

# Umsetzungsmanagement Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken 2025

## TourismusWirtschaftsCamp Protokoll

#Neustart & #Tourismusperspektiven  
für den Freizeit- und MICE-Tourismus

LHS / RVS / Völklingen / PROJECT M  
Saarlandhalle, 18. Juni 2020



## Vorbemerkung / Lesehinweis

Das vorliegende Chart-Protokoll bezieht sich auf das **TourismusWirtschaftsCamp #Neustart & #Tourismusperspektiven für den Freizeit- und MICE-Tourismus**

**Datum: 18.06.2020 Ort: Saarlandhalle, Saarbrücken**

### Info:

Das Kurzprotokoll fasst die Einführungen sowie die im Rahmen der Workshops erarbeiteten Ergebnisse zusammen.

Das Kurzprotokoll ist ggf. ohne die entsprechenden mündlichen Erläuterungen unvollständig.  
Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an PROJECT M.

Als Ansprechpartner stehen Ihnen Frau Nadja Schweiggart oder Herr Maik Zießnitz gerne zur Verfügung.

Nadja Schweiggart, PROJECT M E-Mail: [nadja.schweiggart@projectm.de](mailto:nadja.schweiggart@projectm.de) Tel: 040 419 23 96-21

Maik Zießnitz, PROJECT M E-Mail: [maik.ziessnitz@projectm.de](mailto:maik.ziessnitz@projectm.de) Tel: 040 419 23 96-20

*Stand: Juli 2020*



# Impressionen aus dem TourismusWirtschaftsCamp





## Begrüßung & Einführung

- Herr Gillo (Regionalverband Saarbrücken) begrüßt die Anwesenden zum Tourismus-Wirtschafts-Camp in der Saarlandhalle in Saarbrücken. Er zeigt die positive Entwicklung der vergangenen Jahre auf, auf der es jetzt mit dem Neustart des Tourismus wieder aufzusetzen gilt. Im Kontext der Auswirkungen der Corona-Pandemie und dem Einbruch der Gästeankünfte & Übernachtungen im Regionalverband und in der Landeshauptstadt während des Corona-Lockdowns verweist er auf die bereits erfolgten, guten Initiativen und gemeinsamen Maßnahmen von der Landeshauptstadt und dem Regionalverband Saarbrücken. Das Tourismus-Wirtschafts-Camp ist eine weitere Maßnahme, um im Dialog der Tourismuswirtschaft und mit gemeinsamen Ideen und Kräften den Tourismus in der schwierigen Zeit zu unterstützen und den Neustart gemeinsam bestmöglich vorzubereiten.
- Auch Herr Kowalsky (PROJECT M) und Herr Kirch (Congress-Centrum Saar GmbH) heißen die Teilnehmenden willkommen und betonen die positiven Bestrebungen im touristischen Netzwerk der letzten Monate, die es heute gemeinsam weiterzuentwickeln gilt. Nach einer kurzen Einführung zu den Vorkehrungen und Hygienemaßnahmen während der Veranstaltung startet das Tourismus-Wirtschafts-Camp.

## #Neustart & #Perspektiven für den Freizeit- und MICE-Tourismus in der Region & Landeshauptstadt Saarbrücken

- Peter Kowalsky (PROJECT M) gibt einen Überblick über die aktuellen Corona-Entwicklungen für Saarbrücken und die damit verbundene Neu-Priorisierung der Schritte des Umsetzungsmanagements. Die Corona-Pandemie verändert das Reiseverhalten und damit auch die aktuellen Chancen und Anforderungen für den Neustart des Tourismus. Dabei stehe die neue Tourismusstrategie der Region und Landeshauptstadt 2025 auch als zentrale Basis für den Wiederstart. Potenziale bieten sich insbesondere für Tagesreisende und Kurzurlauber aus dem direkten Einzugsgebiet und den näherliegenden Ballungsräumen.
- Herr Kirch (Congress-Centrum Saar GmbH) präsentiert die Eckpunkte der gemeinsamen Online-Marketingkampagne der Landeshauptstadt Saarbrücken, des Regionalverbands und des City-Marketings, welche von Juni bis Ende Oktober laufen wird.
- Anschließend erfolgt als Einstieg in die Workshop-Sessions ein kurzer Impuls zu aktuellen Beispielen und Best Practices zu neuen Anforderungen im Service- und Erlebnisdesign und zur Vermarktung im Tourismus während / nach Corona.

Fragestellungen der Workshop-Sessions im Bereich Freizeittourismus:  
Bitte ergänzen Sie die gewählten Attraktionen / Erlebnisse & geben Sie  
Hinweise zur Weiterentwicklung des spezifischen Erlebnisses in der Region!

1. ***Welche Attraktionen / Erlebnisse würden Sie aus Gästesicht (Leitmotiv) ggf. ergänzen?***
2. ***Welche kurzfristigen Optimierungsvorschläge in puncto Service / Erlebnis / Vermarktung sehen Sie für die vorgestellten Themen-Routen?***
3. ***Wie kann unter Ihrer Mithilfe und aus dem Netzwerk das Erlebnis noch besser gestaltet und vermarktet werden?***



# Bearbeitungsgrundlage Positionierungsmodell



lebendig

geschmackvoll

kreativ

**Kernbotschaft: Kreativ-Region und Hauptstadt des guten Geschmacks.**

Werte &  
Kernbotschaft

Themen-  
profile  
Sub-  
Botschaft

Angebote  
(Auswahl)



## Lebensgefühl

**Saarbrücken steht für ein geschmackvoll-lebendiges Lebensgefühl.**

- Genussorte (lebendiges Lebensgefühl): St. Johanner Markt, Ludwigskirche, Schloss, Staden, Forsthaus Neuhaus
- Sterneküche und Gastronomie
- Events z.B. Saar-Spektakel, Altstadtfest, Christkindlmarkt, Velo-Swing Festival, Electro Magnetic etc.
- Szene und Subkultur z.B. im Nauwieser Viertel, Silo am Osthafen

## Kunst & Kultur

**Saarbrücken ist lebendige Bühne und kultureller Begegnungsort.**

- Events z.B. Filmfestival Max Ophüls Preis, Festival Perspectives etc.
- UNESCO-Welterbe Völklinger Hütte
- Museen i. d. LHS: Moderne Galerie, Schlosskirche, Hist. Museum Saar, Galerien etc.
- Saarländ. Staatstheater sowie weitere Theater
- Museen und weitere Orte der Kunst & Kultur i. d. Region Saarbrücken

## MICE

**'Rent a State Capital' Alleinstellung Tagen in Landeshauptstadt, Incentives der Region.**

- Congress Centrum Saar und Saarlandhalle
- Besondere Locations, wie das Schloss, das E-Werk, das UNESCO-Weltkulturerbe Völklinger Hütte etc.
- Tagungshotellerie
- Rahmenprogramme aus den Säulen „Natur-Raum“ und „Lebensgefühl“

