ab, Synergien zwischen unterschiedlichen Dateninhaber:innen herzustellen und Daten sinnvoll miteinander zu kombinieren. In einem Schaubild der *TourismusMarketing Niedersachsen* (kurz: TMN) ist die Funktionsweise des Hubs dargestellt:

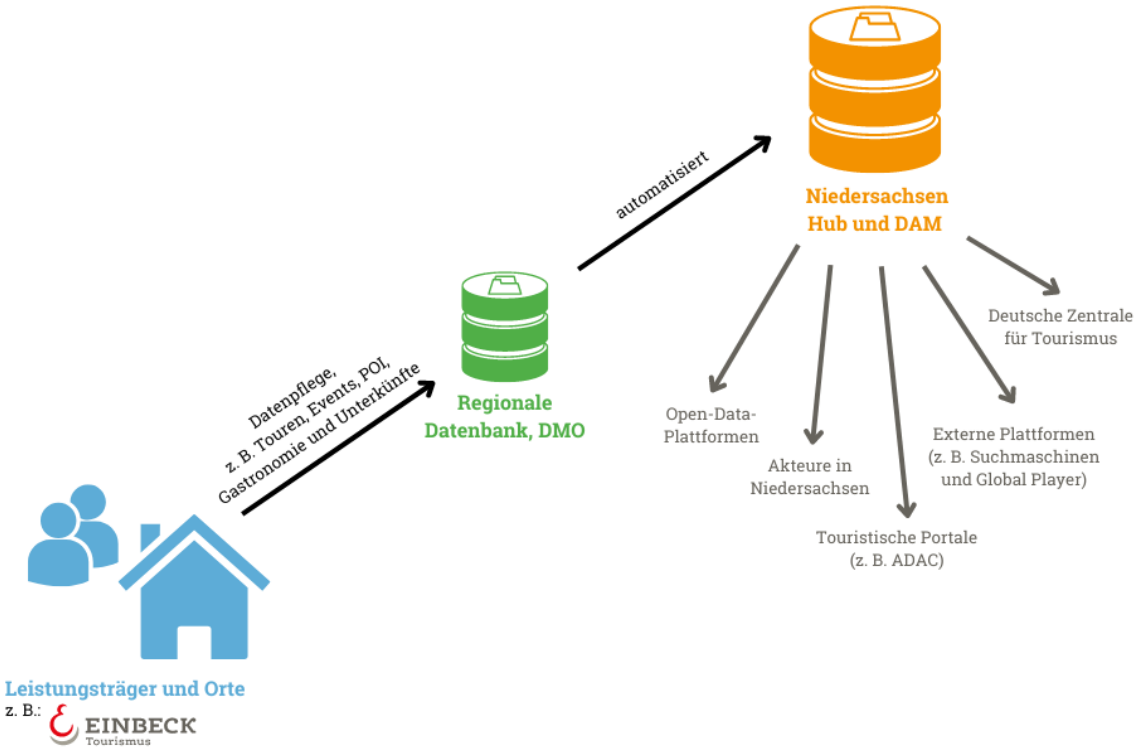


Abbildung 10: Datenfluss im Niedersachsen Hub,

Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an den Content-Guide https://nds.tourismusnetzwerk.info/wp-content/uploads/2022/01/Content-Guide-Niedersachsen-Hub-Anforderungen-an-die-Datenpflege.pdf (S. 4) der TMN

Einbeck Tourismus erweitert die Datenbank stetig mit neuen Datensätzen und lizenzierte in diesem Zusammenhang auch im Jahr 2023 neue Datensätze (POI`s: einzelne Bilder und Inhalte/Texte). Diese in der Datenbank gepflegten Inhalte wurden mit einer Creative-Commons-Lizenz versehen, um die Daten später automatisiert in den Niedersachsen Hub fließen zu lassen und untereinander nutzen zu können. Die Lizenz ist Mindestanforderung dafür, dass Daten von Einbeck Tourismus im Hub ausgespielt werden und hat somit Einfluss auf die Datenqualität. Mithilfe der Überspielung der Daten von Einbeck Tourismus in den Hub gelingt es, die offenen und einheitlich gepflegten Daten aus der touristischen Datenbank Einbecks niedersachsenweit für jede Person zur Nutzung, Verarbeitung und Weitergabe zur Verfügung zu stellen.

Derzeitige Ausspielungskanäle der offenen Daten:

Alle offenen Daten der Bereiche (POI`s, Touren, Gastronomie, Medien), die im Niedersachen Hub veröffentlicht sind, sind ab 2023 in einer Progressive Web App der TMN zugänglich gemacht worden.

https://pages.et4.de/de/open-data-niedersachsen-tourismus/default/search/All/einbeck/sort:distance/view:map,half

Auf der aktuellen Website vom Reiseland Niedersachen werden zurzeit bisher nur ausgewählte Daten veröffentlicht.

https://www.reiseland-niedersachsen.de/erleben/veranstaltungen?form=filter&q=&from=&to=05.04.2024&place=Einbeck

https://www.reiseland-niedersachsen.de/suche/1?form=fulltext&type=all&q=Einbeck

Knowledge Graph

Seit Juni 2023 werden die Daten von Einbeck Tourismus zusätzlich im Knowledge Graph der *Deutschen Zentrale für Tourismus e.V.* (kurz: DZT) veröffentlicht. Für das Projekt spielen die Data Hubs (= Knotenpunkt aller Daten aller touristischen Verbände und Regionen sowie Städte eines Bundeslandes) der Bundesländer eine zentrale Rolle.

Der Knowledge Graph für den Deutschlandtourismus führt elementare touristische Open Data-Inhalte der Landesdatenbanken in einem Netzwerk mit Verknüpfungen zusammen, hinter dem eine einheitliche und international sowie technisch verständliche Sprache steht, um touristische Informationen nach gemeinsamen Standards für zukunftsweisende Applikationen und weitere Nutzungsszenarien künstlicher Intelligenz zentral abrufbar zu machen. Die grenzüberschreitende Verfügbarkeit von touristischen Daten in hoher Qualität ist dabei essenziell, damit der Tourismusstandort Deutschland im internationalen Wettbewerb langfristig seine Position halten und ausbauen kann.

https://open-data-germany.org/datenbestand-such-widget/

https://open-data-germany.org/datenbestand/

Beispiele, was die diese neue Datenbank in dieser technologischen Sprungzeit leisten kann sind: KI-Bots wie ChatGPT oder Speisung von Benutzer-Apps. Um in dieser Hinsicht für die Zukunft vorbereitet zu sein und qualitativ gut gepflegte Daten in der Datenbank zu haben, legt Einbeck Tourismus einen hohen Wert auf die aufwendige Pflege ihrer touristischen Datenbank, so auch im Jahr 2023.

3.3 PUBLIKATIONEN

Die Einbeck Tourismus-eigenen Publikationen werden fortlaufend an die Marktbedürfnisse angepasst und erhalten ein zeitgemäßes Erscheinungsbild. Die Publikationen werden anhand des Corporate Design und der Corporate Identity in Zusammenarbeit mit einer Grafikagentur gestaltet.

Folgende **Printprodukte und Werbematerialien** inspirieren und informieren die Besucher:innen über die Destination Einbeck:

- Mit dem „***ElNblicke***"-Reisemagazin präsentiert sich Einbeck als Reiseziel. Es dient als Inspiration für den Individualgast. Neuauflage erfolgte in 2023.
  Das Magazin gibt es als separate englische Ausgabe „***Insights***"
  „Regards sur Einbeck" als französische Ausgabe wurde in 2023 zur Veröffentlichung im kommenden Jahr 2024 erstellt (M 7).
- Unterkunftsverzeichnis: „***ElNchecken***"
  Das Unterkunftsverzeichnis „*ElNchecken*" wird seit 2021 im 2-Jahresrhythmus gesondert aufgelegt und dem „*ElNblicke*"-Magazin beigefügt.
- Gastronomieverzeichnis: „***ElNkehren***"
  Das Gastronomieverzeichnis „*ElNkehren*" wird seit 2021 im 2-Jahresrhythmus gesondert aufgelegt und dem Infopaket beigelegt.
- Stadt- und Erlebnisführungen: „***ElNsichten***"
  Die Stadt- und Erlebnisführungs-Broschüre „*ElNsichten*" wird seit 2021 im 2-Jahresrhythmus gesondert aufgelegt und dem Infopaket beigelegt. Neuauflage erfolgte in 2023.
- Radtourenvorschläge: „***ElNradeln***"
  Die Radtourenvorschläge-Broschüre „*ElNradeln*" wird seit 2021 im 2-Jahresrhythmus gesondert aufgelegt und dem Infopaket beigelegt. Neuauflage erfolgte in 2023.
- **„Bierpfadflyer"**
  Der Flyer bewirbt den 2,3 km langen Rundgang über die Einbecker Wallanlagen entlang der Fässer zur Bierhistorie.
- **Flyer „Jüdisches Leben in Einbeck"**
  Der Flyer das Angebot des Rundgangs zur Erinnerung an das jüdische Leben in Einbeck.
- „**Historischer Stadtplan**"
  Der historische Stadtplan ist ein gern genommener Stadtplan, um sich in Einbeck zu orientieren. Er wird zumeist unterjährig fortlaufend aktualisiert und gedruckt.
  Der Stadtplan ist seit 2022 auch in englischer Sprache erhältlich. Neuauflage deutsch und englisch erfolgte in 2023.
- „**Kinder-Rallye**"
  Diese Rallye führt Kinder auf die Spurensuche in Einbeck.
  Die Rallye ist seit 2022 auch in englischer Sprache erhältlich.

