



Chart-Protokoll TourismusWirtschaftsCamp 2026

Das vorliegende Chart-Protokoll bezieht sich auf die touristische Netzwerkveranstaltung **TourismusWirtschaftsCamp**, welches am 25. Februar 2026 im Victor's Residenz-Hotel in Saarbrücken stattgefunden hat. Es fasst die geführten Dialoge sowie die Workshop-Sessions zusammen und enthält die gezeigte Präsentation. Das Protokoll ist ohne die entsprechenden mündlichen Erläuterungen ggf. unvollständig.

Für Rückfragen wenden Sie sich gerne an Frau Christina Jochum vom Regionalverband Saarbrücken (E-Mail: christina.jochum@rvsbr.de).

25. Februar 2026
09.15–12.00 Uhr
Victor's Residenz-Hotel
Saarbrücken

TourismusWirtschaftsCamp 2026

Fortschreibung der Tourismusstrategie Region und
Landeshauptstadt Saarbrücken 2030



TWC 2026 (1/15) – Begrüßung und Impulse

Dr. Carolin Lehberger, Regionalverbandsdirektorin Saarbrücken, heißt die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des TourismusWirtschaftsCamps 2026 herzlich im Victor's Residenz-Hotel in Saarbrücken willkommen. In ihrer Rede verweist sie auf die **sehr positive Entwicklung des Tourismus in der Region Saarbrücken** hin. Das ursprünglich gesetzte Ziel von mindestens 760 Tausend Übernachtungen im Jahr 2025 sei nicht nur erreicht, sondern deutlich übertroffen worden: Mit **rund 847 Tausend Übernachtungen** und einem **Plus von 5,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr** habe der Tourismus in der Region eine **bemerkenswerte Dynamik** entwickelt. Diese Entwicklung hin zu einer starken Tourismusdestination führt sie auf die aktive und enge Zusammenarbeit vieler Beteiligten zurück. Besonders hebt sie dabei die Unterstützung der politischen Gremien hervor, deren Entscheidungen in Regionalversammlung und Stadtrat wichtige Grundlagen für die gemeinsame Arbeit geschaffen haben. In zahlreichen Abstimmungsrunden seien **Projekte entwickelt, Maßnahmen abgestimmt und gemeinsam umgesetzt worden**. Die positive Entwicklung des Tourismus versteht sie daher als Ergebnis einer kontinuierlichen und partnerschaftlichen Zusammenarbeit in der Region.



Oberbürgermeister Uwe Conradt begrüßt die Teilnehmenden ebenfalls herzlich zum 4. TWC. In seiner Rede unterstreicht auch er die **positive Entwicklung des Tourismus in der Stadt und Region Saarbrücken**: Veranstaltungen, Projekte und gezielte Investitionen haben in den vergangenen Jahren maßgeblich dazu beigetragen, die Bekanntheit der Landeshauptstadt weiter zu steigern und neue Impulse für die touristische Entwicklung zu setzen. Die **Tourismusstrategie für Stadt und Region**, welche sich aktuell in der Fortschreibung mit dem Zielhorizont 2030 befindet, sieht er weiterhin als strategisch essenzielle Grundlage, um die Potenziale Saarbrückens konsequent zu nutzen und die Stadt als attraktives Reiseziel zu stärken. Besonders hebt er die Rolle großer Veranstaltungen, die kulturellen Angebote sowie den Natur- und Aktivtourismus hervor, welche Gäste aus der Region und darüber hinaus nach Saarbrücken führen. Auch der **Geschäftsreise- und Kongresstourismus** leistet einen wichtigen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung der Stadt und sollte weiterhin durch Investitionen ausgebaut werden. Uwe Conradt dankt den zahlreich erschienenen Akteuren der Saarbrücker Tourismuswirtschaft für ihr Engagement; er ermutigt die Anwesenden, ihre Ideen und Perspektiven weiterhin aktiv einzubringen, um die erfolgreiche Entwicklung des Tourismus in Saarbrücken gemeinsam fortzuführen und neue Chancen für die Zukunft zu erschließen.

TWC 2026 (2/15) – Begrüßung und Impulse

Thomas Unold (Regionalverband Saarbrücken), Sebastian Kurth (Landeshauptstadt Saarbrücken) und Ralf Kirch (City-Marketing Saarbrücken) stimmen ebenfalls mit Grußworten ein. **Herr Unold** führt mit den überzeugenden Zahlen der touristischen Entwicklung im Regionalverband ein: Das Erreichen der Zielmarke in Bezug auf die Übernachtungsentwicklung bestätigt das **Wirken der bisherigen strategischen Bearbeitung des Tourismus in der Region** und verdeutlicht auch die Bedeutung des zu diesem Zeitpunkt laufenden Prozesses zur Strategiefortschreibung. **Sebastian Kurth** informiert die Anwesenden über die **Einführung der Beherbergungssteuer ab dem 1. April 2026**. Durch die Erhebung der Steuer in Höhe von 3,5 Prozent des Übernachtungspreises werden so zusätzliche Mittel für die Umsetzung von touristischen Maßnahmen und Projekten generiert; auch wird die geplante finanzielle Beteiligung der Landeshauptstadt am Convention Bureau Saarland thematisiert. **Ralf Kirch** berichtet über aktuelle Entwicklungen in Bezug auf die touristische Vermarktung der Stadt: Neben der wachsenden Reichweite der Social-Media-Kanäle der Marke „Visit Saarbrücken“ informiert er über den Planungsstand der neuen Tourist Information sowie über die Vorbereitungen für **die Special Olympics Nationalen Spiele Saarland 2026**.



Es folgt eine Vorstellung der bisher erarbeiteten Ansätze und Inhalte im Rahmen der **Fortschreibung der Tourismusstrategie für die Region und Landeshauptstadt Saarbrücken**. Zunächst wird seitens des Unternehmens PROJECT M die Entwicklung der Übernachtungszahlen dargestellt sowie ein Szenario für die zukünftige Entwicklung bis 2030 skizziert. Durch eine konsequente Umsetzung der Tourismusstrategie sowie gezielte **Investitionen in Produkt- und Angebotsentwicklung, Marketing oder auch Service** soll perspektivisch die Marke von rund einer Million Übernachtungen erreicht werden. Aufbauend auf den Erfolgen der bisherigen Strategie werden Maßnahmen in den Bereichen Organisations- und Netzwerkentwicklung, Marken- und Profilbildung sowie Infrastruktur- und Angebotsentwicklung vorgestellt (Chart 40 ff.)

TWC 2026 (3/15) – Begrüßung und Impulse

Dazu zählen unter anderem der Ausbau der touristischen Netzwerkstrukturen, die Weiterentwicklung der Marke „Visit Saarbrücken“, der Aufbau des Convention Bureaus, die Entwicklung neuer touristischer Angebote sowie Investitionen in Infrastruktur und Beherbergung. Im Anschluss werden die bereits erarbeiteten Grundlagen der Strategiefortschreibung präsentiert. Die Fortführung der Strategie erfolgt über die Fortsetzung der wesentlichen Leitplanken, die Kalibrierung der Vision, das Aufsetzen einer Mission und die Erweiterung der Zielperspektiven (Chart 50 ff.)

Im Anschluss folgt eine **Dialogrunde mit vier unterschiedlichen Akteuren des Saarbrücker Tourismus: Irakli Gogadze** (Victor’s Residenz-Hotel / DEHOGA Saarland), **Michael Hoppstädter** (Congress-Centrum Saar), **Julian Blomann** (PopRat Saarland) und **Michael Genth** (Saarbrücker Verein für Handel und Gewerbe). Im Mittelpunkt der Diskussion stehen Perspektiven zur Fortschreibung der Tourismusstrategie für die Region Saarbrücken bis 2030 und die Rolle der verschiedenen Teilbranchen für die weitere Entwicklung des Tourismusstandorts. Die Teilnehmenden betonen insbesondere die **Bedeutung einer engen Vernetzung zwischen Tourismus, Kultur- / Veranstaltungswirtschaft und Handel, um attraktive Erlebnisangebote für Gäste und Bevölkerung zu schaffen**. Herr Gogadze hebt aus Sicht der Hotellerie hervor, dass sich die positive Entwicklung des Tourismusstandorts Saarbrücken auch auf die **Wahrnehmung der Branche als Arbeitgeber und dessen Attraktivität auswirke**. Herr Blomann hebt hervor, dass **kulturelle und kreative Angebote wichtige Impulse für das städtetouristische Profil liefern** und stärker **mit Natur- und Aktivangeboten sowie Veranstaltungen verknüpft werden können, um neue Erlebnisformate zu schaffen**. Herr Hoppstädter verweist auf die wachsende **Bedeutung des Tagungs- und Kongresstourismus für die Region** und sieht insbesondere in der **Erweiterung des Congress-Centrum Saar ein wichtiges Signal für die Weiterentwicklung des MICE-Segments**. Gleichzeitig unterstreicht er die **Bedeutung des Convention Bureaus, um Netzwerke zu stärken** und die **Vermarktung der Destination nach außen zu bündeln**. Herr Genth betont aus Sicht des Handels die **enge Verbindung zwischen Tourismus, Innenstadtentwicklung und (touristischer) Aufenthaltsqualität**. Tourismus fungiert dabei als wichtiger Frequenzbringer für den Handel und trägt zugleich zur Weiterentwicklung einer lebendigen Innenstadt bei. Die Gesprächsteilnehmenden sind sich einig, dass die Stärkung und Entwicklung des Tourismus in der Region nur durch ein abgestimmtes Vorgehen und durch die aktive Mitwirkung aller Akteure, insbesondere im Rahmen des Fortschreibungsprozesses der Strategie, gelingen kann.