## Natur-Raum

**Der Natur-Raum der Region ist aufregende Bühne und kreative Entdeckungszone.**

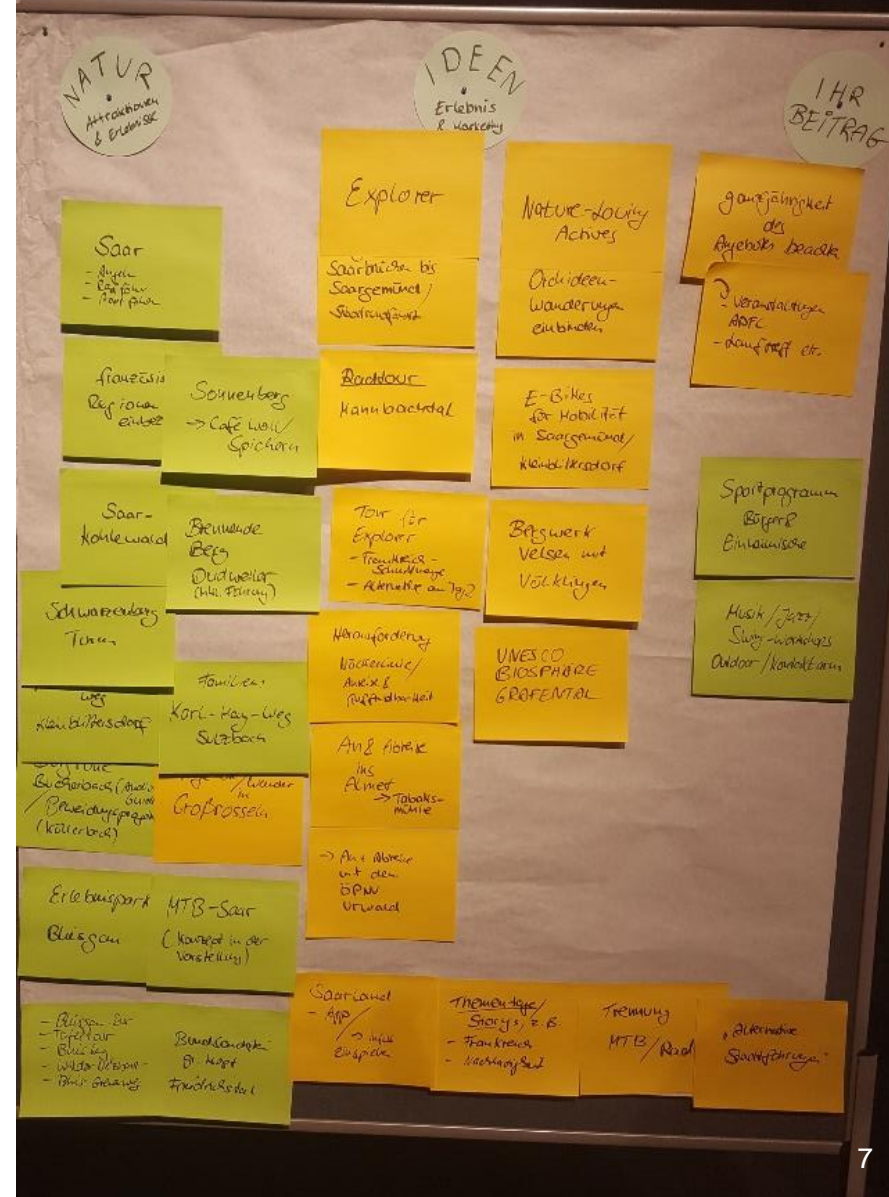
- UNESCO-Biosphären-reservat Bliesgau
- Urwald vor den Toren der Stadt
- Warndt-Wald
- Radwege: Saarradweg, Velo visavis
- Wanderwege
- Kreativ-Orte wie Wintringer Kapelle

# Ergebnisprotokoll | 18.06.2020

## Workshop 1: #Naturgenuss – Naturschönheiten & Industriekulturen in Saarbrücken und Region

Die Teilnehmenden diskutieren in vier Workshops zu den Themen Erlebnisempfehlungen und die Weiterentwicklung der themenspezifischen Erlebnisrouten für entsprechenden Zielgruppen und deren Umsetzung und Marketing.

- ➔ Die Teilnehmenden ergänzen im Workshop zum Thema Naturgenuss weitere Erlebnisse im Bereich „Aktiv“ (Angeln/Bootsfahren auf der Saar, Radfahren/MTB, Erlebnispark Bliesgau, Wandern/Karl-May-Weg Sulzbach und in Großrosseln), Bauwerke (Schwarzenbergturm, Burgruine Bucherbach) und Waldgebiete bzw. Landschaften / Orte (Saarkohlewald, Brennender Berg Dudweiler, Gräfinthal (Kloster, Gastronomie, Theater)). Zudem weisen einzelne Teilnehmende darauf hin, dass auch die französische Region und die Saar unbedingt in das Erlebnis einzubeziehen sind.



# Ergebnisprotokoll | 18.06.2020

## Workshop 1: #Naturgenuss – Naturschönheiten & Industriekulturen in Saarbrücken und Region

Die zielgruppenspezifischen Routen / Erlebnissvorschläge wurden durch die Teilnehmenden wie folgt weiterentwickelt:

- ➔ Für die „Explorer-Route“ wird die Wanderung ins Almet um einen Grenzübertritt in Richtung Spicheren zum Restaurant Woll erweitert. Herausforderungen werden bei der An- und Abreise zu den Start- und Endpunkten der Wanderungen (z.B. Höckerlinie) gesehen.
- ➔ Für die Zielgruppe der „Natur-Loving Actives“ wird alternativ zur Radtour in Richtung Saargemünd auch eine Fahrt auf der Saar vorgeschlagen. Als lohnenswerte Aktivitäten im Bliesgau werden ein Besuch von Gräfinthal sowie Orchideen-Wanderungen angebracht.
- ➔ Die Integration von Sportprogrammen im Freien bzw. Angeboten wie Musik/Jazz-/Swing-Workshops mit dem Ziel Begegnungen zwischen Bewohnern und Reisenden zu schaffen, werden angeregt. Weiterhin wird gemahnt, auch im Winter Aktiv-Angebote vorzuhalten. Zudem wird auf die räumliche Trennung zwischen MTB- und Radstrecken verwiesen.
- ➔ Weitere Ideen der Teilnehmenden zur Vermarktung sind die Integration der Routen in die Saarland-App sowie die Ausrichtung der Routen nach Themen (24-Stunden Nachhaltigkeit).












## Natur (Auswahl)

- 1 Erholungsgebiet Staden
- 2 Saar Alpaka Farm
- 3 Zoo Saarbrücken
- 4 Wildpark Saarbrücken
- 5 Abenteuerpark Saar
- 6 Stadtbauernhof
- 7 Deutsch-Französischer Garten
- 8 Freizeitangebote an und auf d...
- 9 Urwaldtour mit Premiumwan...
- 10 Waldschutzgebiet Netzbachtal
- 11 Karl-May-Wanderweg Sulzbach
- 12 Warndt mit Warndt-Wald-Weg
- 13 Biosphärenreservat Bliesgau
- 14 Premiumwanderweg Blies-Gr...
- 15 Premiumwanderweg Enshei...
- 16 Erlebnispark Bliesgau



[Link](#)