Folgende Publikationen wurden im Zuge des Themenjahres Bockbierjahr und einzelner Projekte 2023 dazu:

- Flyer, Plakat, Postkarte, Beileger Infopakete Bockbierjahr

- Flyer und Plakat Biergarten
- Kinder-Rallye Biergeschichte
- Flyer Krimi Trail
- Flyer und Plakat Veranstaltungskalender
- Flyer und Plakat Kampagne „Sei Gast in deiner eigenen Stadt“

3.4 KAMPAGNENPLANUNG

- **Themenjahr 2023 - Bockbierjahr**

Im Jahr 2023 wurde als Einbecker Themenjahr das **Bockbierjahr** (M 9) gefeiert. Gemeinsam mit weiteren Akteuren gestalteten Einbeck Tourismus und Einbeck Marketing das Jahr rund um das Motto „Einbeck bockt!", um so die Heimat des Bockbieres und die Brautradition gemeinsam mit Gästen sowie der Stadtgesellschaft zu erleben und zu entdecken. Im Themenjahr 2023 übernahm Einbeck Tourismus die Federführung in der Organisation und Kommunikation der Projektbeteiligten. Um das Jahr und Aktionen in der Stadt zu publizieren, war Einbeck Tourismus verantwortlich für die Pressearbeit in dem Jahr und forderte über Presseinformationen Teilnehmende auf, sich am Jahr zu beteiligen.

Ziel der Einbecker Themenjahre ist es, zu jeder der im Konzept festgelegten acht Säulen mindestens eine Aktion umzusetzen und das Jahresthema darüber in vielen Bereichen der Stadt in die Innen- und Außenwahrnehmung zu rücken. Die Säulen sind diese:

1. Start Neujahrsempfang
2. Öffentlichkeitsbeteiligung
3. Tourismus
4. Kinder & Jugendliche
5. Regionalität & Nachhaltigkeit (Genuss)
6. Bewegung & interessante Orte
7. Kunst & Kultur
8. Ende Weihnachtsdorf

Das Blaudruckjahr 2022 mit einer Fülle an Handwerkskunst und Traditionen wurde zum Weihnachtsdorf 2022 dem Bockbierjahr übergeben, um im neuen Jahr 2023 in die nächste Einbecker Tradition einzutauchen. Zu diesem Auftakt stellte die Einbecker Brauerei den neuen Einbecker Ur-Bock-Becher vor und aus dem Bockbringer, einem Brauerei-Oldtimer, frisch gezapftes Winter-Bock in diesem neuen Glas aus.

Feierlich eröffnet wurde das Einbecker Bockbierjahr folglich darauf bei dem Einbecker **Neujahrsempfang** (Säule 1) am 27. Januar 2023.

Um die Öffentlichkeitsbeteiligung (Säule 2) am Themenjahr mit Aktionen herbeizuführen, organisierte Einbeck Tourismus einen **Fotowettbewerb** unter dem Motto „Dein Moment in Einbecks Bockbierjahr". Nachdem der Einsendezeitraum für Fotos am ersten Mai begann, erreichten Einbeck Tourismus bis zum 31. August insgesamt 53 Bildmotive in Verbindung zu dem Einbecker Bier und mit persönlichen Geschichten dazu. Aus diesen Einsendungen wurden folglich von einer internen Jury, zusammengestellt aus den Bockbierjahr-Akteuren, sechs Motive ausgewählt, die es in die finale Auswahl durch die Stimmabgabe der Bevölkerung schafften. Eine Stimmabgabe

war über einen Link zu einem Abstimmungstool oder analog per Stimmzettel oder auch per Telefon über die TI möglich. 577 Stimmen wurden dabei abgegeben und drei Fotos schafften es auf das Siegerpodest mit anschließender Übergabe der ausgelobten Gewinne im Oktober in der Einbecker Brauerei.

Am 12. Juli 2023 hat Einbeck Tourismus in Kooperation mit dem Städteverband aboutcities den ersten **Insta-Walk** (ebenso Säule 2 in Verbindung mit Säule 3) in der Stadt angeboten. Es ging dabei um das Thema „Typisch Einbeck" und somit lernten die Teilnehmer:innen während des Spaziergangs nach dem Motto die Einbecker Brauerei und die Aspekte in Verbindung zur Bierhistorie in der Stadt kennen. Mehr dazu unter 3.8. Der Instawalk war ein voller Erfolg und sorgte bei allen Teilnehmer:innen für viel Freude. Zwei dieser Instawalker waren auch im Dezember 2023 erneut in Einbeck für eine Winter-Fotosession zu Gast. Damit trug der Instawalk sehr gut zur Vernetzung Einbecker Gäste bei und brachte Begeisterung für die Stadt anhand von selbst generierten und nutzergenerierten Inhalten in den sozialen Medien zum Ausdruck.

Im Rahmen des touristischen Angebotes (Säule 3) zum Bockbierjahr 2023 wurde im Zeitraum der Sommersaison ab dem ersten April bis Ende Oktober ein **Pauschalarrangement** erstellt, welches zwei Übernachtungen inklusive Frühstück in einem Einbecker Hotel, Eintrittstickets für einen Besuch im Einbecker StadtMuseum mit Bierausstellung, eine Willkommenstüte im Hotelzimmer inklusive einem Bockbier, einem Einbecker Probierglas 0,1 l und einem 10 %-Rabattgutschein für den Einbecker Fan-Shop der Brauerei beinhaltete. Abgerundet wurde diese buchbare Pauschale mit einem rustikalen Abendessen und einer Einbecker Bierprobe am Anreisetag und der Teilnahmemöglichkeit an einer öffentlichen Altstadtführung am zweiten Reisetag. Angeboten wurde das Programm ab 155,00 € pro Person im Doppelzimmer, je nach Wahl des Hotels. Auch ein Instawalk mit dem Städteverband Aboutcities konnte thematisch passend zum Bockbierjahr im Sommer 2023 umgesetzt werden und fand unter dem Motto „Typisch Einbeck" am 12. Juli 2023 statt.

Um das Bockbierjahr 2023 ganzjährig in der Stadt in den Fokus zu rücken, setzte Einbeck Tourismus in seinen **Marketing- und Social-Media-Aktivitäten** Events und Fakten rund um das Einbecker Bier in den Mittelpunkt. Zur überregionalen Vermarktung des Bockbierjahres in den sozialen Medien schloss sich Einbeck Tourismus darüber hinaus mit der Einbecker Brauerei zusammen und setzte in Kooperation mit einer Agentur eine Social-Media-Kampagne mit statischen sowie dynamischen Inhalten über die eigenen Facebook- und Instagram-Kanäle um. Die Kampagne lief in der Zeit vom 28. April bis zum 31. Juli 2023 und erreichte insgesamt 233.412 Personen mit dem Ergebnis von 7.519 Link-Klicks zu einem Preis von 0,23 € pro Klick. Ziel war es, Link-Klicks auf die touristische Website zu erhalten, um potenzielle Besucher auf die Stadt mit ihrer Brautradition aufmerksam zu machen und darüber entweder die Buchung des Themenjahr-Pauschalangebotes oder einer individuellen Unterkunft zu erreichen. 4.247 Klicks führten über die Links zur individuellen Unterkunftsbuchung auf die touristische Website und 3.272 Klicks über den Link zur Anfrage von Pauschalreisen. Prozentual wurden mit der Marketingkampagne 75 % Männer und 25 % Frauen erreicht.

Des Weiteren wurde von Einbeck Tourismus eine **digitale Rezeptsammlung** (Säule 5) „Von euch, für euch" mit Einsendungen von Rezepten mit Einbecker Bock-(Bier) durch die Bevölkerung er-

stellt. So konnten sich alle Interessierten im Zeitraum von April bis Mitte August mit ihren Einsendungen kulinarisch mit vollstem Genuss in das Themenjahr einbringen und ihre Rezeptkreationen mit dem Einbecker Getränk teilen. Acht Rezeptkreationen wurden eingereicht, von herzhaften Gerichten bis hin zu süßen Bockbierplätzen und Getränkemischungen mit Einbecker Bier kam eine bunte Auswahl zusammen. In dem Zeitraum der Aktion veröffentlichte Einbeck Tourismus über die Social-Media-Kanäle sowie über die tourismuseigene Website wöchentlich neue Rezepte und stellte zudem die Rezepte der Einbecker Brauerei vor. Die Rezepte wurden im Jahresverlauf unter anderem von der Einbecker Morgenpost veröffentlicht und zudem lag in der TI ein analoges Rezeptbuch zur Ansicht bereit.