TWC 2026 (4/15) – Workshop-Sessions zur Strategiefortschreibung

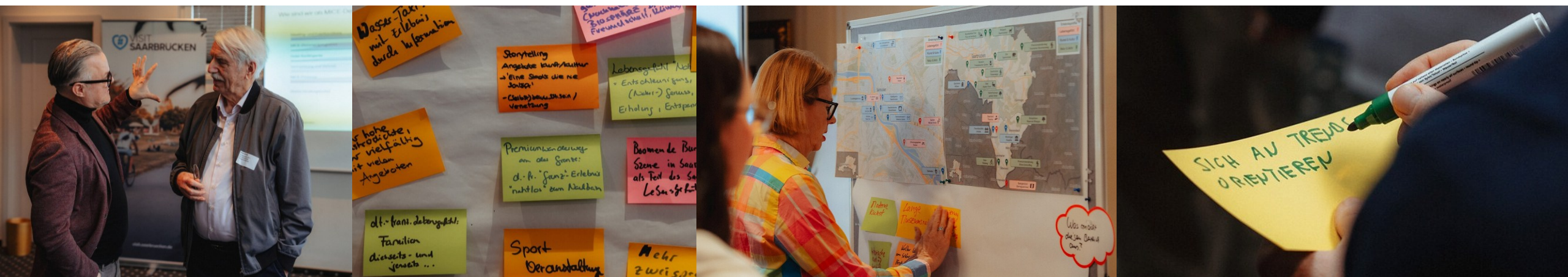
Im Rahmen der Workshop-Sessions diskutieren die Teilnehmenden konkrete Ansätze zur Ausarbeitung bzw. Weiterentwicklung und Optimierung der touristischen Positionierungsstrategie für die Region Saarbrücken. Ausgangspunkt bilden Blitzlichter aus der digitalen Leistungsträger-Befragung 2025/2026 sowie die strategischen Grundlagen, wie z.B. Zielbild, Vision und die Leitziele der Tourismusregion Saarbrücken. In zwei Workshop-Runden tauschen sich die Teilnehmenden entlang der vier **Erlebnisprofile Kunst & Kultur, Lebensgefühl, Natur & Aktiv** sowie **MICE** über konkrete Entwicklungsansätze aus.

Die zentrale Frage lautet: Wie steigern wir Erlebnisqualität, Sichtbarkeit, Wertschöpfung in den unterschiedlichen Erlebnisräumen von Stadt und Regionalverband?

Im Fokus stehen insbesondere Fragen der **Angebots- und Produktentwicklung**, der **gemeinsamen Vermarktung** sowie der **kooperativen Zusammenarbeit**.

Gemeinsam wird so erarbeitet, wie einzelne Angebote stärker zu ganzheitlichen Erlebnissen verknüpft werden können, welche Identitäten für die Erlebnisbereiche prägend sind und wie spannende Geschichten für die touristische Vermarktung entwickelt werden können. Darüber hinaus wird diskutiert, wie kooperative Prozesse zur Produktentwicklung und Vermarktung gestaltet bzw. optimiert werden können und welche Voraussetzungen Leistungsträgerinnen und Leistungsträger benötigen, um sich aktiv an gemeinsamen Projekten zu beteiligen.

Die Impulse aus den Workshop-Sequenzen sind für die Dokumentation entsprechend der räumlichen Schwerpunkte zusammengeführt.



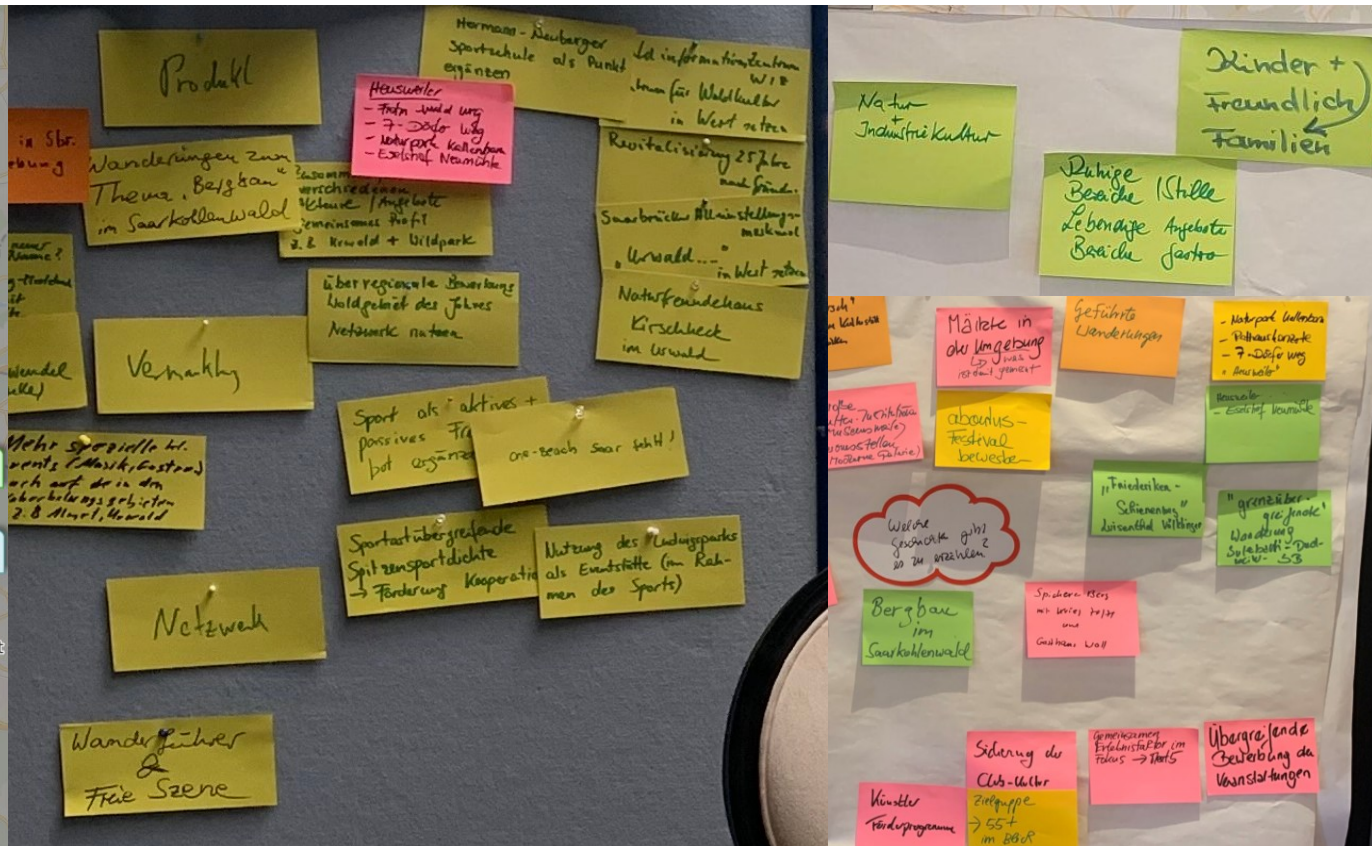
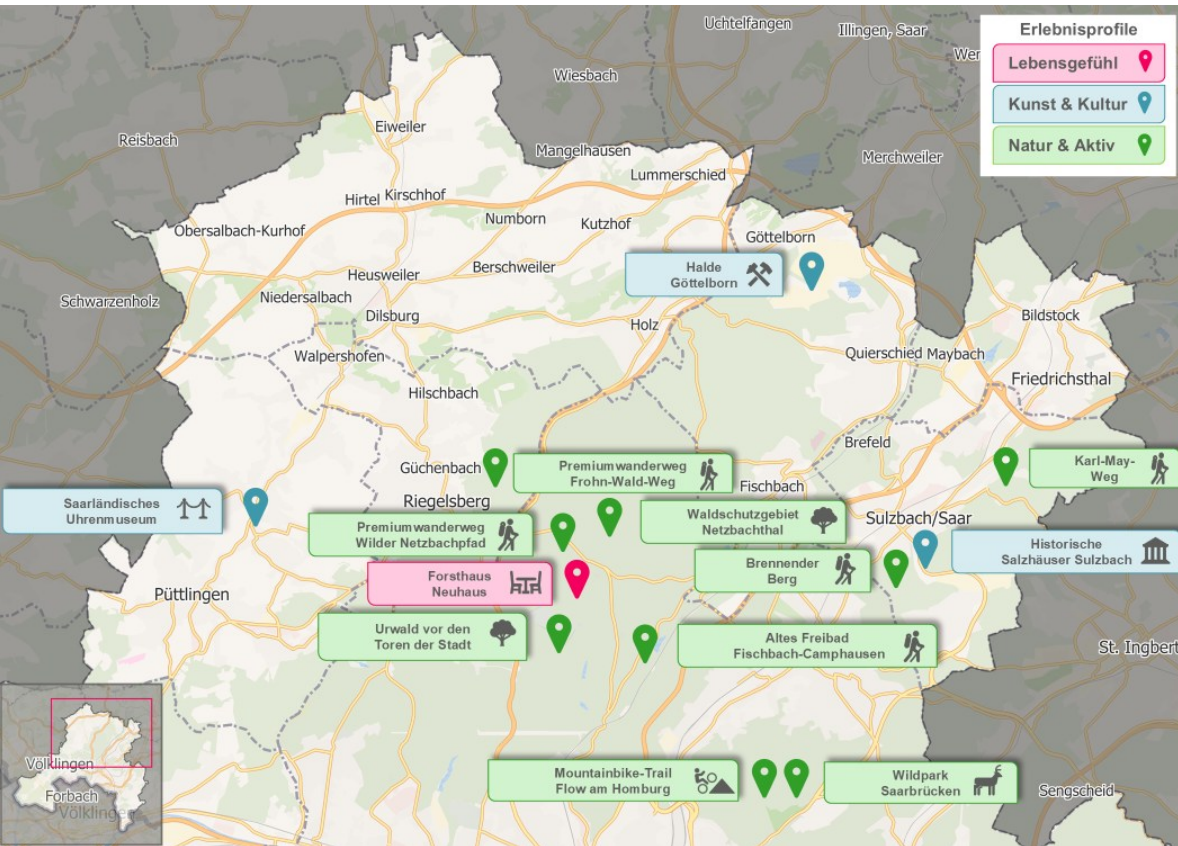
TWC 2026 (6/15) – Ergebnisse der Workshop-Sessions