# Der Perfekte Tag // Erlebnisroute NATUR für „Explorer“

<p>Tag 1</p> <p>Genuss und Erlebnis</p>	 <p>ANKOMMEN</p>	 <p>ENTDECKEN 1 VORMITTAG</p>	 <p>AU SRUHEN</p>	 <p>ENTDECKEN 2 NACHMITTAG</p>	 <p>EINKEHREN</p>	 <p>ÜBERNACHTEN</p>
<p>Programmpunkte</p>	<p>PKW oder ÖPNV</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wanderung über die Halde Grühlingsstraße ins Fischbachtal zum <b>Alten Schwimmbad Fischbach</b> mit Biber-Spurenuche Alternative: Mit Trekking-Rad oder MTB</li> </ul>	<p>Naturfreundehaus <b>Kirschheck</b>, von dort aus ab Heinrichshaus mit Saarbahn zurück nach Saarbrücken</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Exkursion ins <b>Almet</b> zur Höckerlinie Westwall bis zum Fuß des Winterbergs / St. Arnual Alternative: Exkursion zum Schwarzenbergturm</li> </ul>	<p><b>Gastronomie im Almet:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ulanen Hof /Stadtbauernhof</li> <li>Flammkuchenhaus</li> <li>Waldblickschenke</li> <li>Tabaksmühle</li> </ul>	<p>Hotel oder Airbnb in der Landeshauptstadt Saarbrücken</p>
<p>Emotionen/Mehrwert</p>						
<p>Tag 2</p> <p>Genuss und Erlebnis</p>	 <p>ENTDECKEN 1 VORMITTAG</p>	 <p>EINKEHREN</p>	 <p>MITNEHMEN</p>	<p>Ergänzungen:</p>	<p>Zusätzliche Idee:</p>	
<p>Programmpunkte</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Exkursion zur <b>Halde Lydia</b> mit Himmelsspiegel oder zur Halde Götterborn</li> <li>Wanderung auf die Halde</li> </ul>	<p>Rückkehr nach Saarbrücken:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ausklang im <b>Nauwieser Viertel</b> mit großem Angebot an Gastronomie</li> </ul>	<p>Taschenmesser?</p>		<p><b>Alternative:</b> Exkursion in die Biosphäre Bliesgau mit Floßbau</p>	
<p>Emotionen/Mehrwert</p>						

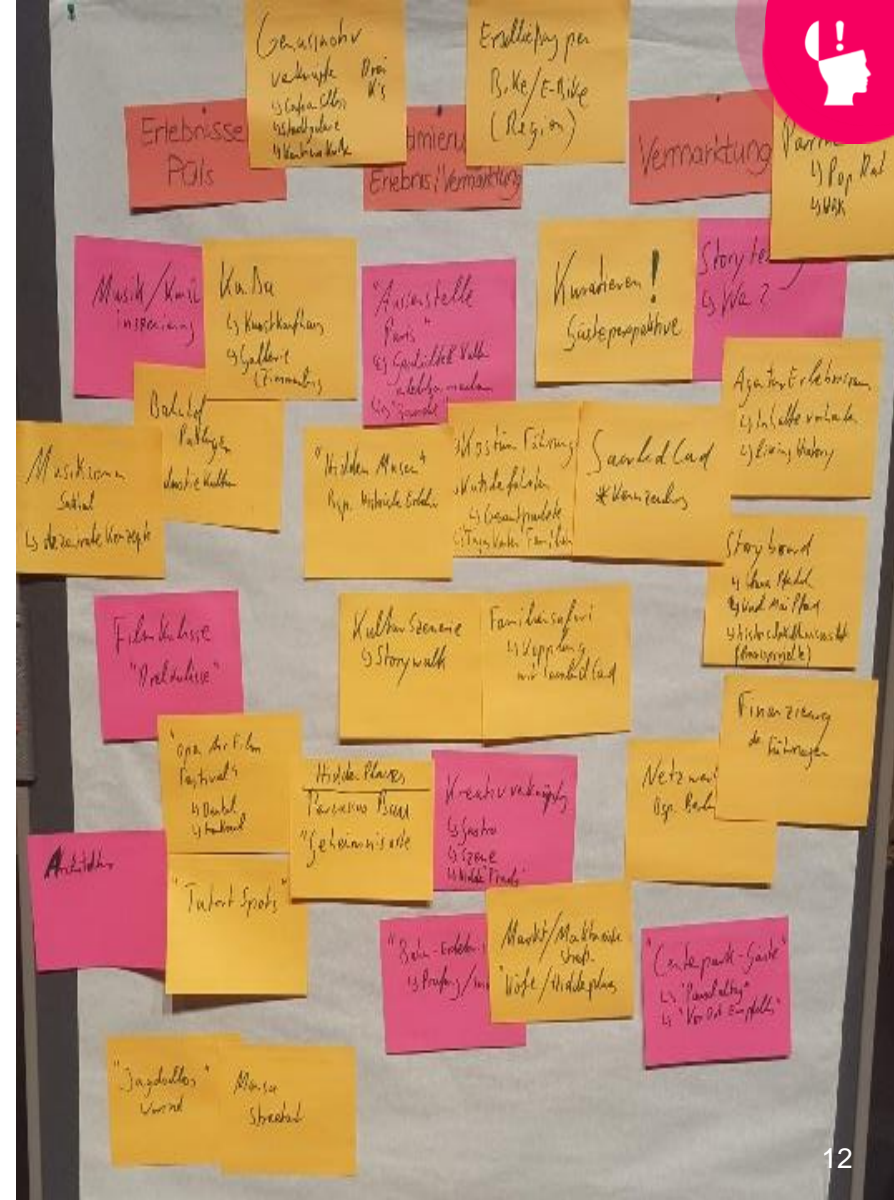
# Der Perfekte Tag // Erlebnisroute NATUR für „Nature-Loving-Actives“

Tag 1 Genuss und Erlebnis	 ANKOMMEN	 ENTDECKEN 1 VORMITTAG	 AU SRUHEN	 ENTDECKEN 2 NACHMITTAG	 EINKEHREN	 ÜBERNACHTEN
<b>Programmpunkte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PKW / Wohnmobil</li> <li>▪ ÖPNV eingeschränkt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Radtour</b> in die Biosphäre Bliesgau, an der Saar entlang, Tour Nr. 4 aus dem <b>Velo visavis</b> Radrouten-Planer</li> <li>▪ Abstecher/Erweiterung <b>Europäischer Kulturpark Bliesbruck-Reinheim</b></li> </ul>	Ende der Radtour in <b>Sarreguemines</b> mit Bistros, Restaurants und Cafés in der Fußgängerzone	Französisches Städtchen <b>Sarreguemines</b> entdecken, mit Besuch im Steingutmuseum <b>„Musée de la Faïence – Jardin d’hiver“</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Abendaufenthalt in der <b>Saarland-Therme</b> mit Gastronomie</li> </ul> Alternative: Abendessen mit regionalen Produkten im Landgasthaus Wintringer Hof, La Couscoussiere	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Glamping Resort <b>Biosphäre Bliesgau</b></li> <li>▪ <b>Landgasthaus Wintringer Hof</b></li> <li>▪ <b>Wohnmobilpark</b> im Saarland Themen Resort</li> </ul>
<b>Emotionen/Mehrwert</b>						
Tag 2 Genuss und Erlebnis	 ENTDECKEN 1 VORMITTAG	 EINKEHREN	 MITNEHMEN	Ergänzungen:	Zusätzliche Idee:	
<b>Programmpunkte</b>	„Urwald vor den <b>Toren der Stadt</b> “ – Premiumweg Urwald-Tour	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ „<b>Wandern mit Hängematte</b>“ (Ausleihe möglich)</li> <li>▪ <b>Picknick</b> an der „Baumelstation“</li> </ul> Alternative: Restaurant Forsthaus Neuhaus im Urwald	Regionale Produkte vom Wintringer Hof oder aus den Bliesgau-Manufakturen (Bliesgau Öle & Senfe, Marmeladen & Pesto von Mali’s Delice)	Kein Fahrradverleih in der Region oder im Saarland Thermen Resort		
<b>Emotionen/Mehrwert</b>						