Eine Besonderheit im Themenjahr 2023 war der durch Einbeck Marketing veranstaltete **Biergarten** (Säule 5) im Garten vor der Mendelssohn-Musikschule am Ostertor in Einbeck. Dieser fand in der Zeit vom 09. Juni bis 09. Juli 2023 statt und lockte Besucher dazu ein, den Sommer in der Stadt bei Musik sowie Speis und Trank zu genießen. Bereichert wurden schöne Stunden mit Musik durch lokale Musiker. Einbeck Tourismus übernahm die Vermarktung dieses identitätsstiftenden Events über Pressemitteilungen, Plakathängungen und Flyern.

Um ein kindgerechtes Angebot zum Themenjahr für die Erkundung der Stadtgeschichte rund um die Einbecker Brauerei (Säule 4) zu erstellen, entwickelte Einbeck Tourismus die **Kinderrallye Biergeschichte** für Kinder im Alter von acht bis 14 Jahren (siehe 3.1 Angebots- und Produktentwicklung).

Die weiteren Säulen Nummer sechs und Nummer sieben wurden von weiteren Themenjahr-Beteiligten mit künstlerischen sowie kulturellen Aktionen und **Radtouren** entlang der ehemaligen Bier-Bannmeile mit ihren acht Gedenksteinen, an denen ehemals Wachtürme der Einbecker Landwehr standen, umgesetzt.

Am 09. Dezember 2023 verabschiedeten die Themenjahrbeteiligten das Bockbierjahr 2023 auf dem Einbecker Weihnachtsdorf (Säule 8) und begrüßten feierlich das Themenjahr 2024 „10 Jahre PS.SPEICHER - Ein Jahr der Mobilität", in dem jede Form der Mobilität in Einbeck in den Fokus gestellt werden soll.

- **Übernachtungskampagne Sei Gast in deiner Stadt**

Erstmals plante Einbeck Tourismus für das Jahr 2023 eine **Kampagne „Sei Gast in deiner Stadt“** (M 14), welche das Ziel hat, Einheimische oder dort arbeitende Personen zu Gästen der Stadt zu machen und darüber die Auslastung in besucher:innenschwachen Monaten in den Einbecker Hotels zu erhöhen. Buchbar war das Angebot ab Dezember 2023. Der Reisezeitraum für Gäste war ab 01. Februar 2024 bis zum 29. Februar 2029. Das Angebot verfügte über Übernachtungen in dem *Hotel-Garni Haus Johanna* oder dem *Hotel Einbecker Sonnenberg* und Vergünstigungen bei einzelnen Leistungen und Angeboten offerierten diese Betriebe: *PS.SPEICHER*, *Einbecker Brauhaus AG*, *Einbecker Blaudruck*, *StadtMuseum Einbeck*, *TI* und *Altstadt-Café Einbeck*.

Zur Bewerbung der besonderen Aktion setzte Einbeck Tourismus gemeinsam mit einer Werbeagentur zwei Kampagnenstufen mit einem A-B-Test über Instagram und Facebook um. Dabei wurden zwei Videoinhalte beworben und sieben Bild-Werbeanzeigen mit Informationen zu den einzelnen, bei der Aktion mitmachenden Betriebe.

Die zwei Videoinhalte galten der Kampagnenaufklärung im Zeitraum vom 04. Dezember 2023 bis zum 20. Dezember 2023. Dahingegen hatten die acht statischen Bildinhalte mit einer Veröffentlichung ab dem 09. Januar 2024 bis zum 24.01.2024 das Ziel des Kampagnenretargetings mit dem Erreichen vieler Link Links auf die touristische Website mit Informationen und dem Anfrage-Button zur Aktion Sei Gast in deiner Stadt. Neben der Kampagne auf Social Media kam es zu Anzeigenschaltungen in regionalen Zeitungen. So wurden drei Anzeigen in der Einbecker Morgenpost veröffentlicht und eine Anzeige in der EULE. Darüber hinaus hat Einbeck Tourismus Flyer und Plakate zu der Aktion in der Stadt und der Einbecker Region verteilt und außerhalb der durchgeführten Social-Media-Kampagne in den sozialen Medien mit Beiträgen und Story-Formaten auf die Aktion aufmerksam gemacht. Auch die digitalen Infostelen wurden als Werbeflächen für die Aktion genutzt.

Mit diesem erstmaligen Angebot der Aktion hofft Einbeck Tourismus, eine Durchdringung in der Bevölkerung erreicht zu haben, sodass im Jahr 2025 bei dem nochmaligen Angebot dieser Aktion gegebenenfalls mehr Betriebe und mehr Gäste ihr Interesse zeigen, sodass die Aktion gut angenommen wird. Im Jahr 2024 konnten für die Aktion keine Buchungen erzielt werden. Die Nachfrage an der Aktion war jedoch vorhanden, das zeigen die Kampagnenauswertungen und die Auswertungen der Gästenachfragen in der TI. Diese erstmalige Durchführung der Kampagne wird als Chance angenommen, die Aktion ein weiteres Mal in Einbeck durchzuführen und ihr Potenzial mit einer Angebotsoptimierung zu optimieren.

Einige Personen haben auf den Website-Link der einzelnen Werbeanzeigen in den sozialen Medien geklickt und wir können daher davon ausgehen, dass tiefergehendes Interesse an der Aktion da war. Auch Personen, die in der TI zu Gast waren, zeigten Interesse.

3.5 MARKTFORSCHUNG

Das SINUS-Institut ist ein unabhängiges Institut für Markt- und Sozialforschung. Seit über 40 Jahren erforscht es die Alltagswirklichkeit der Menschen, den soziokulturellen Wandel und seine Bedeutung für Unternehmen und Institutionen. Mit den Sinus-Milieus® als Gesellschaftsmodell in Form einer Kartoffelgrafik entwickelte das Institut eine Zielgruppensegmentation nach der sozialen Lage und nach einer traditionellen oder modernen Werteorientierung von Menschen zu einer Gruppe an Gleichgesinnten. Die Übergänge einer gesellschaftlichen Gruppe zur nächsten sind fließend. Die Milieus sind in über 40 Ländern verfügbar, darunter auch in Deutschland.

Einbeck spricht mit seiner Marke Einbeck zwei der zehn **Sinus-Milieus®** aus dem Kartoffelmodell an. Ende 2021 wurde das Sinus-Milieumodell grundlegend aktualisiert und an die Veränderungen der Gesellschaft angepasst, sodass Einbeck und das Angebot der Stadt sich seit dem Jahr 2022 auf die Zielgruppe des postmateriellen Milieus (vor 2022: liberal-intellektuelles Milieu) und des adaptiv-pragmatischen Milieus (vor 2022: ebenfalls adaptiv-pragmatisches Milieu) bezieht. Diese Anpassung war notwendig, da das letzte Sinus-Modell zehn Jahre zurücklag und die Weiterentwicklung der Gesellschaft einen Einfluss auf die Milieustruktur hat, obwohl die Grundorientierungen auch in turbulenten Zeiten eher konstant bleiben.

Das **adaptiv-pragmatische Milieu** hat sich im neuen Kartoffelmodell mehr in Richtung der Mitte (Mittelschicht und Werte der Modernisierung) verschoben. Das vorher liberal-pragmatische Milieu hat sich als neu bezeichnetes, **postmaterielles Milieu** ein wenig vergrößert und von der Oberschicht mehr in Richtung der Mittelschicht bewegt. Es geht jetzt in die Zielgruppe der Adaptiv-pragmatischen über, was vorher nicht der Fall war.

Über die Marktforschungsmethode der Sinus-Milieus® gelingt es Einbeck perspektivisch immer stärker, sich auf die Werte und Verhaltensweisen der Zielgruppen zu beziehen und die eigene

Produktpalette und die Tätigkeiten darauf für ein qualitativ hochwertiges, zu den Zielgruppen passendes Gästeerlebnis auszurichten. Einbeck Tourismus arbeitet stetig an einer Qualitätssteigerung im Sinne der Zielgruppen.

2023 hat Einbeck Tourismus, die in 2022 erstellten Zusammenfassungen über die Zielgruppen und ihre Verhaltensweisen und Wünsche in verschiedenen Phasen der Customer Journey für das Marketing und Aufbereitungen in den Sozialen Medien genutzt.

Gästeumfrage TI Einbeck

Im Jahr 2023 führte die TI im Zeitraum vom 01. April bis zum 31. Oktober 2023 eine schriftliche Umfrage von Kund:innen vor Ort im Eickeschen Haus durch. Befragt wurden 97 Personen und zehn Fragen rund um den Service vor Ort in der Destination Einbeck, ihren individuellen Beratungs- und Reisewunsch sowie Angaben zur Person sollten beantwortet werden.