Zusammenfassung der Workshop-Sessions **Kunst & Kultur, Lebensgefühl** und **Natur & Aktiv** für den **Erlebnisraum West**

Produkt	<ul style="list-style-type: none">• Eine Diversität des touristischen Angebots und der touristischen Produkte im Erlebnisraum West ist gegeben, im Vordergrund stehen das Natur- und Aktiverlebnis im Warndtwald, die Industriekultur (Bergwerk Velsen) oder auch die Glasindustrie (Glas- und Heimatmuseum Ludweiler-Warndt)• Dennoch gibt es Potenziale im Bereich Angebots- / Produktentwicklung, dazu zählen z. B.<ul style="list-style-type: none">• die Erlebbarkeit der deutsch-französischen Geschichte im Warndt• die Aufbereitung regionsspezifischer Themen, wie Bergbau und Glasindustrie → Als Beispiel hierfür werden Themenwanderungen oder digitale Unterstützung (Guide / Schnitzeljagd / Actionbound) genannt → Als Beleg für durchgeführte, innovative Formate und die Verbindung von Natur und Kultur werden Touren in Kombination aus Wanderführern und der freien Szene genannt• die Verknüpfungen mit Orten / Angeboten aus Frankreich, z. B. der Sandgrube „Carrière de Freyming-Merlebach“ oder eine Kooperation zwischen dem Bergwerk Velsen und dem Parc Explor Wendel• auch das Thema Sport hat hier Potenzial, z. B. durch das Erleben von „american lifestyle“ mit American Football Events in Völklingen
Vermarktung	<ul style="list-style-type: none">• Es benötigt weiterhin die Entwicklung klarer Geschichten und Narrative, insbesondere für die Themen Industrie und Bergbau sowie für die grenzüberschreitende Geschichte des Warndt und der Hervorhebung von Orten mit deutsch-französischer Geschichte• Für eine bessere Sichtbarkeit und stärkere Bündelung von Erlebnissen in der Kommunikation werden auch neue Veranstaltungsformate, wie etwa ein gemeinsamer Tag der offenen Tür der Museen oder die Idee einer Museumsstraße genannt• Als ein Marketing-Instrument wird die neue Saarland-App genannt, diese bietet eine kompakte Übersicht über Sehenswürdigkeiten, Wander- und Radwege, familienfreundliche Orte, regionale Gastronomie und lokale Betriebe im Saarland
Prozesse	<ul style="list-style-type: none">• Eine stärkere Vernetzung von Akteuren im Erlebnisraum West (um hier Erlebnisketten zu gestalten) sowie für regionsübergreifende Projekte wird als sinnvoll erachtet• Teilnehmende wünschen sich hierfür Partner-Kommunikation z. B. über LinkedIn• Darüber hinaus wird die Notwendigkeit einer einheitlichen Informationsplattform für Partner genannt, die derzeit über www.tourismusstrategie.saarbruecken.de abgebildet wird

TWC 2026 (7/15) – Ergebnisse der Workshop-Sessions

Zusammenfassung der Workshop-Sessions Kunst & Kultur, Lebensgefühl und Natur & Aktiv für den Erlebnisraum Nord



TWC 2026 (8/15) – Ergebnisse der Workshop-Sessions

Zusammenfassung der Workshop-Sessions **Kunst & Kultur, Lebensgefühl** und **Natur & Aktiv** für den **Erlebnisraum Nord**

Produkt	<ul style="list-style-type: none">• Das touristische Angebot überzeugt im Erlebnisraum Nord in den Bereichen Natur & Aktiv, Sport und Industriekultur• Entwicklungs- / Ausbaupotenziale liegen in den folgenden Bereichen:<ul style="list-style-type: none">• Weiterentwicklung der Outdoor- und Aktivangebote (z. B. Radrouten und Mountainbike-Trails)• Fortlaufende Inwertsetzung des Waldinformationszentrums als Erlebniscluster mit den Wanderwegen, dem Naturfreundehaus Kirschheck und dem alten Schwimmbad• Entwicklung neuer und themenverknüpfender Angebote, wie z. B. Geschichtswanderungen (zum Thema Saarkohlewald oder Bergbau)• Die Teilnehmenden ergänzen Orte um Heusweiler, z. B. den Eselhof Neumühle, den 7-Dörfer-Weg, den Naturpark Kallenborn, Rathauskonzerte im Frühjahr / Sommer sowie den „Brennenden Berg“ in Sulzbach; auch die Waldwerkstatt Sulzbach zum 1. Mai wird genannt• Die Teilnehmenden nennen „Sport“ als aktives und passives Freizeitangebot (Zuschauen bei Sportveranstaltungen) sowie die Nutzung des Ludwigsparks als Eventstätte (im Rahmen des Sports)
Vermarktung	<ul style="list-style-type: none">• Auch im Erlebnisraum Nord bedarf es stärkerer Sichtbarkeit bestehender Angebote• Die Teilnehmenden wünschen eine stärkere Präsenz des Alleinstellungsmerkmals „Urwald“, eine damit verbundene Inwertsetzung des Waldinformationszentrums und die überregionale Bewerbung zum „Waldgebiet des Jahres 2026“• Zudem benötigt es eine verstärkte Kommunikation regionaler Themen und Besonderheiten, etwa die Spitzensportdichte im Bereich verschiedener Sportarten
Prozesse	<ul style="list-style-type: none">• Auch im Erlebnisraum Nord benötigt es eine stärkere Vernetzung der Akteure, konkret wird hier an die Verbindung von Aktivangeboten und Kunst / Kultur gedacht und beispielsweise auch die Verknüpfung von Wanderführern und der freien Szene genannt (Naturerlebnis und Kunst / Geschichte)

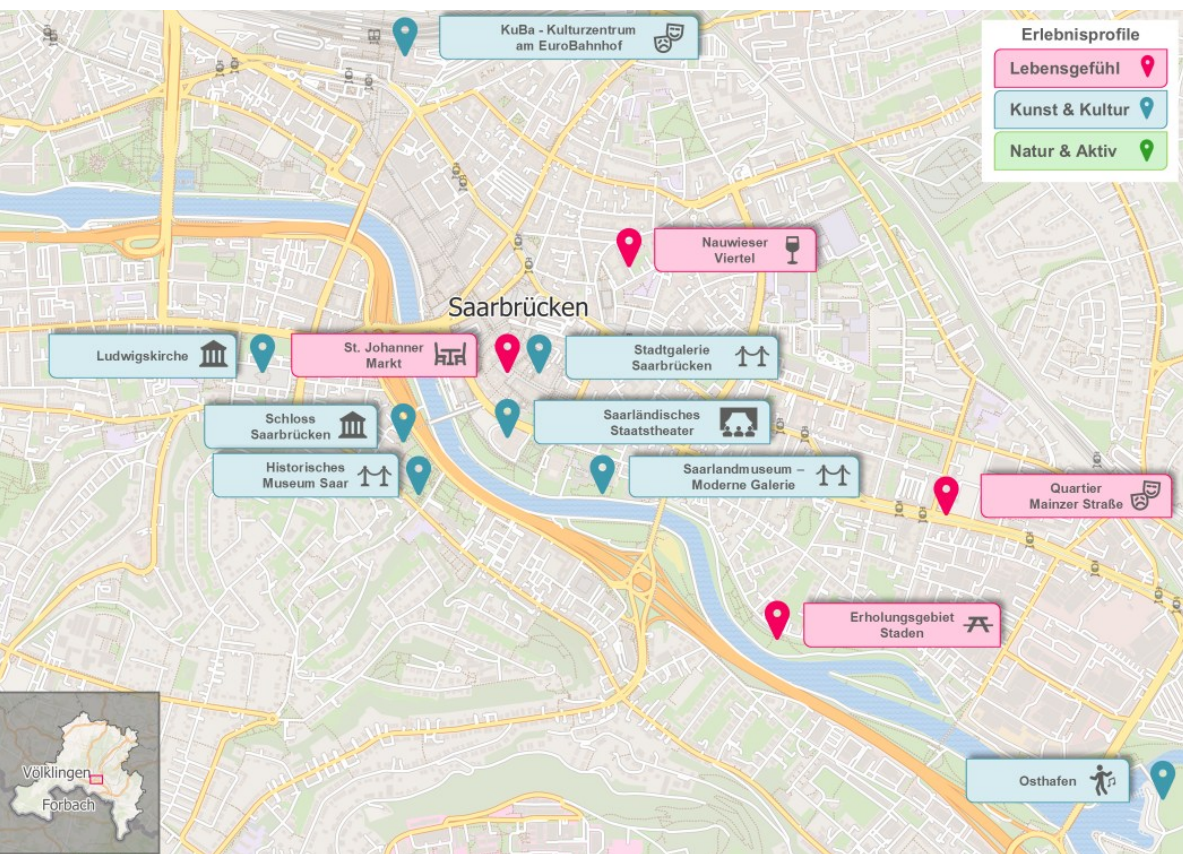
TWC 2026 (10/15) – Ergebnisse der Workshop-Sessions

Zusammenfassung der Workshop-Sessions **Kunst & Kultur, Lebensgefühl** und **Natur & Aktiv** für den **Erlebnisraum Süd**