# Ergebnisprotokoll | 18.06.2020

## Workshop 2: #Kulturgenuss – Hoch- und Szenekultur sicher erleben

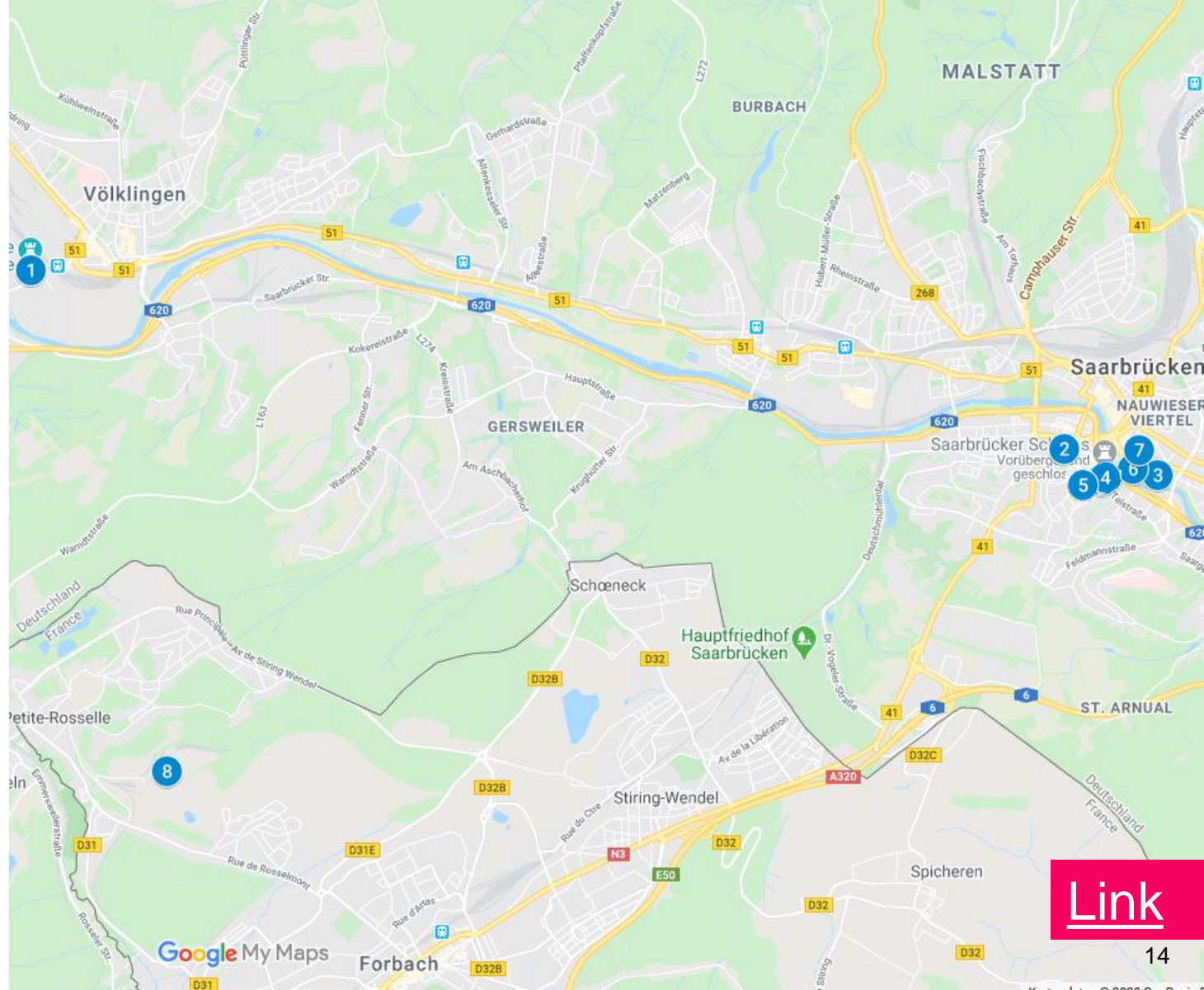
- Hinsichtlich der Erlebnisse/POIs werden seitens der Teilnehmenden einzelne Ideen ergänzt: Musik-/Kunstinszenierung bzw. Genussmotiv (z.B. Café am Schloss, Stadtgalerie, Kantine im KuBa) Industriekultur und Architektur (Bsp. Bahnhof Püttlingen), Filmkulisse (z.B. „Tatort-Spots“), Kultur-Veranstaltungen (Musiksommer Sulzbach oder Open Air Film Festivals), Kultur-Genuss-Orte (Kulturzentrum KuBa, Kunstkaufhaus, Galerien oder Street Art und das „Jagdschloss“ Karlsbrunn).
- Für die Optimierung und Erlebbarkeit der Kulturangebote merken die Teilnehmenden an, das französische Flair, die Geschichte mit Frankreich und die frankophile Kultur stärker herauszuarbeiten und erlebbar zu machen. Die stärkere Inszenierung über Storywalks (z.B. siehe oben bzw. Bsp. Familiensafari der Tourismuszentrale Saarland) und die Einbindung von Hidden Places / „Geheimtipps“, die stärkere Verknüpfung mit der Gastro und Szene sind weitere Ideen. Es wird auf die stärkere Einbindung der SaarlandCard durch eine stärkere Akquise weiterer Kulturangebote verwiesen. Ebenso merken die Teilnehmenden an, dass die Radinfrastruktur (Abstellanlagen, Leihangebote, Ladestationen für E-Bikes) im Zusammenspiel zwischen öffentlichen und privaten Akteuren weiter ausgebaut werden muss.





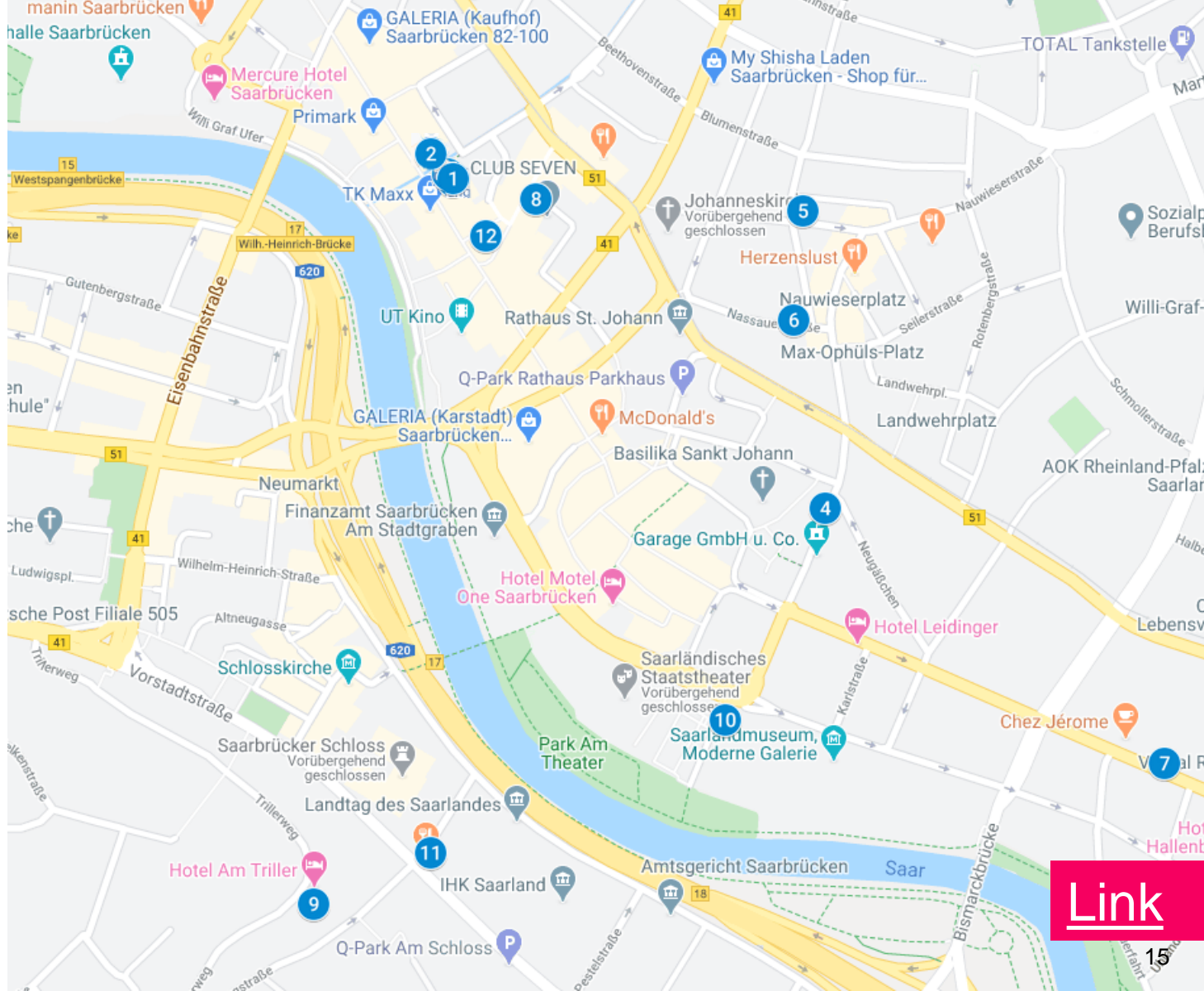
## Kunst & Kultur (Auswahl)