Als Ergebnis der Umfrage ließ sich feststellen, dass die meisten Gäste aufgrund persönlicher Weiterempfehlung von Bekannten oder Freund:innen nach Einbeck kommen. Der Grund ist vermehrt das Fachwerk in der Stadt und sie reisen als bevorzugtes Verkehrsmittel mit dem Auto an. Die meisten der befragten Gäste stammen aus Niedersachsen oder dem angrenzenden Bundesland Nordrhein-Westfalen. Sie sind im Durchschnitt 65 Jahre alt und älter. Entweder reisen sie gemeinsam mit dem (Ehe-)partner:innen nach Einbeck oder innerhalb einer Reisegruppe. Hauptsächlich nutzen sie die TI vor Ort, um sich beraten zu lassen, Informationen zu ihrem Aufenthalt in der Stadt zu erhalten und Broschüren mitzunehmen. Ein Großteil der Befragten hat bisher die digitalen Infostelen in der Stadt nicht genutzt, aber kann sich eine Nutzung vorstellen. Jedoch wird die persönliche Beratung in der TI dennoch wertgeschätzt.

Unter den Teilnehmer:innen wurde ein Einbeck-Souvenir-Paket als Dankeschön ausgelost. In diesem enthalten waren ein Einbeck-Beutel und zwei Tickets für die öffentliche Altstadtführung.

3.6 PRESSE- UND MEDIENARBEIT

Im Bereich **Bild- und Videoerstellung** wurde der anlässlich des Markenprozess erstellte einminütige **Imagefilm** (M 3) zu den drei touristischen Kernthemen auf circa drei Minuten verlängert und somit mit allen relevanten Themen Einbecks vervollständigt. Dieser entstand in enger Zusammenarbeit *Spieker Fotografie*.

Im Sommer fand auf der Rasenfläche der Mendelssohn-Musikschule ein Biergarten statt. Für Werbemaßnahmen wurden hier von *Spieker Fotografie* einige Bilder bei guten Wetter und Sonnenschein erstellt.

Im Zuge eines **Porträtfotoshootings** für die Mitarbeiter:innen von Einbeck Tourismus wurden in Zusammenarbeit mit *Spieker Fotografie* ebenfalls gestellte Beratungsszenen in der TI im Eickeschen Haus aufgenommen. Diese Beratungsszenenbilder fanden bspw. Verwendung auf der Tourismus-Website und in touristischen Broschüren.

Der PS.SPEICHER hatte anlässlich der Oldtimertage zur PS.Rallye geladen, die der Einbecker Tourismus in einem alten Cabrio von Opel bestritt. Mit im Gepäck war *Spieker Fotografie*, der im Laufe der Fahrt Bilder für Marketingzwecke erstellt von der Fahrt selbst, den Oldtimer und den Sehenswürdigkeiten, die im Laufe der Rallye passiert wurden. Außerdem entstand im Nachgang ein Blogbeitrag über die Rallye für den Städteblogverbund *aboutcities*.

Im April war der Fotograf Christoph Partsch Teil der Erweiterung des touristischen **CC0-Bildportfolio**s. Über 100 lizenzfreie Bilder und einige Drohnenaufnahmen der Einbecker Kernstadt und der Heldenburg in Einbeck Salzderhelden sind so entstanden.

Die **Pressemitteilungen** des Einbecker Tourismus wurden weiterhin mit Hilfe des Versandtools Zimpel versendet. Folgende Mitteilungen wurden an regionale und überregionale Medienvertreter:innen und auf der touristischen Website veröffentlicht:

- „Neu & digital"
- „Einbeck auf der LAGA"
- „Lieblingsrezepte mit Einbecker (Bock-)Bier"
- „Fotowettbewerb im Bockbierjahr 2023"
- „Veröffentlichung von Rezepten mit Einbecker (Bock-)Bier"
- „Instawalk 2023 in Einbeck"
- „Ein Biergarten für Einbeck"
- „Musikalischer Biergarten"
- „Abschalten und Kraft tanken in Einbecks grüner Region"
- „Lehrreiche Autofahrten"
- „Rätselspaß für die ganze Familie"
- „Gästeführer:innen auf Honorarbasis"
- „Kreative Rezepte: Mit Einbecker (Bock-)Bier lecker kochen"
- „Der Kleine Wochenendtipp"
- „Fotowettbewerb zum Bockbierjahr geht zu Ende"
- „Dein Moment in Einbecks Bockbierjahr: Wer gewinnt den Fotowettbewerb"
- „Rätselhaftes Einbeck"
- „Gästerekord: Einbeck in diesem Jahr so beliebt wie nie"
- „Fotowettbewerb zum Bockbierjahr: Preisübergabe im Einbecker Brauhaus"
- „Weihnachtssouvenirs mit Einbecker Motiven als besonderes Geschenk"
- „Sei Gast in deiner Stadt - Urlaub ohne Anreisestress"
- „Tourismus in Einbeck wächst zusammen"
- „Bockbierjahr: Ein ereignisreiches Jahr geht zu Ende".

Im **Printbereich** gab es u.a. eine Platzierung Einbecks in „1000 Places to see before you die - Harz Edition". Es findet sich in dieser Ausgabe nun etwas zu den drei touristischen Kernthemen Einbecks und einige Geheimtipps wie bspw. der Einbecker Bierpfad oder die Street-Art-Landschaft der Stadt. Außerdem wurde das öffentliche Führungsangebot von Einbeck Tourismus in der lokalen Presse in der *Einbecker Morgenpost* beworben. Sechs Anzeigen wurden diesbezüglich geschaltet.

3.7 AUSLANDSMARKETING

Für das Auslandsmarketing Einbecks arbeitet Einbeck Tourismus eng mit der Städtekooperation *9 Städte + 2* (kurz 9 Städte) zusammen. Die gezielte Ansprache, Werbung und Akquise von Reisemittlern und Endverbrauchern richtet sich vorrangig an die europäischen Nachbarländer, aber auch innerhalb Deutschlands. Die europäischen Märkte sind Skandinavien, Benelux-Staaten,

Großbritannien, Polen, Schweiz und Österreich. Es wurden große Einbecker Events wie Eule, Oldtimertage etc. über Broschüren der *9 Städte* beworben und natürlich ebenfalls das Einbecker Weihnachtsfest. Außerdem veranstaltete die Städtekooperation in der Westfälischen Zeitung ein Gewinnspiel, das den Besuch in einer der Mitgliedsstädte zum Preis hatte. Der Gewinner entschied sich erfreulicherweise für Einbeck.

3.8 KOOPERATIONSPARTNER UND NETZWERKE

Der Erfolg von Einbeck Tourismus ist unter anderem nur mit einer funktionierenden Vernetzung mit touristischen Partnern möglich. Ein ständiger Austausch ist unerlässlich für die Arbeit und das Sicherstellen von zielgruppengerechten Angeboten für Gäste. Daher wird mit diversen lokalen, regionalen und überregionalen Kooperationspartnern und Netzwerken, entweder in der Federführung oder der Beteiligung durch Einbeck Tourismus, zusammengearbeitet. Im Folgenden sind die gemeinsamen Aktivitäten unserer Mitgliedschaften dargelegt.

aboutcties

Einbeck ist bereits seit dem 01.01.2020 offizielles Mitglied im niedersächsischen Städteverband aboutcities. Das Jahr 2023 war demnach Einbecks viertes vollständiges Jahr als Mitglied. Mit Einbeck sind die aboutcities insgesamt 18 niedersächsische Städte.

Über den Blog www.aboutcities.de wird im deutschsprachigen Raum von Einheimischen authentisch über touristische Höhepunkte, Geheimtipps und weitere versteckte Perlen der Städte berichtet. Der Blog dient potenziellen Gästen der Inspiration und motiviert dadurch Anlässe für die nächste Reiseplanung in eine der Städte.

Als Stadtbotschafter:innen für Einbeck agierten im Jahr 2023 Erik von Petersson und Katharina Meyer. Sie veröffentlichten insgesamt fünf Blogbeiträge schrieben drei Clusterbeiträge.

Die Blogbeiträge wurden nach Livegang auch über die Netzwerke Instagram und Facebook publiziert. Bei dem Clusterbeitrag veröffentlichte jede der Mitgliedstädte, die etwas zu dem vorher festgelegtem Oberthema beizutragen hatte, in einem gemeinsamen Beitrag einen jeweiligen Kurztext und ein Bild zu dem Thema. Bei den Blog-Themen reichte die Auswahl der Themen von Zeit mit Freunden in der Stadt zu verbringen, Kunst umsonst in der Stadt erleben, über die Einbecker Oldtimertage am PS.SPEICHER und eine Tour entlang der Einbecker Wallanlagen bis hin zu einem Besuch für maximal 200 € Reisekosten in der aboutcities-Mitgliedsstadt Hannover.

Im Jahr 2023 wurden auf dem aboutcities-Blog insgesamt 77 Beiträge veröffentlicht. Der Blog hatte mit 157.478 Aufrufen im gesamten Jahresverlauf etwas weniger Besucher:innen als in den zwei vorhergegangenen Jahren. Der Rückgang lässt sich einerseits durch das Ende der Corona-Pandemie begründen, der die deutsche Tourismuswirtschaft wieder in den weltweiten Wettbewerb versetzt. Andererseits wurden in den zwei vorhergegangenen Jahren mehr Blogbeiträge veröffentlicht, als im Jahr 2023.