Produkt	<ul style="list-style-type: none">• Die stärkere Bündelung einzelner Angebote zu Gesamterlebnissen ist auch im Erlebnisraum Süd notwendig• Für den süd-östlichen Bereich des Regionalverbands wird der Ausbau von Aktiv- und Outdoorangeboten thematisiert (Rad- und Wanderwege)• Neben Natur- und Aktivangeboten spielt hier auch das Profilthema Lebensgefühl eine Rolle (Orte des französischen Lebensgefühls sichtbar machen)<ul style="list-style-type: none">• Grenzübergreifende Erlebnisverbindungen (Saargemünd, Moulin de la Blies und Musée de la Faïence)• Grenzübergreifende Aktiverlebnisse, z.B. Blies-Grenz-Weg bzw. weitere Wanderungen und Radtouren (Spicherer Höhen)• Auch wird ein notwendiger Ausbau der touristischen Infrastruktur (z. B. Ruhe- / Rastmöglichkeiten auf Wanderwegen) erwähnt• Die stärkere touristische Nutzung und damit einhergehend Inwertsetzung der Saar (z. B. durch Wassertaxis) wird gewünscht• Auch die Weiterentwicklung von Freizeit- und Eventformaten (z. B. sportliche Großveranstaltungen) wird von den Anwesenden diskutiert
Vermarktung	<ul style="list-style-type: none">• Die Verknüpfung der unterschiedlichen touristischen Produkte und Angebote muss sich in der Vermarktung widerspiegeln (z. B. Verbindung von Wandertouren mit Kunst-, Kultur- und Genuss-Orten)• Es bedarf einer verstärkten Positionierung des deutsch-französischen Lebensgefühls in der Vermarktung• Die Vermarktung des Biosphärenreservats Bliesgau sollte verstärkt werden und so die Verbindung zur Landeshauptstadt bzw. zum Regionalverband gestärkt werden
Prozesse	<ul style="list-style-type: none">• Unter den Teilnehmenden wird diskutiert, dass eine noch stärkere Zusammenarbeit zwischen den Gemeinden des Regionalverbandes und der Landeshauptstadt erforderlich ist• Auch wird die Zusammenarbeit der Zweckverbände mit dem SaarForst thematisiert• Für die zukünftige Planung und gemeinsame Organisation von Großveranstaltungen ist die Stärkung eines übergreifenden Netzwerkes essenziell• Für die Zusammenarbeit mit den angrenzenden französischen Nachbargemeinden ist die Optimierung der touristischen Produkte und des Gesamterlebnisses unabdingbar

TWC 2026 (11/15) – Ergebnisse der Workshop-Sessions

Zusammenfassung der Workshop-Sessions Kunst & Kultur, Lebensgefühl und Natur & Aktiv für den Erlebnisraum Innenstadt



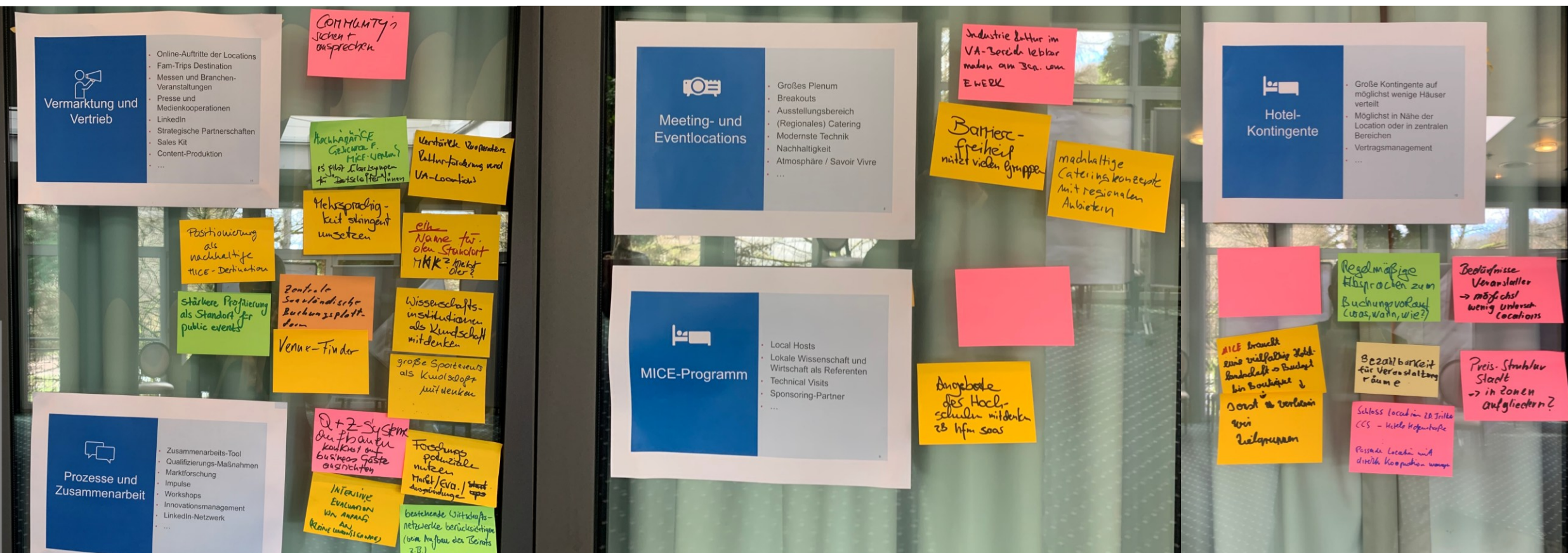
TWC 2026 (12/15) – Ergebnisse der Workshop-Sessions

Zusammenfassung der Workshop-Sessions **Kunst & Kultur, Lebensgefühl** und **Natur & Aktiv** für den **Erlebnisraum Innenstadt**

<p>Produkt</p>	<p>Innenstadt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ideen für neue Veranstaltungsformate, z. B. Einsatz eines mobilen Event-Cubes in der Innenstadt • Mehr Grün in der Innenstadt <p>Quartiere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausbau besonderer regionaler Erlebnisangebote z. B. zur Kneipen- / Ausgehkultur als Teil des städtischen Lebensgefühls (Nauwieser Viertel, Mainzer Str.) • Saarbrücker Subkultur gezielt fördern und Räume zur Entwicklung bieten (zu revitalisierende Flächen) und zielgruppengerecht vermarkten • Stärkere touristische Nutzung historischer Orte und regionaler Geschichte • Entwicklung neuer kultureller Erlebnisformate, die das junge und alternative Saarbrücken sichtbar machen • Besser Anbindung des Deutsch-Französischen-Gartens an Alt-Saarbrücken und die Innenstadt <p>Verknüpfung Regionalverband</p> <ul style="list-style-type: none"> • Weiterentwicklung von Freizeit- und Aktivangeboten, z. B. durch das Schaffen von Gravelstrecken und den Ausbau der Mountainbikeinfrastruktur, Inwertsetzung bzw. Ausbau des Thema Klettern (rund um Boulderhallen und Kletterzentrum) • Freizeit-Nutzung der Saar (z. B. in Form von Wassertaxis)
<p>Vermarktung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Stärkere kommunikative Inszenierung regionaler Themen wie Kunst, Geschichte und Lebensgefühl (z. B. durch authentisches Storytelling) • Entwicklung von Eventformaten als touristische Anlässe, z. B. Kunst- und Kulturwochenenden mit kostenlosem ÖPNV • Bessere Sichtbarkeit von kulturellen Einrichtungen und historischen Orten • Nutzung digitaler Plattformen zur Bündelung und Kommunikation von Veranstaltungen (z. B. neue Saarland App) • Stärkere Positionierung kultureller Angebote als Teil des touristischen Markenprofils der Region
<p>Prozesse</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bessere Abstimmung zwischen Angebotsentwicklung, Kulturprogrammen und touristischer Vermarktung (z. B. Aufbau bzw. Nutzung einer zentralen Plattform zur Information über kulturelle Veranstaltungen im Saarland (Planungsperspektive)) • Stärkere Vernetzung von Kulturinstitutionen, Veranstaltern und touristischen Leistungsträgern (z. B. mit der Gastronomie) • Zusammenarbeit zwischen Museen, Kulturszene und Tourismusorganisationen bei neuen Veranstaltungsformaten • Förderung von Austausch und Kooperation im regionalen Netzwerk

TWC 2026 (13/15) – Ergebnisse der Workshop-Sessions

Zusammenfassung der Workshop-Sessions Kunst & Kultur, Lebensgefühl und Natur & Aktiv für den Erlebnisraum Innenstadt



TWC 2026 (14/15) – Ergebnisse der Workshop-Sessions

Zusammenfassung der Workshop-Session **MICE / Eckpunkte für die Arbeit des Convention Bureaus Saarland (CVB)**