- 1 Weltkulturerbe Völklinger Hütte
- 2 Ludwigskirche
- 3 Saarland Museum, Moderne ...
- 4 Saarbrücker Schloss
- 5 Historisches Museum Saar
- 6 Saarländisches Staatstheater
- 7 Stadtgalerie Saarbrücken
- 8 Parc Explor Wendel
- 9 Musée de la Faïence de Sarre...






## Kunst & Kultur - Urban Art Walks

- 1 Urban Artwalk "Smash 137"
- 2 Urban Artwalk "Sowat & Lek"
- 3 Urban Artwalk "Zahlmann & S..."
- 4 Urban Artwalk "Alexey Luka"
- 5 Urban Artwalk "Remi Rough &..."
- 6 Urban Artwalk "Aryz"
- 7 Urban Artwalk "Raks & Laune ..."
- 8 Urban Artwalk "ConeTheWeird"
- 9 Urban Artwalk "Sen2Wall 2"
- 10 Urban Artwalk "Reso"
- 11 Urban Artwalk "MadC"
- 12 Urban Artwalk "Sen2Wall 1"



[Link](#)

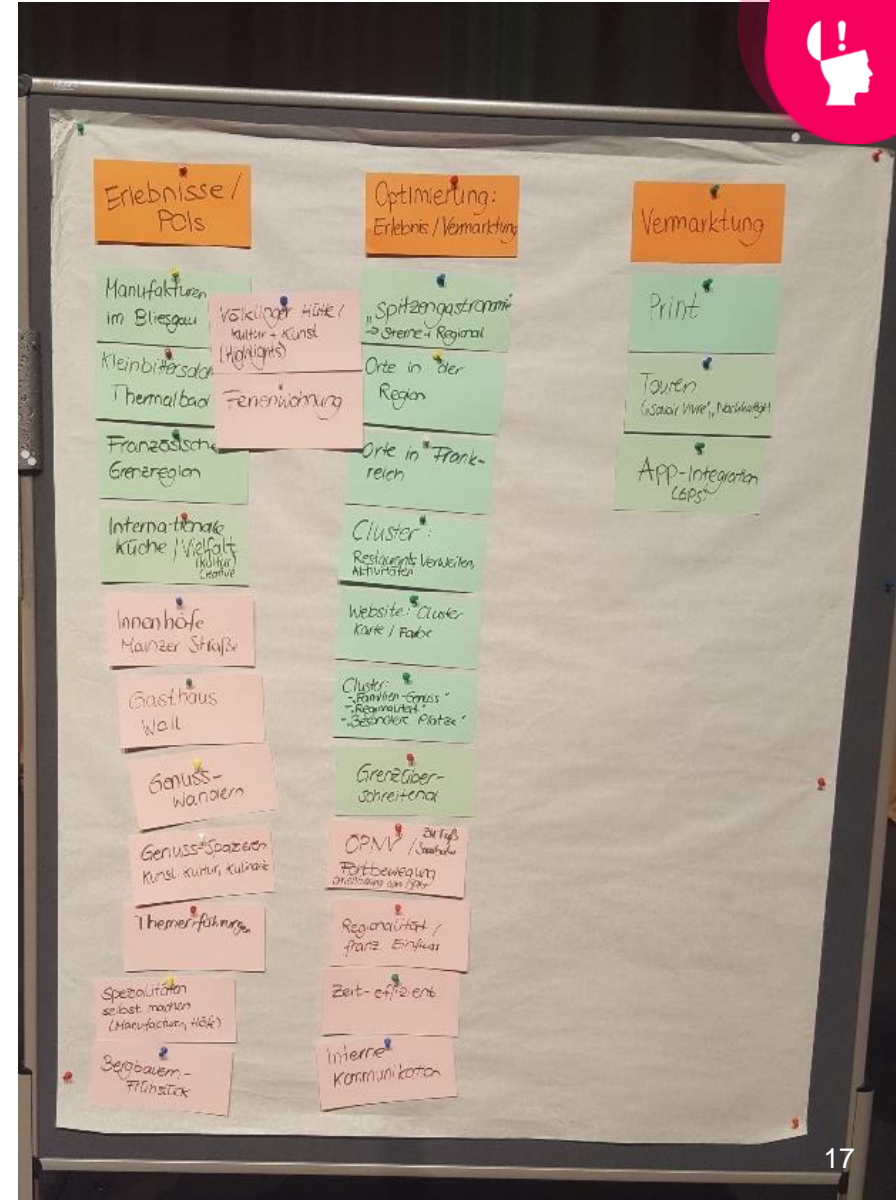
# Der Perfekte Tag // Erlebnisroute KULTUR für „Best Ager“

<p>Tag 1</p> <p>Genuss und Erlebnis</p>	 <p>ANKOMMEN</p>	 <p>ENTDECKEN 1 VORMITTAG</p>	 <p>AUSRUHEN</p>	 <p>ENTDECKEN 2 NACHMITTAG</p>	 <p>EINKEHREN</p>	 <p>ÜBERNACHTEN</p>
<p>Programmpunkte</p>	<p>ÖPNV oder PKW</p>	<p>„Das barocke Saarbrücken“: Rundgang (Rathaus, Basilika St. Johan, Stengelbrunnen St. Johanner Markt, Ludwigskirche, Schloss)</p>	<p>Restaurants am Schlossplatz / am St. Johanner Markt</p>	<p>„Industriekultur“: Weltkulturerbe Völklinger Hütte (ÖPNV-Anfahrt möglich, Bus und Bahn)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rückfahrt nach Saarbrücken mit Bahn, Bus oder PKW</li> <li>▪ Restaurant-Besuch: Regional oder Sterne-Gastronomie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ In Saarbrücker Hotels mit Themenzimmern oder in größeren Hotels für Gäste mit PKW</li> </ul>
<p>Emotionen/Mehrwert</p>						
<p>Tag 2</p> <p>Genuss und Erlebnis</p>	 <p>ENTDECKEN 1 VORMITTAG</p>	 <p>EINKEHREN</p>	 <p>ENTDECKEN 2 NACHMITTAG</p>	 <p>MITNEHMEN</p>	<p>Ergänzungen:</p>	<p>Zusätzliche Idee:</p>
<p>Programmpunkte</p>	<p>„Urban Art Walk“ Saarbrücken (Rundgang zu Graffiti an Hauswänden)</p>	<p>„Nauwieser Viertel“ (Kiez mit vielfältigen Angeboten)</p>	<p>Museumsbesuch „Moderne Galerie“ (Gemälde/Kunst des 20. Jhd.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ansichtskarten</li> <li>▪ Magnete</li> <li>▪ Frühstücksbrettchen mit Urban Art-Motiven</li> <li>▪ Pop Art-Tasse</li> </ul>		<p>Im Januar: <b>Filmfestival Max-Ophüls-Preis</b> Im Mai: Festival <b>PERSPECTIVES</b></p>
<p>Emotionen/Mehrwert</p>						