Besonders im November (16.829 bzw. 560 Aufrufe pro Tag) und Dezember (15.717 bzw. 507 Aufrufe pro Tag) war der Blog stark frequentiert.

- Blog- und Clusterbeiträge aus Einbeck 2023

2023	Blog- (B) & Clusterbeitrag (C)	Verfasser:in
Januar	Bucketlist 2023: In Einbeck wird es bierig und erlebnisreich **(C)**	Katharina Meyer
März	Öffentliche Schätze der Kunst in Einbeck **(B)**	Katharina Meyer
April	Tour über Einbecks Wallanlagen **(B)**	Gastblogger Can Yaldirim
	Tipps für lange Maiwochenenden **(C)**	Katharina Meyer
Mai	Zeit mit Freunden **(B)**	Katharina Meyer
Juli	Einbecker Oldtimertage: Rallye mit Rekord **(B)**	Erik von Petersson
Oktober	Einbeck verreist: Kurztrip nach Hannover **(B)**	Katharina Meyer
Dezember	Zwischen den Jahren: Winterzeit ist Museums-zeit für Groß und Klein in Einbeck **(C)**	Katharina Meyer

Abbildung 11: Blog- und Clusterbeiträge Einbeck 2023, Quelle: Eigene Erhebung

- LieblingsORT-Kampagne

Der Marketingverein *aboutcities* hat gemeinsam mit der *TourismusMarketing Niedersachsen* GmbH in dem Magazin „LieblingsORT – Die 21 schönsten Städte in Niedersachsen" Insidertipps für Städtetrips in die 21 schönsten Städte in Niedersachsen gebündelt und dieses im Juli 2022 veröffentlicht. Das Magazin gibt seither auch noch im Jahr 2023 Ideen für einen Wochenendtrip, Kurzurlaube oder für einen kurzen Ausflug und wird in den aboutcities-Städten vermarktet.

Ein Kurzporträt der Stadt Einbeck in diesem Magazin präsentiert Leser:innen Highlights und Sehenswürdigkeiten. Zudem gibt eine illustrierte Karte mit auf ihr herausgestellten Orientierungspunkte einen notwendigen Überblick als die Inspiration oder als Hilfe für die Planung einer bevorstehenden Reise.

Besondere Aufmerksamkeit wird in dem Magazin den Lieblingsplätzen der *aboutcities* Blogger:innen gegeben. Als Einbecker Lieblingsplatz wurde der Marktplatz mit seiner jahrhundertealten Geschichte dargestellt. Das Porträt Einbecks wird durch einen Hinweis auf die besten Insta-Spots als sehr schöne Fotomotive ergänzt.

Die Inhalte des Magazins werden auch auf einer Website gebündelt dargestellt.

- Zweiter Instawalk in Einbeck

Der Begriff Instawalk setzt sich aus der Plattform „Instagram" und dem englischen Wort für „Spaziergang" zusammen. Ein Instawalk ist ein organisierter Rundgang von einer Gruppe an Menschen durch eine Stadt oder durch eine Stätte. Dabei geht es nicht darum, an jedem Gebäude oder jedem Objekt lange stehen zu bleiben, sondern umher zu gehen und dabei tolle Orte zu sehen. Während des Spaziergangs fotografieren Teilnehmende aus verschiedenen Perspektiven diverse Besonderheiten und schöne Fotomotive. Manchmal werden auch kleine Videosequenzen gefilmt. Die erstellten Fotos und Videosequenzen laden die Teilnehmenden noch während des gemeinsamen Rundgangs oder anschließend auf Instagram hoch. Sie werden mit vorher festgelegten, einheitlichen Hashtags gekennzeichnet, um die Bilder oder Videos hinterher bestmöglich aufzufinden und sich untereinander gut vernetzen zu können. Mit den passenden Schlagwörtern, einer Ortsmarkierung oder einer interessanten Beschreibung erreichen Bilder und Videos auf Instagram verschiedene interessierte Nutzer:innen und können geliked, kommentiert und geteilt

werden. Das Besondere an dem Format eines Instawalks ist es, dass gezeigt wird, wie unterschiedliche Menschen besuchte Orte wahrnehmen und wie verschieden die Aufmerksamkeit für ein Thema oder einen Platz bei einem Gang durch die Stadt sein kann.

Aboutcities veranstaltete vom 08. Juli bis zum 16. Juli 2023 eine Instameet-Woche. In dieser Woche konnte jede Stadt an einem frei gewählten Termin und zu einem selbst gewählten Thema in Kooperation mit den *aboutcities* einen eigenen Instawalk in ihrer Stadt veranstalten.

So fand am 12. Juli 2023 der zweite Instawalk in Einbeck statt. Er wurde thematisch an Einbecker Sehenswürdigkeiten und dem Bockbierjahr 2023 ausgerichtet.

Um 15:00 Uhr trafen sich drei Mitarbeitende von Einbeck Tourismus mit den acht Teilnehmenden und einer Begleitung von *aboutcities* auf dem Marktplatz und starteten den Instwalk. Der Walk wurde mit insgesamt sieben Teilnehmenden durchgeführt. Nach dem Start auf dem Marktplatz ging es über die Tiedexer Straße und den Bäckerwall in Richtung Besichtigung der Produktionsstätte des Einbecker Brauhauses. Im Anschluss fanden sich die Teilnehmenden bei einem Get together mit kleiner Verpflegung im Diekturm ein. Nach der Pause gingen sie über die weiteren Wallanlagen bis hin zur ehemaligen Stukenbrok-Villa und von dort aus auf den Marktplatz. Auf dem Marktplatz angekommen, wurde noch der Turm der Marktkirche bestiegen. Der Instawalk fand seinen Abschluss ab 19:30 Uhr in einer Einbecker Gastronomie.

Zum Instawalk hat Einbeck Tourismus seit Beginn des Bewerbungszeitraumes zum Instawalk bis hin zur Nachbereitung des Walkes 2023 auf Instagram über 13 Tage verteilt insgesamt 65 eigene Storys, zwei eigene Reels und zwei eigene Beiträge veröffentlicht. Darüber hinaus veröffentlichte Einbeck Tourismus in der Instagram-Story 82 Inhalte der Teilnehmenden in Form von Storys, Reels oder Feed-Beiträgen. Auf Facebook publizierte Einbeck Tourismus zum Instawalk zwei Reels und drei Foto-Beiträge.

Über die fünf Beiträge auf Facebook und Instagram wurden nach dem Stand aus Oktober 2023 zusammen 4.702 Personen erreicht. Die vier Reels auf Facebook und Instagram erzielten zusammen 5.594 Wiedergaben. Mit den eigenen Storys von Einbeck Tourismus auf Instagram und den geteilten Storys mit erstellten Medien der Teilnehmenden erreichte Einbeck Tourismus über Instagram 26.137 Personen.

Einbeck Tourismus konnte mit selbst erstellten und durch teilnehmer:innen-generierte Inhalte insgesamt 156 Veröffentlichungen rund um den Instawalk in Form von Reels, Storys und Beiträgen auf den Kanälen Instagram und Facebook tätigen.

Die Teilnehmenden waren begeistert von dem Instawalk und die exklusive Einsicht in die Einbecker Brauerei und können sich vorstellen, erneut an einem Instawalk teilzunehmen.

- *aboutcities* auf dem Jahresworkshop in Gifhorn

Vom 26. September bis zum 28. September 2023 fand der alljährliche Workshop mit allen aboutcities-Städten im *Hotel Deutsches Haus* in Gifhorn statt. An den ersten beiden Tagen fanden sich die Geschäftsführer:innen der Städte bis zum Nachmittag des zweiten Tages zusammen. Am zweiten Tag kamen mittags die Blogger:innen in Gifhorn an und tagten bis zum dritten Tag, um ihre Redaktionsplanung für das Jahr 2024 gemeinsam durchzusprechen. Außerdem wurden aktuelle Themen wie das kommende Niedersachsencamp 2024, die Nachhaltigkeitskampagne

mit BTE und Teejit, das Instameet, die Kooperation mit der *TourismusMarketing Niedersachsen* angesprochen.

- Nachhaltigkeitsprojekt 17 Städte, 17 Wege, 17 Lösungen (M 17)

Im Rahmen der Verbandsarbeit nimmt Einbeck Tourismus an dem Förderprojekt 17 Städte, 17 Wege, 17 Lösungen teil. Das Projekt wird begleitet von *BTE* und *Teejit*. Es soll im Projektverlauf darum gehen, als Netzwerk der *aboutcities* die Kräfte einzelner Städte zu bündeln, gezielten Wissenstransfer zwischen Städten in Bezug auf Nachhaltigkeits- und Klimafolgeaspekte zu schaffen und anschließend in Peergroups nach dem Laborcharakter einzelne Themen herauszugreifen. Eine Peergroup ist eine Kleingruppe mit ähnlichem Stand der Entwicklung, ähnlichen Kompetenzen oder jeweils anderen Merkmalen. Die Peergroups haben das Ziel, Schwerpunktthemen der Nachhaltigkeit und des Klimaschutzes mit einem Ergebnis zu bearbeiten, sodass andere Städte später von diesen Ergebnissen mit Lösungsansätzen zur Lösung von Herausforderungen profitieren und sie als sogenannte Blaupause für sich nutzen können.