<p>Vermarktung & Vertrieb</p>	<p>Profilierung und Zielgruppen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ziel ist eine Positionierung als nachhaltige MICE-Destination • In der Funktion als Landeshauptstadt sollen auch gezielt Veranstalter für public events angesprochen werden; auch die Wissenschaftsinstitutionen im Saarland sollen als Zielgruppe mitgedacht werden • Ebenso besteht der Wunsch, große Sportveranstaltungen als Kundschaft des Convention Bureaus mitzudenken <p>Marketingausrichtung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auch kleinere Veranstaltungslocations und Kultur sollen durch das Convention Bureau in der Vermarktung berücksichtigt werden und über Kooperationen und Einsatz einer breiten Kulturförderung gestärkt werden • Von wesentlicher Bedeutung ist zunächst der Aufbau eines Venue-Finders, perspektivisch weiterentwickelt als MICE-Buchungsplattform • Das Marketing sollte durch das Erzählen von hochkarätigen Geschichten erfolgen • Es gibt Überlegungen für „Botschafterinnen“; die Ansprache bedeutender „communities“ (Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Politik) wird als zentral gesehen • Es erfolgt der Hinweis, dass auch im Bereich MICE die Mehrsprachigkeit im Marketing stringent umgesetzt werden muss • Zudem besteht die Empfehlung, die Veranstaltungshäuser der CCS GmbH unter einem Namen zu vermarkten
<p>Prozesse & Zusammenarbeit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Entwicklungen im Bereich MICE sollten von Anfang einer intensiven Evaluation unterliegen, im Optimalfall z. B. in Form einer kleinen Lenkungsgruppe • Für eine optimale Zusammenarbeit sollten bestehende Wirtschaftsnetzwerke berücksichtigt werden (z. B. beim Aufbau des Beirats) • Forschungspotenziale in Saarbrücken sollten auch für die Arbeit des CVB / Bewerbung des Standortes genutzt werden (Markt, Evaluation etc.) • Der Aufbau von Qualifizierungs- und Zertifizierungs-Systemen mit Ausrichtung auf Businessgäste ist für die Qualitätsentwicklung essenziell
<p>Hotel-Kontingente</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Um ein attraktives Angebot für MICE-Gäste zu bieten, benötigt es weiterhin eine vielfältige Hotellandschaft in allen Preissegmenten • Anforderung der meisten Veranstalter ist eine geringe Anzahl an Locations je VA, auch das Preisniveau von Zimmern und Räumen ist von Bedeutung • Es braucht regelmäßige Absprachen zum Buchungsvorlauf / Veranstalter buchen mit bis zu 3-5 Jahren Vorlauf, hierfür werden Preiszusagen benötigt • Passende Hotels und Locations sollten direkte Kooperationen schließen (z.B. Schlosslocation & Hotel Am Triller; CCS & Hotels in der Hafenstraße) • Es wird die Frage aufgeworfen, ob es hinsichtlich des Pricings sinnvoll sein könnte, die Stadt in Zonen aufzugliedern
<p>Meeting- / Eventlocations</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Das Thema Industriekultur kann im Bereich der Veranstaltungen sichtbar(er) gemacht werden und für das MICE-Profil genutzt werden • Die übergeordneten Themen Barrierefreiheit und Nachhaltigkeit (z.B. in Form nachhaltiger Cateringkonzepte von regionalen Anbietern) müssen konsequent bei den Locations mitgedacht werden, da diese einen wichtigen Basisnutzen darstellen
<p>MICE-Programm</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Rahmenprogramme sollten breiter gedacht werden, und z. B. die Angebote / Kompetenzen der Hochschulen (z. B. HfM SAAR) stärker eingebunden werden

TWC 2026 (15/15) – Abschluss & Dialog zur Umsetzungsplanung

Herr Unold, Herr Kurth und Herr Kirch schließen das TourismusWirtschaftsCamp 2026 und bedanken sich bei allen Anwesenden für Ihre Teilnahme und das aktive Mitwirken im Rahmen der Workshop-Sessions. Die Ergebnisse der Veranstaltung zeigen: Die Region Saarbrücken hat ein vielseitiges Angebotsportfolio entlang der strategischen Profile und engagierte Akteure mit Ideen, um diese in Zukunft noch besser miteinander zu vernetzen. Die während des TourismusWirtschaftsCamps gewonnen Erkenntnisse fließen somit in die Tourismusstrategie 2030 ein, welche den strategischen Rahmen dafür setzt, sich gemeinsam noch stärker als **kreative, lebendige Genusshauptstadt** sowie **als eine der spannendsten Kultur-Aktiv-Regionen innerhalb Deutschlands** zu positionieren. Konkret werden die Eckpunkte für die Ausgestaltung der Produktentwicklung und des strategischen Marketings verwendet. Durch weiteres **gemeinsames Handeln** und die **Bündelung von Wissen, Ressourcen und Engagement**, so wie es während des TWC 2026 gelebt wurde, kann der Tourismus in Stadt und Regionalverband Saarbrücken weiterhin wachsen und seine Wirkung für den Standort-, Wirtschafts- und Imagefaktor der Region noch besser entfalten.





TourismusWirtschaftsCamp 2026

ADFC Saar
 Agentur Erlebnisraum GmbH
 City-Marketing Saarbrücken GmbH
 Congress-Centrum Saar GmbH
 Café Thonet
 DEHOGA Saarland
 Delphin Tec Schiffstechnik GmbH
 East Side Fab e.V.
 echtgut markeninszenierung GmbH
 Ecopark Adventures SAS
 Silodom und Sektor Heimat e.V.

Erlebnisbergwerk Velsen e.V.
 Erlebnis-Wandern-Saarland
 Eurodistrict SaarMoselle
 Fahrradtechnik Schur
 Gemeinde Heusweiler
 Gemeinde Kleinblittersdorf
 GIU GmbH
 Hotel am Triller
 Hotel Madeleine
 htw saar
 IHK Saarland

Kulturforum Köllertal e.V.
 Landeshauptstadt Saarbrücken
 LEG Service GmbH
 MUKMAV Saarland
 MWIDE Saarland
 NABU Landesverband Saarland e. V.
 Oberbürgermeister der Landeshauptstadt Saarbrücken
 PopRat Saarland e.V.
 Premier Inn Saarbrücken
 PROJECT M
 Regionalverband Saarbrücken

Regionalverbandsdirektorin Saarbrücken
 Saarbrücker Zeitung Medienhaus GmbH
 SaarForst Landesbetrieb
 saaris GmbH
 Saarland Hurricanes e.V.
 Saarländische Radfahrer-Bund e.V.
 Saarländisches Staatstheater GmbH
 SaarLorLux-Reisen
 Saarwald Verein e.V. Stammgruppe Saarbrücken
 Seniorenbeirat Landeshauptstadt Saarbrücken
 SHS Strukturholding Saar GmbH

Sportcampus Saar
 Stadt Sulzbach/Saar
 Stadt Völklingen
 Stadtplanungsamt Saarbrücken
 Stiftung Saarländischer Kulturbesitz
 Tourismus Zentrale Saarland GmbH
 Utopion - Bexbacher Tourismus Hoch GmbH
 Verein f. Handel u. Gewerbe Saarbrücken e.V.
 Victor's Residenz-Hotel Saarbrücken
 Weltkulturerbe Völklinger Hütte



25. Februar 2026
09.15–12.00 Uhr
Victor's Residenz-Hotel
Saarbrücken

TourismusWirtschaftsCamp 2026

Fortschreibung der Tourismusstrategie Region und
Landeshauptstadt Saarbrücken 2030



Herzlich Willkommen zum TWC 2026

Dr. Carolin Lehberger | Regionalverbandsdirektorin
Regionalverband Saarbrücken



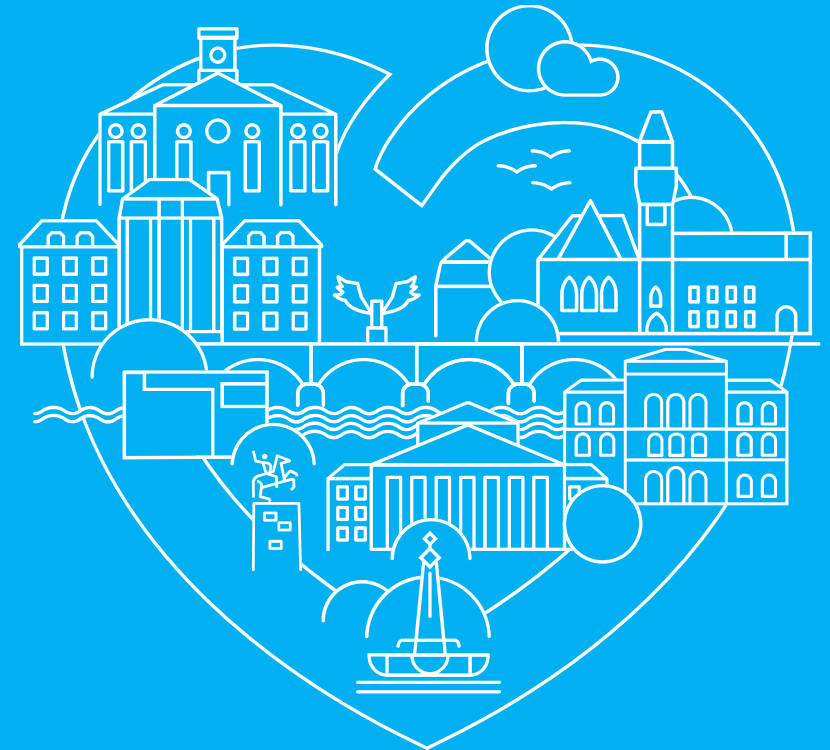
Herzlich Willkommen zum TWC 2026

Uwe Conradt | Oberbürgermeister
Landeshauptstadt Saarbrücken



Einführung & Agenda TWC 2026

Peter C. Kowalsky | PROJECT M GmbH



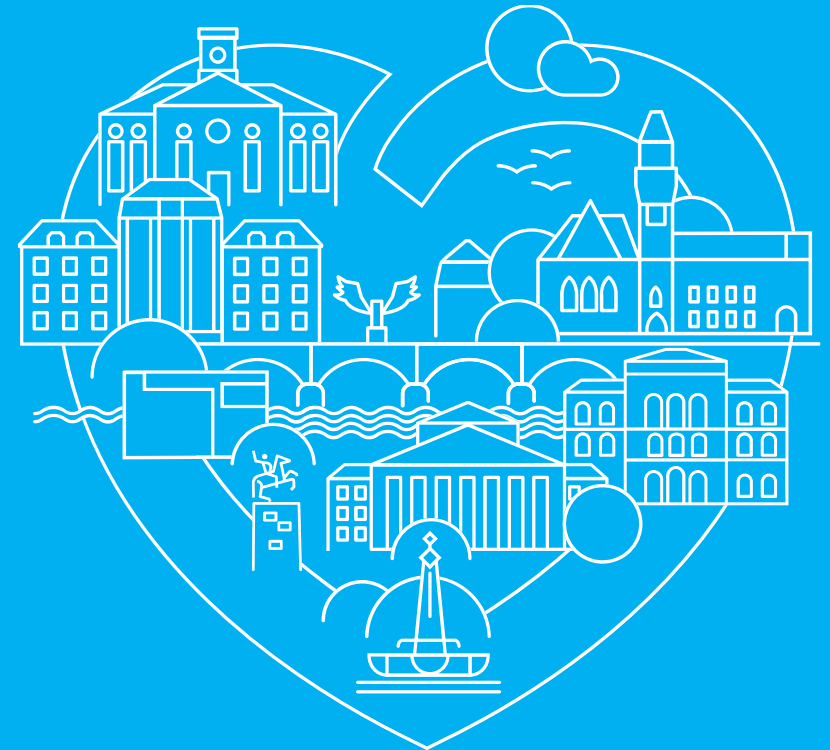
Agenda

1. **Meilensteine für die Zukunft** der Tourismus-Region Saarbrücken - Eröffnungsstatement
2. **Fortschreibung der Tourismusstrategie** Tourismus-Region Saarbrücken
3. **Gemeinsam mehr erreichen!** Workshop-Sessions zur Strategiefortschreibung
4. **Zusammenführung** der Workshop-Sessions
5. **Auf geht's** in die Umsetzungsplanung
6. **Netzwerken**