## Workshop 3: #Lebensgenuss – Savoir Vivre im französischsten Teil Deutschlands

- ➔ Für das Thema „Genuss“ werden neben den genannten Erlebnissen weitere POIs in den Bereichen Genuss-Erlebnis (Genuss-Spazieren/-Wandern, Themenführungen, Spezialitäten selbst herstellen/Manufakturen/Höfe), der Verknüpfung von Kunst/Kultur mit Kulinarikgenuss, einzelne gastronomische Highlights (Sterne- und regionale Küche), die Einbindung der Kulisse atmosphärischer Innenhöfe sowie die Verknüpfung mit dem industriellen Erbe (Bergmann-Frühstück) durch die Teilnehmenden ergänzt. Auch die Verknüpfung und Hervorhebung der umliegenden Region und der französischen Grenzregion werden angemerkt.



Erlebnisse / POIs

Manufakturen im Bliessgau  
Kleinbäckereien  
Thermalbad

Französische Grenzregion

Internationale Küche / Vielfalt (Kultur / Kreativität)

Innenhöfe Mainzer Straße

Gasthaus Weil

Genuss-Wandern

Genuss-Spazieren Kunst, Kultur, Kulisse

Themenführungen

Spezialitäten selbst machen (Manufakturen, Höfe)

Bergbauern-Frühstück

Optimierung: Erlebnis / Vermarktung

„Spitzengastronomie“ → Sterne- & Regional  
Orte in der Region

Orte in „Frankreich“

Cluster: Restaurants, Verweilen, Aktivitäten

Website: Cluster-Karte / Fächer

Cluster: „Einmal Genuss“ „Besonderer Platz“

Grenzüberschreitend

OPNV / Zurlaub  
Förderung  
Ankündigung zum 1. April

Regionalität / franz. Einfluss

Zeit-effizient

Interne Kommunikation

Vermarktung

Print

Touren („Savoir Vivre“, „Lebensgenuss“)

APP-Integration (GPS)

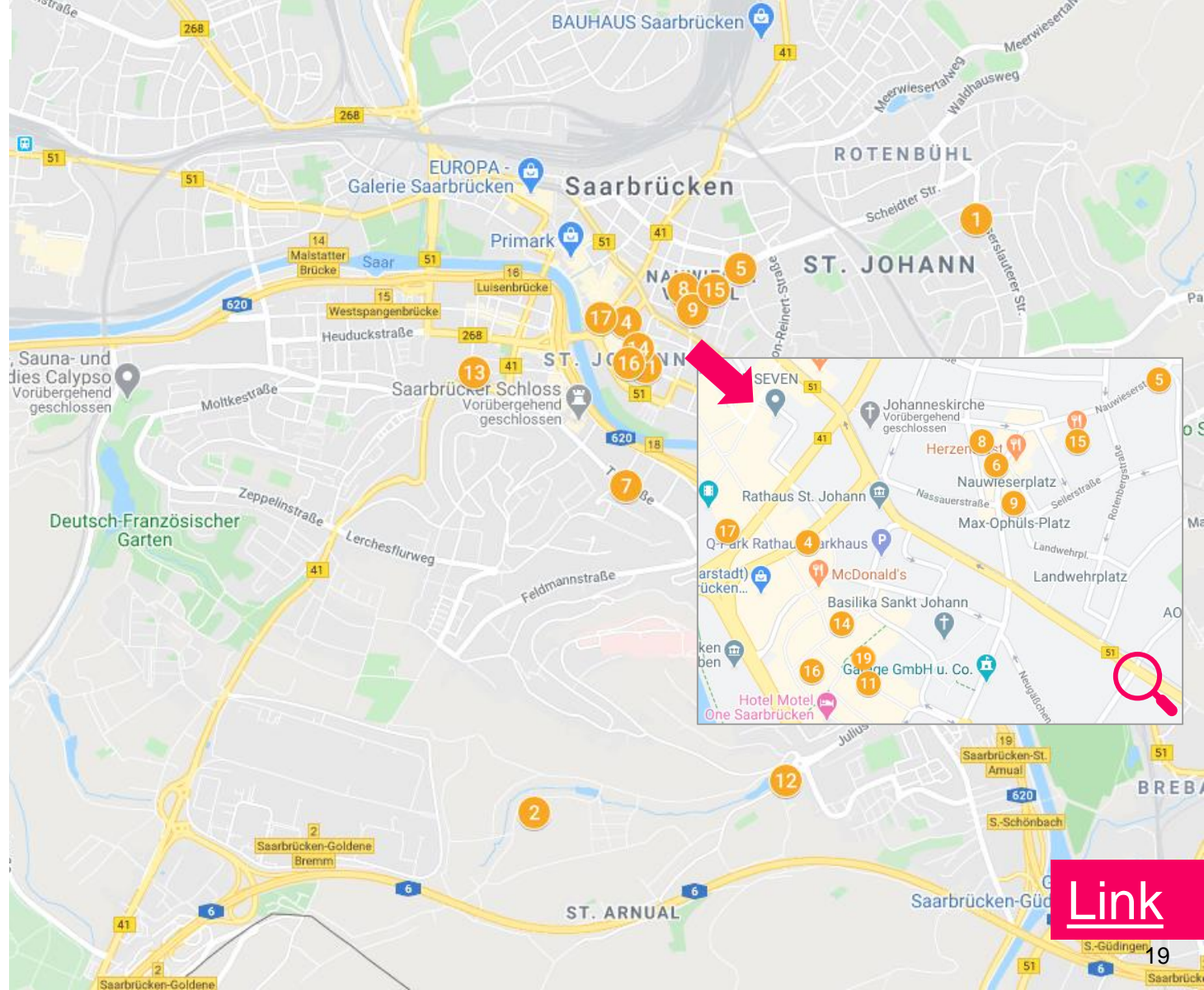
## Workshop 3: #Lebensgenuss – Savoir Vivre im französischsten Teil Deutschlands

- Zudem wird darauf hingewiesen, dass mit dem Claim „Spitzengastronomie“ sowohl Sterneküche als auch regionale Küche gemeint sein sollte. Zur Vermarktung eignen sich in verschiedene Themen und Anspruchsgruppen geclusterte Routen (z.B. „Familien-Genuss“, „Regionalität“, „Besondere Plätze“ bzw. nach Art des Erlebnisses („Restaurants“, „Verweilen“, „Aktiv“)). Die Einbindung auf der Website und Betonung der spezifischen Ausrichtungen sollte mithilfe von deutlicher Farbkennzeichnung erfolgen. Diese gestalterische Hervorhebung könnte auch in die Saarbrücken-App integriert werden.
- Die Optimierung der Erreichbarkeit mit dem ÖPNV oder Erreichbarkeit zu Fuß wird für die Routengestaltung als wichtige Voraussetzung angemerkt.
- Als wichtige Voraussetzung für eine erfolgreiche Umsetzung und Nutzung seitens der Gäste gilt dazu die gute interne Kommunikation im Tourismusnetzwerk.
- Neben der digitalen Vermarktung per Website und App wird zudem darauf hingewiesen, dass auch eine Vermarktung durch wertige Printmedien notwendig sei. Einzelne Teilnehmende ergänzen, dass eine Ansprache und Inspiration der Gäste an einem POI/Gastronomie erfolgen könnte, sodass die Route von dort aus fortgeführt oder auch als Inspiration für den nächsten Besuch mitgenommen werden kann.