In einem ersten gemeinsamen Termin aller Städte wurde ein Verständnis für das Thema Nachhaltigkeit und seine drei Säulen, und zwar Ökonomie, Ökologie und Soziales, im Tourismus und allgemein in Betrieben geschaffen.

Die Grundlagen und das gemeinsame Verständnis aller Städte für das Thema aus dem Jahr 2023 schaffen die Basis für einen ersten Kick-off-Termin im Jahr 2024. Für den Auftakt sind Impulsvorträge durch die Projektbegleitung geplant und einzelne Werkstatarbeiten, um Handlungsfeldern und Peergruppen, in denen die Städte arbeiten werden, geplant.

Weserbergland Tourismus e.V.

Im Jahr 2023 nahm Einbeck Tourismus an den Sitzungen des Marketingausschusses im Mai und im Juni teil. Die Mitgliederversammlung des Weserbergland Tourismus e. V. fand Ende November statt. Diese Weserbergland-Broschüren wurden im Jahr 2023 aktualisiert: Tipps für Entdecker, Entdeckerkarte und ein Flyer mit der Auswahl der schönsten Weihnachtsmärkte aus dem Weserbergland.

Über das Weserbergland wurde ein Webseiten-Check über das Unternehmen Teejit beauftragt, was Einbeck zur Optimierung der touristischen Inhalte durch ein fachliches Feedback verhilft.

Einbeck Tourismus stellte ein Souvenirpaket zusammen und nahm damit am Weserbergland-Adventskalender über die Plattform Instagram im Dezember teil. Das Einbeck-Türchen war am 02. Dezember 2023. Die Inhalte des Paketes waren zwei Tickets für eine Öffentliche Altstadtführung in Einbeck, ein Einbeck-Beutel, eine Parkscheibe im Einbeck-Design, eine Badeente mit dem Motiv des Braumeisters, zwei Bockbierjahr-Pins, mehrere Bockbierjahr-Postkarten, eine Einbeck-Postkarte mit Icons und Gummibärchen-Tüten mit Logo der Stadt Einbeck.

- Weiterbildungen im Rahmen des Weserberglandes

Aufgrund der immer wachsenden Herausforderungen im Tourismus erstellte das Weserbergland in Zusammenarbeit mit dem Unternehmen Teejit eine E-Learning-Plattform für diese Branche. Ziel der Plattform ist es, Nutzer:innen einen Mehrwert zu bieten und sie bei konkreten Arbeitsprozessen weiterzubringen. Sie bietet Partnern der Tourismuswirtschaft die Möglichkeit, sich digital

und zeitlich flexibel mittels einzelner Videos zu aktuellen und touristisch relevanten Themen fortzubilden. Themen können sich verändernde Gästebedürfnisse, Marktanforderungen, Trends oder Kommunikationsplattformen und –strategien sein. Die Plattform wird Mitgliedern und Betrieben des Weserberglandes kostenfrei zur Verfügung gestellt und vor der Nutzung ist eine einmalige Registrierung notwendig.

- Wissensmonitor des Weserberglandes

Der Weserbergland e. V. hat einen Wissensmonitor eingerichtet, um auf der E-Learning-Plattform bestmöglich auf Bedürfnisse und Wünsche ihrer Partner:innen einzugehen. Darüber konnten touristische Unternehmen wie Einbeck Tourismus per Online-Fragebogen beantworten, welche Lehrinhalte für sie und ihren Betrieb besonders relevant sind und wo Wissensbedarf besteht.

WESERBERGLAND

WISSENSMONITOR

Liebe Tourismus-Partner,

mit der Erstellung einer E-Learning-Plattform für den Tourismus im Weserbergland möchten wir Sie als unsere Partner dabei unterstützen, Ihre Arbeitsprozesse weiter zu optimieren. Dafür benötigen wir eine genaue Übersicht, bei welchen Themen wir Ihnen mit Weiterbildungen zur Hand gehen dürfen.

Wir möchten Sie bitten, sich einige Minuten Zeit zu nehmen und diesen Fragebogen möglichst detailliert auszufüllen, damit wir gezielt auf Ihre Wünsche und Bedürfnisse eingehen können.

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung.

Ihr Weserbergland

Fachwerk5Eck

Das *Fachwerk5Eck* (im Folgenden *F5E*) ist ein Projekt der Städte Duderstadt, Einbeck, Hann. Münden, Northeim und Osterode am Harz mit dem gemeinsamen Ziel, die Region zum Wohnen, Arbeiten und Leben attraktiv für die Zukunft zu gestalten. Außerdem sollen im Projekt stetig neue Impulse für den Tourismus in den Städten und ihre Gestaltung gegeben werden, um auch das Bewusstsein zur Wahrung des kulturellen Erbes der Städte zu schärfen.

Das FW5E präsentierte vom 12. bis 16. Juni 2023 seine fünf Städte im Pavillon der Regionen auf der Laga Bad Gandersheim. Für ein Gewinnspiel in diesem Rahmen konnte Einbeck Tourismus einen Gutschein für eine Übernachtung in einem Einbecker Hotel, zwei Einlasskarten für ein Einbecker Museum und einen Sattelbezug verlosen.

Einbeck Tourismus veröffentlicht kontinuierlich auf den sozialen Medien des *F5E* Beiträge zum Erleben der Stadt oder zu einzelnen Fachwerkgebäuden und ihrem geschichtlichen oder architektonischen Hintergrund. Wie auch schon im Jahr 2022 waren insbesondere im Jahr 2023 Postings auf Instagram mit Fachwerkbildmotiven.

Die letzte Auflage des Reiseführers *F5E* aus März 2020 ist nur noch in geringer Stückmenge verfügbar, weshalb Korrekturarbeiten im Jahr 2023 erfolgten mit Hinblick auf eine Neuauflage im Jahr 2024.

Im Dezember 2023 fand am 02. Dezember 2023 ein Gästeführer:innen-Austausch mit Gästeführer:innen aus den *F5E*-Städten in Northeim statt. Es nahmen insgesamt 15 Personen teil. Unter den Teilnehmenden war eine Einbecker Gästeführerin dabei. An dem Tag erfuhren die Gästeführer:innen an mehreren Stationen in der Northeimer Innenstadt Wissenswertes zu Sehenswürdigkeiten der Fachwerkstadt mit einem anschließenden Cafébesuch im Theater der Nacht für einen gemeinsamen Tagesausklang.

Am 08. Dezember 2023 trafen sich die Bürgermeister:innen und Vertreter:innen der fünf Partnerstädte zu einer Feierstunde anlässlich des 10-jährigen Bestehens der interkommunalen Zusammenarbeit der Städte im Rittersall des Welfenschlosses in Hann. Münden zusammen.

Deutsche Fachwerkstraße

Einbeck ist Mitglied der im Jahre 1990 gegründeten Deutschen Fachwerkstraße, eine der bedeutendsten Ferien- und Kulturstraßen. Die Fachwerkstraße führt heute auf acht Regionalstrecken von der Elbe im Norden über die Oberlausitz bis ins östliche Sachsen weiter bis zum Bodensee. Der Regionalstreckenabschnitt „Von der Elbe bis zum Harz" geht durch Einbeck hindurch.

Im Rahmen der Arbeit mit der Deutschen Fachwerkstraße liefert Einbeck stetig neue Inhalte zur Kampagnenwerbung zu, beispielsweise Texte oder Bildmaterialien zu Sehenswürdigkeiten, Unterkünften oder Veranstaltungen in Einbeck. Diese Inhalte werden auf den Online- und Offline-Kanälen der Fachwerkstraße veröffentlicht, um eine Vielfalt an Themen entlang der Fachwerkstraße zu bewerben.

Am 28. Mai 2023 fand der Deutsche Fachwerktag statt. Zu diesem Anlass hat Einbeck Tourismus zwei öffentliche Führungen rund um das Thema Fachwerk angeboten. Neben Wissenswertes über Fachwerkbauten, wurde den Gästen das Wolpeterhaus, ein altes Fachwerkgebäude in aktueller Sanierung und früherer Wohnort der Gründer des *Einbecker Blaudruck*s als Färberei, gezeigt. Diese beiden Führungen haben die klassischen öffentlichen Altstadtführungen des Tages ersetzt.

Einbeck war am 07. November 2023 auf der Regionalstreckensitzung des Regionalstreckenabschnitts „Von der Elbe bis zum Harz" in Wernigerode vertreten.