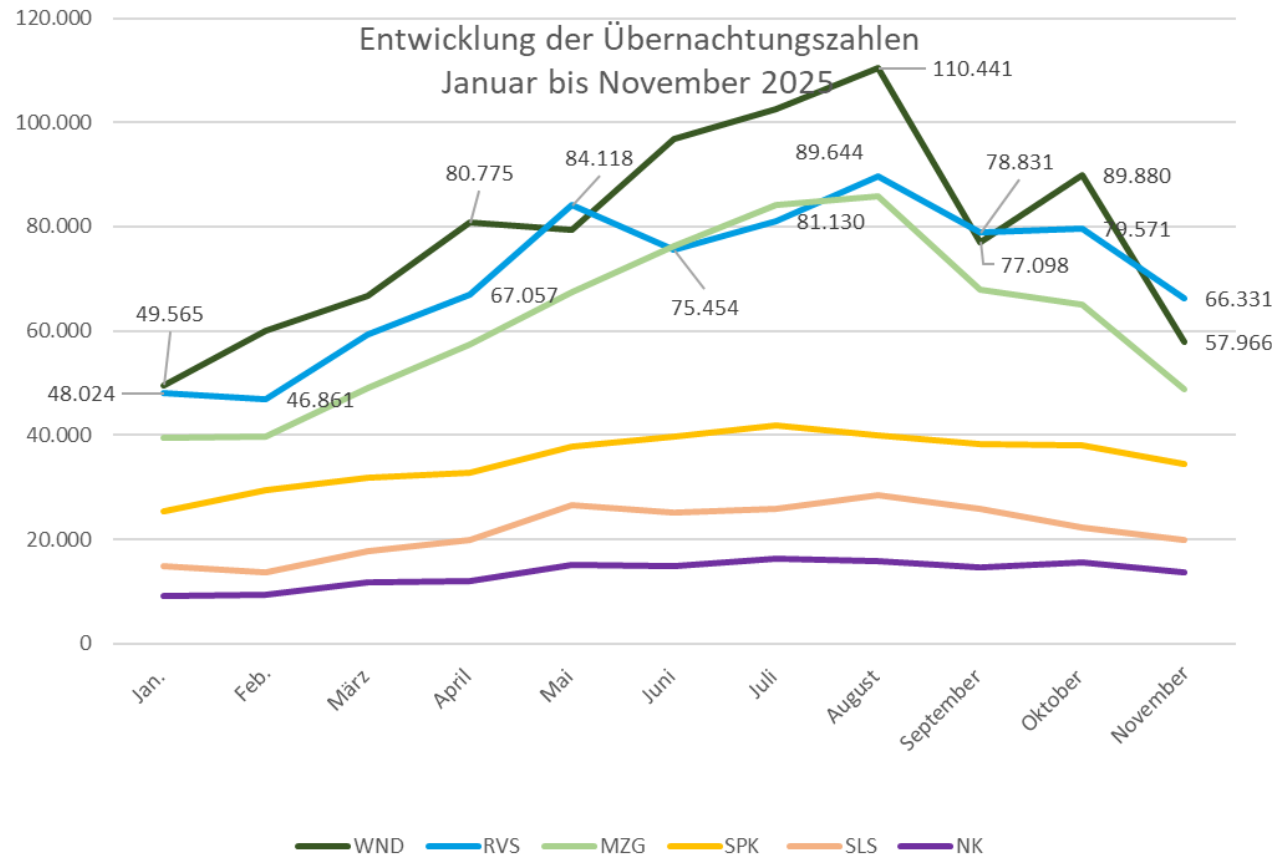


Meilensteine für die Zukunft der Tourismus-Region Saarbrücken – Eröffnungsstatement

Thomas Unold | Regionalverband Saarbrücken



Tourismusentwicklung 2025

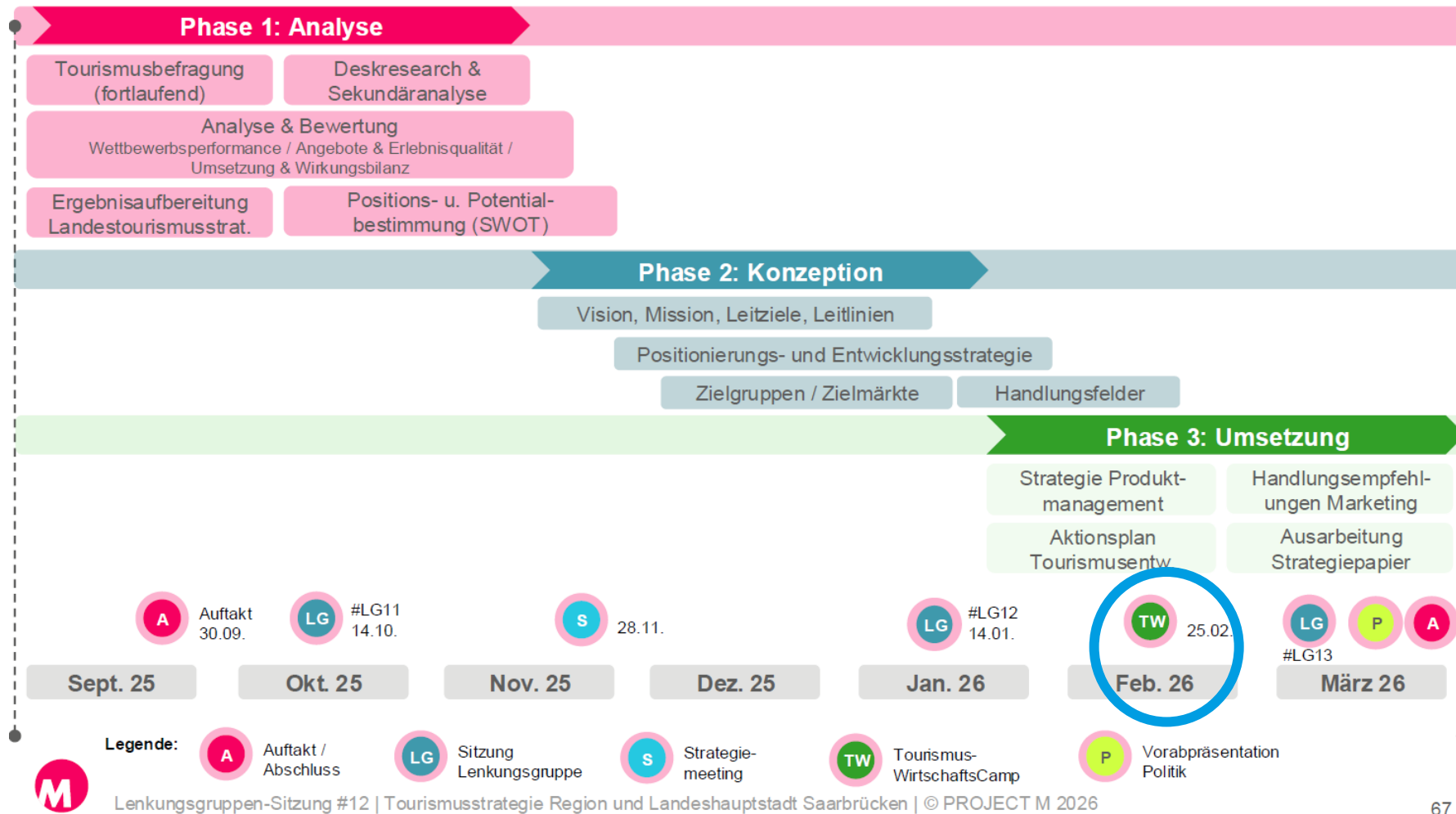


Übernachtungen Januar bis November 2025	absolut	Veränderungen 2024 2025 in Prozent
Saarland	3.125.547	4,3
WND	870.709	0,4
RVS	782.612	5,4
MZG	690.469	8,4
SPK	390.772	-2,40
SLS	242.963	12
NK	148.022	11,8