## Genuss & Lebensgefühl (Auswahl)

- 1 Café Schubert
- 2 Ulanen Hof (Regional)
- 3 Quannah Schott Pâtisserie
- 4 Pâtisserie Franck Kestener
- 5 Fruchteria
- 6 Saar-Lor-deLuxe
- 7 Rimoco Gewürzmanufaktur
- 8 Le Comptoir
- 9 Esplanade
- 10 Gästehaus Klaus Erfort
- 11 St. Johanner Markt
- 12 Tabaksmühle
- 13 Fürst Ludwig
- 14 Kalinski (Regional)
- 15 Café Kostbar
- 16 Yedo (Asiatisch)
- 17 Oishii (Asiatisch)
- 18 Saarland Therme
- 19 Chocolat de Katja



[Link](#)

# Der Perfekte Tag // Erlebnisroute GENUSS für „Best Ager“

Tag 1 Genuss und Erlebnis	 ANKOMMEN	 ENTDECKEN 1 VORMITTAG	 AU SRUHEN	 ENTDECKEN 2 NACHMITTAG	 EINKEHREN	 ÜBERNACHTEN
<b>Programmpunkte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Indoor:</b> St. Johanner Markt, Frühstück im Bakery</li> <li>▪ <b>Outdoor:</b> Frühstück im Feuchten Ludwig</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Indoor: Moderne Galerie/Stadtgalerie → Kunst-Genuss</li> <li>▪ <b>Outdoor:</b> Stadtbummel (Audio Guide Tour), Urban Art → Kultur-Genuss</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Herzhafte Pause mit <b>regionalen Produkten:</b> Kalinski, Burgerei, Snack bei Brot&amp;Sinne</li> <li>▪ Für <b>Leckermäuler:</b> Chocolat de Katja, Franck Kestener, Schubert, Henry's</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Shopping im Nauwieser Viertel</li> <li>▪ SaarLorDeluxe (regionale Produkte)</li> <li>▪ Fruchteria</li> <li>▪ Innenhof Café Kostbar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Für Gourmets:</b> Erfort, Esplanade, Le Comtoir, Roma Rizzi, Jouliard</li> <li>▪ <b>Regional:</b> Stiefel, La Bastille, Zahn</li> <li>▪ <b>Asiatisch:</b> Yedo, Oishii, Osaka, DUC, Hashimoto, Sake Asia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Leidinger, Triller, Mercure City, Esplanade, Madeleine, Bayrischer Hof, Victor's Residenz Hotel am Deutsch-Französischen Garten</li> </ul>
Emotionen/Mehrwert						
Tag 2 Genuss und Erlebnis	 ENTDECKEN 1 VORMITTAG	 EINKEHREN	 MITNEHMEN	Ergänzungen:	Zusätzliche Idee:	
<b>Programmpunkte</b>	Ausflug in die <b>Biosphäre:</b> Manufakturen im Hartungshof, Ölmühle, Marli's Delice, Ute Kessler, Wintringer Hof, Picknick, Kapelle, Landgasthaus. Entspannen in der <b>Therme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Masons – taste the world (International)</li> <li>▪ <b>Kulinarische Stadtführung</b> „Eat the World“</li> </ul> Im Winter: Alexander Kunz-Theatre	<b>Souvenirs:</b> Öle, Brotaufstriche, Gewürze, Schokolade Törtchen, Macarons, Tesorito (Kaffee), Rimoco, Café Lolo, SaarLorDeluxe, Fruchteria	<b>Tag 3</b> oder alternativ: mit der Saarbahn nach <b>Sarrequemines</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cafe de la paix</li> <li>▪ Großbli</li> </ul> <b>Geheimtipp:</b> Sankt Arnual – Café Im Blauen Fenster	
Emotionen/Mehrwert						

Fragestellung der Workshop-Sessions im Bereich MICE-Tourismus:  
Bitte spiegeln Sie uns Ihre Erfahrungen und Anforderungen, um den MICE-  
Standort nach Corona erfolgreich zu entwickeln!

1. ***„Neue Formate“ - Welche Ansprüche an neue Veranstaltungsformate vernehmen Sie durch Ihre Kunden / welche neuen Formate entwickeln Sie gerade ggf. selbst?***
2. ***„Rent a City“ - Wie können wir Stadt und Region noch stärker in neue Formate / Rahmenprogramme einbinden? Welche Voraussetzungen gilt es zu verbessern?***
3. ***„Convention Network“ – Was ist Ihre Erwartungshaltung und welchen Beitrag können Sie leisten, um die Zusammenarbeit zu verbessern?***



## Workshop 4: Smart Incentives – Perspektiven und neue Formate für den Tagungsgenuss

- ➔ **Kundenwunsch:** Bei den Anforderungen an neue Formate im MICE-Bereich verzeichnen die Teilnehmenden insbes. ein starkes Bedürfnis für Sicherheit und Beratung hinsichtlich der Hygienemaßnahmen.
- ➔ Auch wird die verstärkte Nachfrage nach hybriden Formaten (Kombination aus online & Präsenz) sowie die digitale Zuschaltung einzelner ReferentInnen seitens der Teilnehmenden betont. Dadurch ist ein verstärkter Unterstützungsbedarf hinsichtlich der Beratung der Tourismuswirtschaft und der Veranstaltungslocations bzgl. technischer Anforderungen wahrnehmbar.
- ➔ **Eigene Projekte:** Seitens der Teilnehmenden werden derzeit verstärkt Schulungen durchgeführt, Ausstellungen digital organisiert, virtuelle Stadtrundgänge initiiert. Dabei stehen Aspekte zu Kamera-/Mikrofontechnik und Netzwerkkapazitäten im Fokus.
- ➔ Zur besseren Einbindung von Stadt und Region in das MICE-Geschäft soll das Augenmerk auf dem „Rent a City“-Aspekt liegen. Ideen einer kulinarischen Stadttour sowie der digitalen Einbindung der Attraktionen der Region sollen weiter entwickelt und als buchbares Angebot ausgebaut werden.