Netzwerke

Im Rahmen der Netzwerkarbeit und der Binnenkommunikation (siehe 3.1) in der Stadt hat Einbeck Tourismus in verschiedenen Arbeitsgruppen, entweder federführend oder mitwirkend, partizipiert sowie an verschiedenen Veranstaltungen teilgenommen. Dies dient dazu, die Vernetzung untereinander zu fördern und Impulse zu geben. Dazu gehörten unter anderem Folgende:

- Arbeitsgruppe Alt-Opel-Freunde
  Der Alt-Opel-Freunde e.V. war zur Saisoneröffnung im Mai 2023 nach einer Ausfahrt in die Rühler Schweiz mit über 60 historischen Fahrzeugen auf dem Einbecker Marktplatz zu Besuch. Vor dem Alten Rathaus erfolgte im Anschluss auch die Siegerehrung der Wertungsprüfungen und es fand eine Vorstellung der Fahrzeuge vor dem historischen Gebäude statt.
  Zum Empfang in Einbeck gab es für jedes anreisende Fahrzeug eine Willkommenstüte mit reichlich Prospektmaterialien zur Stadt, einem Willkommensschreiben, dem Postkartenset des Bockbierjahres 2023, sowie weitere Präsentartikel.
- Netzwerk Kulturschaffende Einbeck
- Arbeitsgruppe Leerstand
- Arbeitsgruppe Themenjahre
- Arbeitsgruppe LAGA

3.9 MESSEN UND AUSSTELLUNGEN

Landesgartenschau Bad Gandersheim

Einbeck Tourismus wirkte im Rahmen der Binnenkommunikation (3.1) in einer Arbeitsgruppe mit Einbecker Betrieben mit, um sich an einem gemeinsamen Stand auf der Laga 2023 zu präsentieren (M 5). Zur Vorbereitung auf Einbecks Laga-Darstellung nahm Einbeck Tourismus seit dem 23. April .2021 bis zum Ende der Laga an zwölf Arbeitskreistreffen mit unterschiedlichen Akteuren teil.

Für Messeauftritte wurde seitens Einbeck Tourismus ohnehin 2023 eine Messeausstattung in dem Corporate Design der Marke Einbeck angeschafft. Diese Anschaffung beinhaltete folgende Gegenstände: eine Messewand, eine Transportbox, zwei Roll-ups, eine Promotionstheke, einen Prospektständer und zwei Spotlights für die Messewand. Ebenfalls wurden in diesem Rahmen

vier Liegestühle mit Armlehnen sowie ein Pavillon angeschafft. Die genannten Materialien wurden für die Darstellung Einbecks am roten Doppeldecker-PS.SPEICHER-Bus auf dem Laga-Gelände genutzt.
An 20 Tagen befanden sich jeweils zwei Personen des Tourismus-/TI-Teams am roten Bus auf der Laga als Ansprechpartner:innen. Weiterhin war ein Teil der Einbecker Gästeführer:innen an sieben Tagen mit jeweils zwei Personen auf freiwilliger Basis am Bus anwesend. An weiteren drei Tagen war eine zukünftige Einbecker Gästeführerin mit einer Begleitperson am Bus zugegen.
Vorab der offiziellen Laga-Eröffnung, an der Frau Lauerwald und Frau Dr. Michalek teilnahmen, waren bereits an einem Tag im Jahr 2022 drei Kolleginnen auf der Laga-Baustelle im Rahmen einer öffentlichen Führung zu Besuch und berichteten darüber per Instagram-Storys. Ebenfalls am 14. April 2023 zur Eröffnung, am 25. April 2023 und am 12. Mai 2023 begleitete Einbeck Tourismus seine Präsenz auf der Laga in Instagram-Storys.

Als Werbeartikel für Einbeck gab Einbeck Tourismus vor Ort am Bus verschiedene eigene Broschüren und Souvenirartikel beziehungsweise sogenannte „Goodies" der TI und der Einbecker Wirtschaftsförderung an Besucher:innen aus. Dazu gehörten diese: EINsichten, EINradeln, EINblicke, EINkehren, EINchecken, Sattelbezüge, Gummibärchen, Textmarker, Brillenputztücher, Seifenblasen, Blöcke und Buntstifte.

Am 10. März 2023 hat Einbeck Tourismus eine Pressemitteilung zur Präsenz Einbecks auf der LAGA veröffentlicht. Die Pressemitteilung lud zu einem Informationsabend ein, der freiwilligen helfenden Händen die wichtigsten Fakten rund um Einbecks Sehenswürdigkeiten zusammengefasst präsentierte, um sie thematisch zur Stadt Einbeck ideal auf die Laga-Präsenz am Einbeck-Bus vorzubereiten. Am Wochenende vom 08. April 2023 veröffentlichte Einbeck Tourismus in der EULE/HALLO eine Anzeige in der Größe einer 1/4-Seite in den Sonderseiten zur Laga.

Über ein Ticketsystem der Laga wurden in der TI Einbeck Laga-Tickets verkauft.
Im Vorverkauf 2022 waren es 193 Tageskarten Erwachsene, 2 Tageskarten ermäßigt, 1 Tageskarte Kind und 3 Karten für die Blumenschau, die verkauft wurden. Vom 01.01.2023 bis zum 30.04.2023 verkaufte die TI Einbeck 154 Tageskarten für Erwachsene. Im Zeitraum vom 01.05.2023 bis zum letzten Verkauf kam es zu einem Verkauf von 125 Tageskarten Erwachsene, 1 Tageskarte ermäßigt und 3 Tagekarten Kinder. Dauerkarten waren nicht über die TI Einbeck zu erwerben.

Nach Abfrage bei den Einbecker Hotels, inwiefern sie Auswirkungen der Laga bemerkt haben, meldeten mehrere Einbecker Hotels positive Resonanz, da zahlreiche Gäste im Zuge eines Laga-Besuches länger in der Region beziehungsweise in Einbeck zu Gast geblieben sind, um sich zusätzlich zur Laga auch die Stadt Einbeck anzuschauen. Teilweise wurde Einbeck als Übernachtungsort gewählt, um von dort aus beide Lagas in Höxter und in Bad Gandersheim zu besuchen. Daraus lässt sich eine höhere Bettenauslastung der Hotels infolge von Laga-Besucher:innen schließen sowie wirtschaftliche Effekte für die Einbecker Wirtschaft, beispielsweise im Einzelhandel oder in Gastronomiebetrieben. Genaue Auslastungszahlen Einbecks, die nur auf die Laga zurückzuführen sind, lassen sich jedoch nicht ausmachen.
Die Laga wirkte als Tourist:innen- und Besucher:innenmagnet in der Region. Darüber sorgte sie für einen höheren Bekanntheitsgrad der Region mit der Stadt Einbeck in ihrer näheren Umgebung.

Die Präsentation Einbecker Leistungsträger, weiterer Akteure und Einzelpersonen vor Ort bewirkte eine Identifikation und intensive Auseinandersetzung mit der eigenen Stadt und der umliegenden Region. Dadurch konnte das soziale Engagement der Einbecker:innen gespürt werden und das Gemeinschaftsgefühl einer Region mit ihren verschiedenen Orten wurde durch das Zusammenkommen auf der Laga gestärkt.

Messe Bremen
Einbeck war zu Gast auf der ReiseLust Messe in Bremen. Gemeinsam mit dem PS.SPEICHER als einer der 185 Messeaussteller:innen präsentierte Einbeck Tourismus sich vom 03. November 2023 bis zum 05. November 2023 erstmals nach einer längeren Messepause, unter anderem durch die pandemischen Corona-Auswirkungen und Beschränkungen bedingt, auf der ReiseLust Messe in Bremen. An den drei Messetagen besuchten insgesamt 40.763 Gäste das Gelände. Der besucher:innenstärkste Tag war der Samstag. Damit toppen die Gästezahlen das bisher besucher.innenstärkste Jahr 2019 der ReiseLust Messe.
Während des gesamten Messezeitraumes wurden Gäste umfassend über Einbeck informiert, ihre Fragen wurden beantwortet, ihnen wurden Prospektmaterialien mitgegeben und Give-Away-Artikel wurden ausgeteilt zur Mitnahme. Weiterhin teilte Einbeck Tourismus auch Broschüren des *F5Es* an Besucher:innen des Standes mit aus.
Der Messeauftritt auf einer 15 Quadratmeter großen Fläche wurde in den sozialen Medien von Einbeck Tourismus begleitet. Auch auf der Instagram-Seite der Messe selbst fand Einbeck in einer Story Platz und wurde vermarktet. Im Anschluss an den Messebesuch veröffentlichte Einbeck Tourismus einen Beitrag im Co-Autoren-Style mit dem PS.SPEICHER zu seinem Besuch und einer erfreulichen Bilanz der Zeit vor Ort.

Insgesamt lässt sich der Messebesuch auf der ReiseLust Bremen positiv bewerten. Denn Gäste nahmen Einbeck als attraktives Ausflugsziel in nicht zu weiter Entfernung aus Bremen oder der Bremer Umgebung wahr und waren positiv beeindruckt von der Vielzahl an unterschiedlichen Freizeitangeboten vor Ort in Einbeck. Ob sich dieser Messebesuch schlussendlich auf die Gästezahlen Einbecks im Jahr 2024 auswirkt, lässt sich erst im Nachgang und durch Abfrage bei Buchung, wie Gäste auf Einbeck aufmerksam geworden sind, feststellen.