Darunter LHS:
700.329 | +7,7

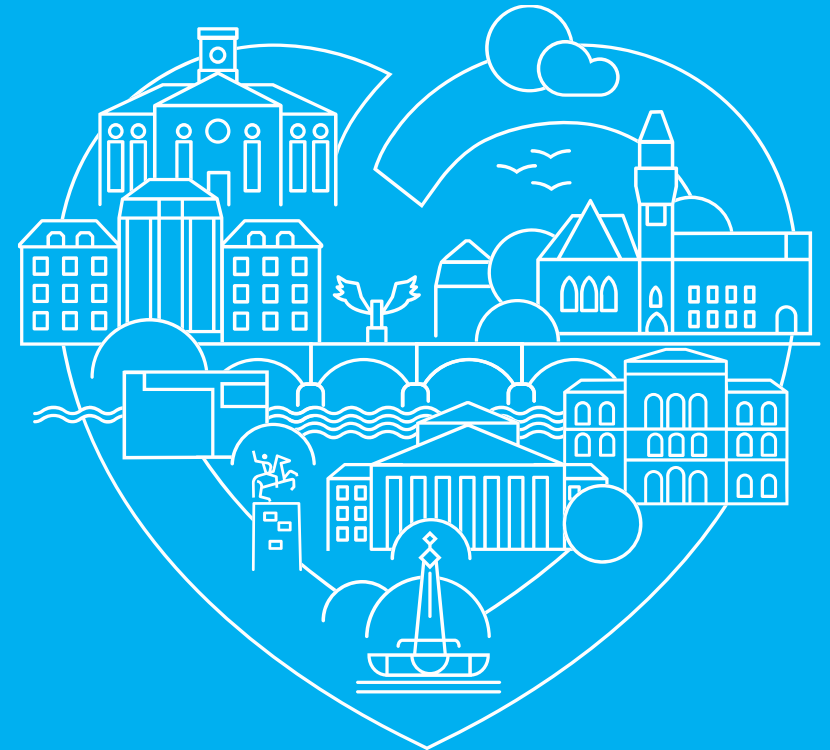
© Eigene Darstellung nach Statistisches Landesamt Saarland 2026

Prozess zur Fortschreibung Tourismusstrategie



Meilensteine für die Zukunft der Tourismus-Region Saarbrücken – Eröffnungsstatement

Sebastian Kurth | Landeshauptstadt Saarbrücken



Einführung Beherbergungssteuer in der LHS

- **Stadtratsbeschluss** vom 04. November 2025
- Einführung **Beherbergungssteuer in der Landeshauptstadt** zum 01. April 2026
 - Höhe **3,5 % des Übernachtungspreises**
 - **Halbjährliche Abführung** der Steuer
- **Steuerpflichtig:** alle Beherbergungsbetriebe (Hotel, Gasthof, Pension, Jugendherberge, Airbnb/Ferienwohnung, Motel, Campingplatz, Schiff etc.)
- **Tourismusfinanzierung:** weitere gezielte Investitionen & Professionalisierung; Einführung Beirat im Sinne der Transparenz (über City-Marketing)

 DEINE STADT.
TA VILLE.

Liebe Gäste,

ab dem **1. April 2026** wird im Gebiet der Landeshauptstadt Saarbrücken bei entgeltlichen Übernachtungen eine Beherbergungssteuer erhoben. Sie gilt insbesondere für Übernachtungen in Hotels, Motels, Jugendherbergen, Ferienwohnungen und Privatzimmern (z. B. Airbnb) sowie für weitere Übernachtungsangebote wie Campingplätze und Schiffe.

Die Beherbergungssteuer beträgt **3,5 % des Übernachtungspreises inkl. Mehrwertsteuer**. Dieser Betrag wird direkt von Ihrem Gastgeber erhoben und abgeführt. Zusatzleistungen wie Frühstück oder ähnliches sind aber nicht steuerpflichtig.



Weitere Informationen hierzu finden Sie unter www.saarbruecken.de/beherbergungssteuer

 SAARBRÜCKEN

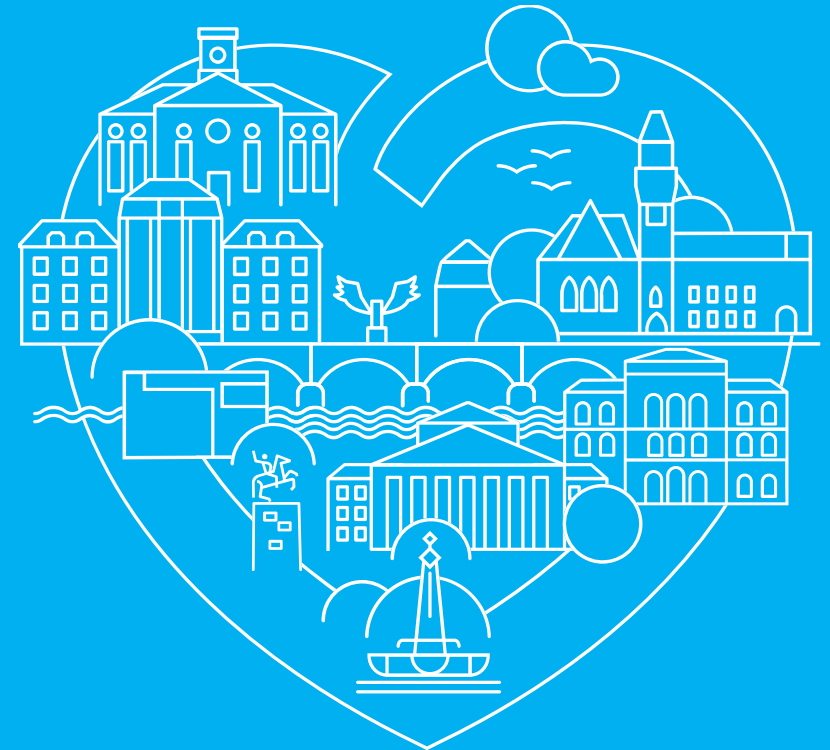
www.saarbruecken.de

Beteiligung am Convention Bureau Saarland (CBS)

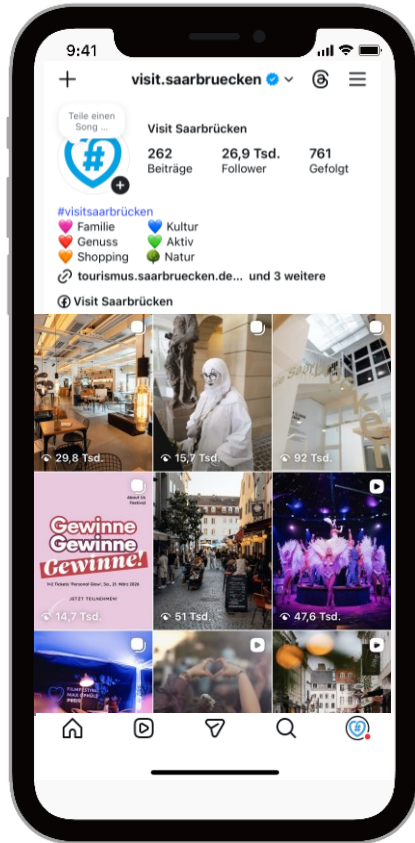
- **Federführung:** Tourismuszentrale des Saarlandes
- **Kooperationspartner:** Landeshauptstadt Saarbrücken und Regionalverband Saarbrücken
- **Stadtratsbeschluss vom 25. November 2025:** Mitwirkung der Landeshauptstadt
- Finanzielle Beteiligung der LHS ab 2026 geplant
(50.000 EUR / Jahr, befristet für vier Jahre – Ziel: langfristiger Einsatz)
- **Next Steps:**
 - ✓ Ausarbeitung der Kooperationsvereinbarung durch TZS
 - ✓ Präsentation der Vereinbarung in den jeweiligen Gremien bei LHS & RVS
 - ✓ Personalisierung, Inbetriebnahme und Kickoff mit Leistungsträgern

Meilensteine für die Zukunft der Tourismus-Region Saarbrücken – Eröffnungsstatement

Ralf Kirch | City-Marketing Saarbrücken GmbH &
Special Olympics Nationale Spiele Saarland 2026



Social Media | Instagram & Facebook



Stand: 23. Februar 2026

visit.saarbruecken ✓ 🌐 ☰

Dein heutiger Vi... **Visit Saarbrücken**

270 Beiträge **27 Tsd. Follower** 762 Gefolgt

Neue Follower 📈 **+18,23 %**
6.170 *Vergl. 31. Dez 24/25*

Visit Saarbrücken
#visitsaarbrücken

- ❤ Familie
- ❤ Genuss
- 🛍 Shopping
- 💙 Kultur
- 💚 Aktiv
- 🌿 Natur

🔗 visit.saarbruecken.de und 3 weitere

Reichweite:
2025: 1,97 Mio



f

Denke nach über ...

Visit Saarbrücken

22.746 Follower 84 gefolgt • 562 Beiträge

Entdecke das Herz des Saarlandes & nutze die Vielfalt der Region! #visitsaarbrücken 💙

Neue Follower 📈 **+12,2 %**
3.058 *Vergl. 31. Dez 24/25*

Reichweite:
2025: 10,36 Mio → **+119 %**

Aktueller Planungsstand I Tourist Information





SPECIAL OLYMPICS
NATIONALE SPIELE
SAARLAND 2026

Olympiafieber im Saarland

Was uns bei den Special Olympics
Nationale Spiele Saarland 2026
erwartet

25.02.2026 – TourismusWirtschaftsCamp





Die Special Olympics Nationalen
Spiele Saarland 2026.