## Workshop 4: Smart Incentives – Perspektiven und neue Formate für den Tagungsgenuss

- Als Voraussetzung für das MICE-Marketing und den MICE-Vertrieb wird eine koordinierende Stelle gesehen, die ggü. Anfragen optimale Informationen zu Leistungen und Kapazitäten von Hotellerie und Gastronomie (insbes. große Gruppen) geben kann, aber auch selbstständig den Standort aktiv vermarktet.
- Kompetenzen für hybride Veranstaltungen (Technik, Moderation, Datenschutz/Urheberrecht etc.) sollen ausgebaut werden. Um auf veränderte technische Anforderungen reagieren zu können, schlagen die Teilnehmenden einen technischen Support vor. Auch das Teilen von Technik (Sharing Network) wird eingebracht.
- **Erwartungen an ein Convention Network:** Als wichtigste Voraussetzung wird die Initiierung eines Convention Bureaus als Anker für das Netzwerk gesehen. Grundpfeiler der Arbeit des Netzwerks soll die regionale Identität bilden. Diese soll sich in den ausgerichteten Veranstaltungen wiederfinden (weiterhin real, ggf. digital ergänzt).
- Ähnlich der SaarlandCard wird zur Ausgestaltung einer „MICE-Card“ angeregt. Eine Ideenliste inklusive Partner zur Umsetzung soll angelegt werden. Wichtig dafür ist die moderne und attraktive Inszenierung und Vermarktung. Auch die Mitnahme der Mitarbeitenden in der Veranstaltungsbranche wird als Voraussetzung erinnert.



## Ausblick: Ausarbeitung & weiterer Umsetzungsprozess

- ➔ Die im Rahmen des TourimusWirtschaftsCamps weiterentwickelten Erlebnisrouten bilden die Grundlage der künftigen Vermarktung und Weiterentwicklung (Inszenierung, Angebote, Infrastruktur etc.) der touristischen Profilt Themen entsprechend der Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken 2025.
- ➔ Weitere Ideen und Anmerkungen können zugeliefert werden an:
  - City-Marketing: Ralf Kirch ([r.kirch@ccsaar.de](mailto:r.kirch@ccsaar.de), +49 681 4180-863)
  - Regionalverband Saarbrücken: Alexa Weiß ([alexa.weiss@rvsbr.de](mailto:alexa.weiss@rvsbr.de), +49 681 506-6050)
  - Landeshauptstadt Saarbrücken: Melanie Vorreiter ([melanie.vorreiter@saarbruecken.de](mailto:melanie.vorreiter@saarbruecken.de), +49 681 905-1535)
- ➔ Die Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken 2025 wird am 30. September im UNESCO-Weltkulturerbe Völklinger Hütte noch mal formell vorgestellt. Das touristische Netzwerk und weitere Partner aus anderen Wirtschaftsbereichen sind herzlich zur Vorstellung eingeladen.

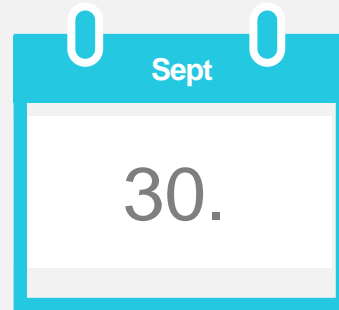




# Kommende Prozessschritte



Infos / Next Steps	Wann
Offizielle Vorstellung der Tourismusstrategie	30. Sept. 2020



Vorstellung  
Tourismusstrategie

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

# PROJECT<sup>M</sup>



[www.projectm.de](http://www.projectm.de)



[www.tourismusnachcorona.de](http://www.tourismusnachcorona.de)



[www.corona-navigator.de](http://www.corona-navigator.de)



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



[www.destinationquality.de](http://www.destinationquality.de)



[www.gesundheit-tourismus-blog.com](http://www.gesundheit-tourismus-blog.com)



[PROJECTM.Tourismusinnovation](https://www.facebook.com/PROJECTM.Tourismusinnovation)



[www.xing.com/companies/projectmgmbh](https://www.xing.com/companies/projectmgmbh)



**Peter C. Kowalsky**  
Tel. 040.419 23 96 16  
[peter.kowalsky@projectm.de](mailto:peter.kowalsky@projectm.de)



**Nadja Schweiggart**  
Tel. 040.419 23 96 21  
[nadja.schweiggart@projectm.de](mailto:nadja.schweiggart@projectm.de)



**Maik Zießnitz**  
Tel. 040.419 23 96 20  
[maik.ziessnitz@projectm.de](mailto:maik.ziessnitz@projectm.de)

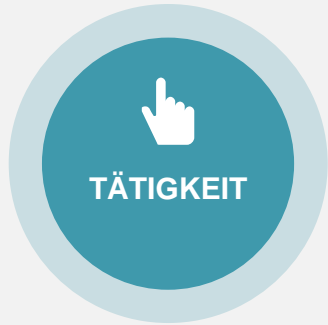
**PROJECT M GmbH**  
Gurlittstraße 29  
20099 Hamburg



# PROJECT<sup>M</sup>

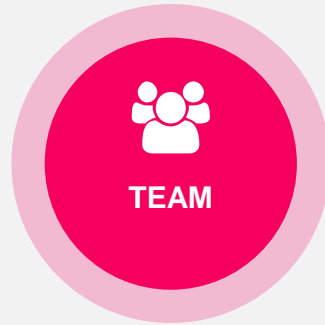
**GRÜNDUNGSJAHR:** 1998 · **GESCHÄFTSFÜHRUNG:** Dipl.-Kaufm. Cornelius Obier

**Mitglieder der Geschäftsführung:** Johan Schiller Roloff Clausen, Detlef Jarosch, Peter C. Kowalsky



## CONSULTING

für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft: Strategie- und Markenmanagement, Organisationsentwicklung, Infrastrukturentwicklung, Marktforschung und Analyse, Gesundheitstourismus



## INTERDISZIPLINÄR

mit über 20 festen und 12 freien Mitarbeitern in einem praxisorientiertem Team (Betriebswirte, Touristiker, Marktforscher, Stadt- und Regionalplaner, Architekten...)



## STARKE BASIS

Wissenschaftliche Verankerung über die Wissenschaftliche Leitung: Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack & Dr. Wolfgang Isenberg



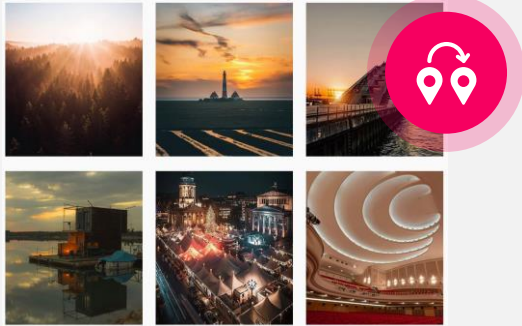
## STANDORTE

Hamburg  
München



# PROJECT M ist eines der führenden Beratungsunternehmen im strategischen und operativen Destinationsmanagement und -Marketing.

## DESTINATIONSENTWICKLUNG & -MARKETING



## MARKTFORSCHUNG & ANALYSE



## PROJECT<sup>M</sup>



[www.projectm.de](http://www.projectm.de)



[www.tourismusnachcorona.de](http://www.tourismusnachcorona.de)



[www.corona-navigator.de](http://www.corona-navigator.de)



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



[www.destinationquality.de](http://www.destinationquality.de)



[www.gesundheit-tourismus-blog.com](http://www.gesundheit-tourismus-blog.com)

## GESUNDHEITS- & MEDIZINTOURISMUS



## INFRASTRUKTURENTWICKLUNG & MASTERPLÄNE



## Unternehmensstandorte:

Hamburg / München



## Disclaimer

Sämtliche von PROJECT M erarbeiteten Konzepte und sonstige Werke und damit auch sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen bleiben bis zur Abnahme und Honorierung durch den Auftraggeber Eigentum von PROJECT M. Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind bis dahin lediglich mit schriftlicher Einwilligung von PROJECT M zulässig.

Soweit Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet wurden, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen, kann jede Wiedergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage – ganz oder teilweise – in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die PROJECT M GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die PROJECT M GmbH.