4. SCHLUSSBEMERKUNG

Das Jahr 2023 ist das neue touristische Rekordjahr Einbecks, das belegen die touristischen Kennzahlen im ersten Teil sowie die Auswertungen der TI aus dem zweiten Teil des Jahresberichtes und kann somit abschließend als außerordentlich positiv betrachtet werden. Ein Großteil der im touristischen Marketingplan 2023 verankerten Maßnahmen für eine zielgerichtete touristische Arbeit im Jahresverlauf wurden umgesetzt. Weitere oder jahresübergreifend umzusetzende Maßnahmen finden auch im Jahr 2024 im Maßnahmenplan ihren Platz, sodass sie zielorientiert weiter umgesetzt werden. Um welche konkrete Maßnahmen es sich handelt, kann dem touristischem Marketingplan 2024 entnommen werden.

Die Bemühungen, unter anderem Einbeck im Bockbierjahr 2023 mit seinem kulturellen Erbe sowie seinen weiteren Kernthemen der Marke Einbeck zu präsentieren, trug dazu bei, dass Interesse an Einbeck als Reiseziel zu erhöhen. Geprägt war das Jahr von zahlreichen Events, die für Gäste ein Reisegrund boten. Ebenfalls wurde in touristische Infrastruktur (z. B. Infostelen, Autobahnschilder A7, Schautafel in Greene) investiert, um Besucher:innen ein unvergessliches Erlebnis vor Ort und eine gute Orientierung für den Stadtbesuch geben zu können.

Die Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern der touristischen Leistungskette und regionalen Betrieben zeichnet unseren diesjährigen Erfolg im Jahr 2023 aus. Zusammen machen wir Einbeck touristisch zu dem, was es ist. Gemeinsame Projekte ließen das touristische Angebot zielgruppendefiniert optimieren und neue Angebote entstehen.

Insgesamt blickt Einbeck Tourismus sehr zufrieden auf das Tourismusjahr 2023 und optimistisch in die Zukunft des Tourismus in Einbeck mit seinen Entwicklungen.

ANHANG

Untenstehend ist die Abbildung des Touristischen Maßnahmenplan aus dem Marketingplan für das Jahr 2023 der Einfachheit in gekürzter Form aufgeführt. Das heißt, dass keine Unterthemen und keine Begründungen zur Umsetzung der Maßnahme in dieser Darstellung dargestellt werden.

#	Maßnahme Einbeck Tourismus	Ziel	Handlungsfeld	Status
1	Einführung Tourismus-Stammtisch, ggfs. mit Impulsvortrag	Etablieren eines regelmäßigen Tourismusabends	KOOPERATION UND STAKEHOLDER MANAGEMENT	Erledigt
2	Versand Themen-Newsletter: DTV FeWo-Klassifizierungen, „Reisen für Alle“, „Bett&Bike“, „Pfoten-Klassifizierung“, Nachhaltigkeitssiegel sowie Darstellung auf der Website	Einrichten eines monatlichen Newsletters an Leistungsträger und Gastgeber	MARKETING UND KOMMUNIKATION	Weiterbearbeitung im Jahr 2024
3	Erweiterung Film „Markenprozess“ zum touristischen Imagefilm immer unter der Berücksichtigung „Authentizität“; Konzeptionierung, stetige Absprache mit Auftragnehmer, Sichtung des Materials, Endabnahme des Films	Imagefilm für Einbeck	MARKETING UND KOMMUNIKATION	Erledigt
4	Vorab der Ausarbeitung einer ganzheitlichen Tourismusstrategie erfolgt eine Vertiefung im Bereich des touristischen Produktes und des Gästeerlebnisses. Das geschieht durch: • Auftaktveranstaltung planen und durchführen • Planung Workshops mit Akteuren zu Angebots- und Produkterstellung • Planung Workshops Content-Strategie und Storytelling sowie operatives Marketing und Pressearbeit • Vorstellung der Ergebnisse	Erstellung ganzheitliches Tourismuskonzept	MARKETING UND KOMMUNIKATION	Weiterbearbeitung im Jahr 2024 mit Produkt- und Kommunikationsworkshops und Fertigstellung des Konzeptes
5	100-tägige (von insgesamt 179 Tagen) Präsenz Einbecks auf der LAGA in Bad Gandersheim mit vielen verschiedenen Akteuren.	Einbeck zu einem herausragenden Botschafter Niedersachsens entwickeln	MARKETING UND KOMMUNIKATION	Erledigt
6	Nach Abstimmungsvotum der Politik werden folgende Produkte entwickelt: • Jährliche Weihnachtsbaumkugel mit Sammelcharakter • City-Memo (Memory)	Ausrichten von Give Aways und Souvenirs auf touristische Zielgruppen	MARKETING UND KOMMUNIKATION	Erledigt

7	• Prospektmaterial in einer zusätzlichen Sprache in kleiner Auflage produzieren (z. B. Imagebroschüre (de./eng.) in einer weiteren Sprache). Je nach Budget Auflagen in weiteren Sprachen erstellen	Erweiterung der Mehrsprachigkeit bei Prospektmaterial	MARKETING UND KOMMUNIKATION	Erledigt
8	Die zwei Autobahnschilder entlang der A7 mit den drei touristischen Kernthemen aktualisieren und wieder aufstellen lassen.	Aktualisieren und Implementieren des CDs	MARKETING UND KOMMUNIKATION	Erledigt
9	Entwicklung der Themenkampagne zum Bockbierjahr 2023 sowie aktive und federführende Mitwirkung in der Arbeitsgruppe mit allen Aktionen (z. B. Flyer- und Plakatgestaltung).	Hervorheben der identitätsstiftenden Merkmale Einbecks in der Innen- und Außenwahrnehmung	MARKETING UND KOMMUNIKATION	Erledigt
10	Entwicklung touristischer Angebote für das Themenjahr (Bockbier) und Umsetzung.	Konzipieren von Führungen für definierte Zielgruppen	ANGEBOTS- UND PRODUKTENTWICKLUNG	Erledigt
11	Erlebnis-Shop über IRS *Deskline* von FERATEL aufbauen und somit Tickets für öffentliche Führungen online durchbuchbar machen. Möglichst mehrere Zahlarten sollten für den Kunden auswählbar sein.	Durchgehende Online-Buchbarkeit (sofern möglich) von Leistungen und Angebote	ANGEBOTS- UND PRODUKTENTWICKLUNG	Weiterbearbeitung im Jahr 2024 zur Implementierung
12	Im ersten Schritt erfolgt eine Bestandserfassung (Nordic Walking, Rad, Wandern) und Analyse der Rad- und Wanderwege sowie erste konzeptionelle Überlegungen als Vorschlag für die Politik	Rad- und auch einige Wanderrouten an der Marke ausrichten und Radvermarktung strategisch einordnen	ANGEBOTS- UND PRODUKTENTWICKLUNG	Weiterbearbeitung im Jahr 2024
13	Nach Abstimmungsvotum der Politik werden folgende Produkte entwickelt: Krimi-Trail und Stempelpass-App.	Anreichern des Stadterlebnisses mit interaktiven Elementen	ANGEBOTS- UND PRODUKTENTWICKLUNG	Krimi-Trail erledigt, Stempelpass-App nicht erfolgt
14	Zur Steigerung der Auslastung in der Nebensaison haben Einheimische die Gelegenheit, Einbeck aus den Augen eines Gastes zu entdecken.	Auslastung der Hotels in der Nebensaison steigern	ANGEBOTS- UND PRODUKTENTWICKLUNG	Erfolgt als Vorbereitung in 2023 zur Durchführung im Reisezeitraum Februar 2024
15	Gästeführerausbildung ab dem vierten Quartal in Zusammenarbeit mit dem Geschichtsverein.	Sicherstellen der Durchführung von anderssprachigen Führungen und Erlebnissen in Einbeck	SCHULUNGEN UND WEITERBILDUNGEN	Weiterbearbeitung im Jahr 2024
16	Maßnahme abhängig von den Strukturen bei der Einbeck Marketing GmbH, die den Prozess vor allem in Einzelhandel und Gastronomie anstoßen und Impulse setzen muss. Maßnahme soll in Zusammenarbeit mit dem Schulungskonzept des Teilprojektes Smart Shoppen (Smart City) mit aufgenommen werden.	Flächendeckende Umsetzung von bargeldlosem Zahlen	SCHULUNGEN UND WEITERBILDUNGEN	In Bearbeitung von SmartCity

17	Erste Maßnahmen der Nachhaltigkeit sollen im März in einem Workshop von den aboutcities und der TourismusmarketingNiedersachen (TMN) erarbeitet werden.	NACHHALTIGKEIT im Tourismus	QUERSCHNITTSTHEMA	In Weiterbearbeitung im Jahr 2024 mit Kick-off-Termin im Januar 2024

Quelle: Eigene Darstellung von Einbeck Tourismus