Daten & Fakten

Allgemeine Informationen

Veranstalter: Special Olympics Deutschland e.V. (SOD)

Gastgeber: Land Saarland (MIBS), Landessportverband für das Saarland (LSVS), Special Olympics Saarland e.V. (SOSL)

15. - 20. Juni 2026

- 6 Veranstaltungstage
- insgesamt werden ca. 13.000 Personen aktiv an den Nationalen Spielen teilhaben, darunter 4.000 – 5.000 Athlet*innen und Unified Partner*innen
- 12 internationale Delegationen (inkl. Host-Town-Program)
- Bundesweite Medienallianz
- zu den Wettbewerben und Veranstaltungen werden bis zu 100.000 Besucher*innen erwartet



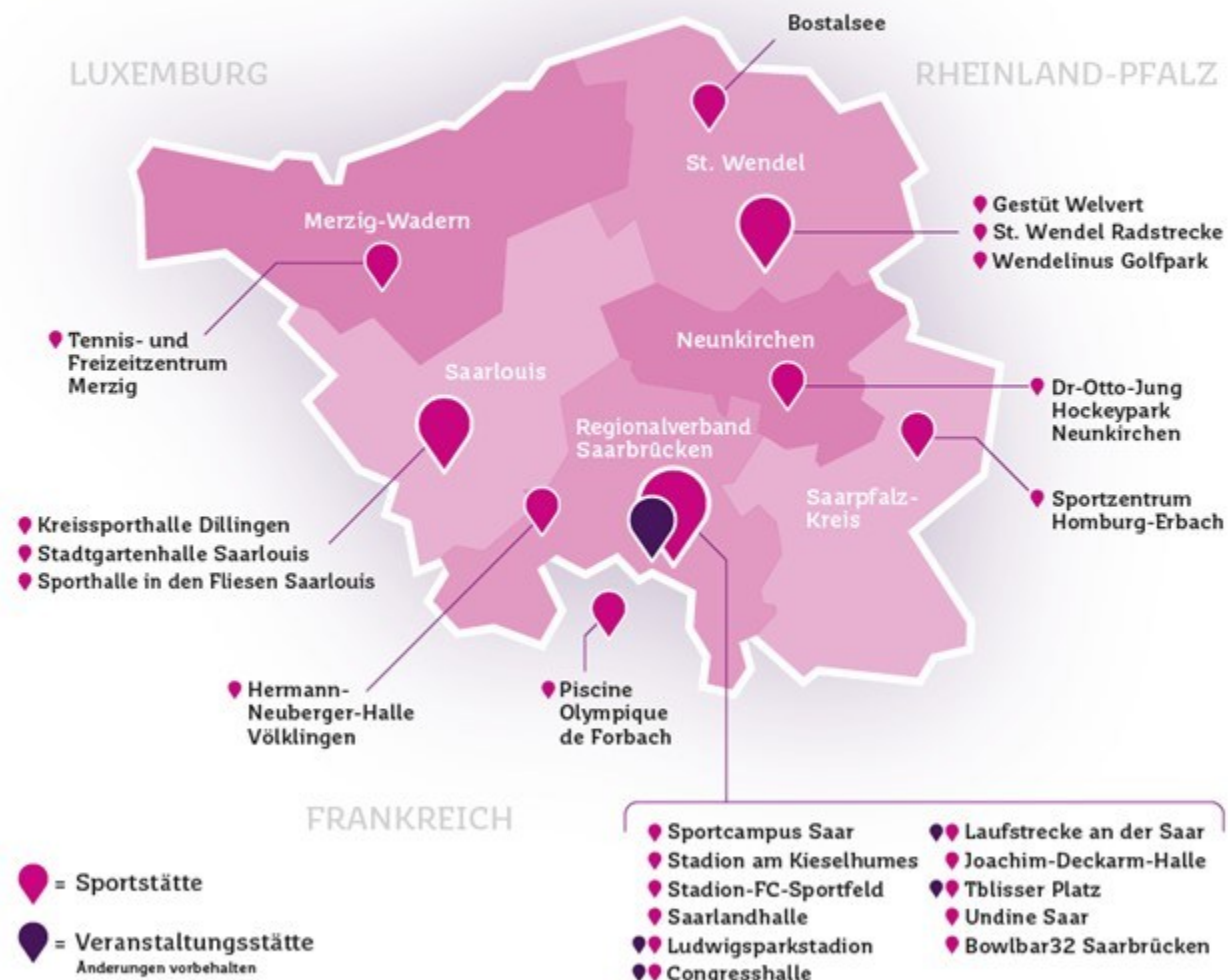
Sport- und Veranstaltungsstätten



SPECIAL OLYMPICS
NATIONALE SPIELE
SAARLAND 2026

Dezentrales, grenzüberschreitendes Konzept

- 27 Sportarten zzgl. dem wettbewerbsfreien Angebot (freier Eintritt)
- Eröffnungsfeier 15.06.2026 (20.15h) im Ludwigsparkstadion
- Vielfältiges und breites Rahmenprogramm (Special-Olympics-Festival, wissenschaftlicher Kongress, Athlet*innen-Disco, Schul- und Fanprojekte, Gesundheitsprogramm etc.)
- Fackelläufe in allen Landkreisen/Ausrichterkommunen und zzgl. in der Landeshauptstadt Saarbrücken
- 06.06.2026 Regionalverband Saarbrücken: Forbach, Kleinblittersdorf/Großblittersdorf, Saarbrücken
- Abschlussfeier 20.06.2026 (16.00h) auf dem Tbilisser Platz Saarbrücken
- Kostenlose ÖPNV-Nutzung (inkl. Sonderlinien)
- Kooperation TZS - Saarland-Card für alle ca. 13.000 Akkreditierten



Sportwettbewerbe in der Region Saarbrücken



SPECIAL OLYMPICS
NATIONALE SPIELE
SAARLAND 2026

SAARBRÜCKEN – Sportstätten

- Badminton (Saarlandhalle)
- Boccia (Joachim-Deckarm-Halle)
- Basketball 5x5 (Sportcampus Saar)
- Basketball 3x3 (Tbilisser Platz)
- Bowling (Bowlbar3)
- Fußball (FC-Sportfeld & Ludwigsparkstadion)
- Kanu (Undine/Saar)
- Kraftdreikampf (Congresshalle)
- Inklusives Laufen (Laufstrecke an der Saar)
- Leichtathletik (Stadion Kieselhumes)
- Rudern (Undine/Saar)
- Tischtennis (Sportcampus Saar)
- Wettbewerbsfreies Angebot (Sportcampus Saar)

VÖLKLINGEN – Sportstätten

- Roller Skating (Hermann-Neuberger-Halle)

FRANKREICH - Sportstätten

- Schwimmen (Piscine Olympique Forbach)

SAARBRÜCKEN - Veranstaltungstätten Congresshalle

- Gesundheitsprogramm Healthy Athletes
- Akkreditierung
- Haupt-Orga-Büro

Ludwigsparkstadion

- Eröffnungsfeier

Tbilisser Platz

- Special Olympics Festival
- Athlet*innen-Disko
- Abschlussfeier

Gastgeber-Kampagne

Dabeisein ist Saarland



SPECIAL OLYMPICS
NATIONALE SPIELE
SAARLAND 2026



**Dabeisein
ist St. Wendel!**

Dabeisein bedeutet: Dazugehören – von Anfang an, mit allem, was uns ausmacht. Hier gestalten wir Gemeinschaft, in der Vielfalt verbindet und niemand ausgeschlossen wird.

Wir sind dabei: Special Olympics Nationale Spiele 15. bis 20. Juni 2026

TEAM SAARLAND
Hilft. Wartet. Beirät.

Landkreis Sankt Wendel

Ministerium für
Innere, Kinder-
und Sport
SAARLAND

www.saarland2026.de



**Türen öffnen ist einfach.
Herzen auch.**

Inklusion beginnt mit der Offenheit, sich auf neue Perspektiven einzulassen. Wer diese Tür der Möglichkeiten öffnet, wird unvermeidlich durch eine authentische Herzlichkeit bereichert.

Sei dabei: Special Olympics Nationale Spiele 15. bis 20. Juni 2026

TEAM SAARLAND
Hilft. Wartet. Beirät.

**SPECIAL OLYMPICS
NATIONALE SPIELE
SAARLAND 2026**

Ministerium für
Innere, Kinder-
und Sport
SAARLAND

www.saarland2026.de

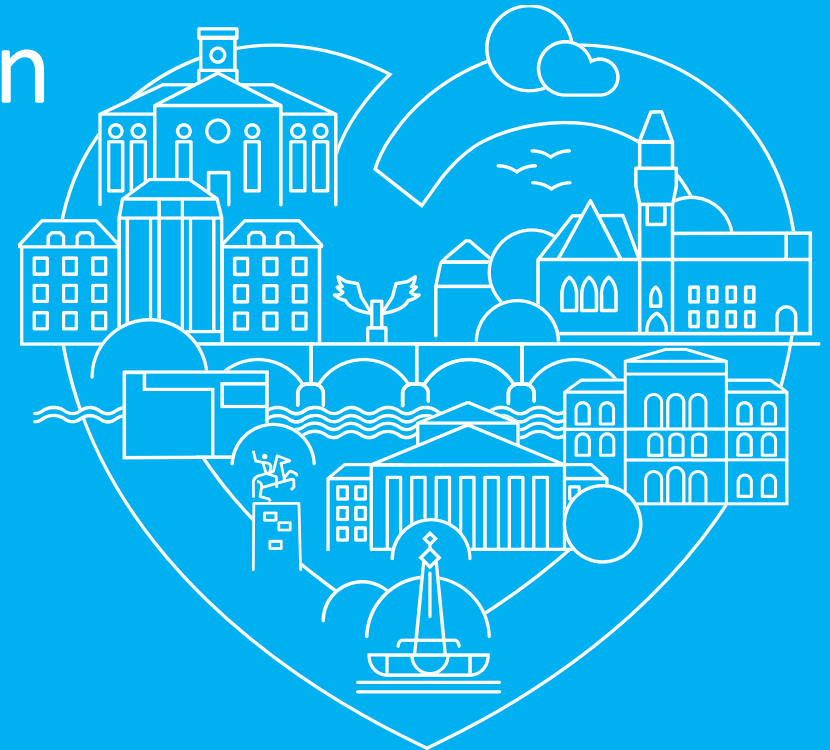
Kontakt Gastgeber-Kampagne (MIBS)

j.huebner@innen.saarland.de

Fortschreibung der Tourismusstrategie der Tourismus-Region Saarbrücken

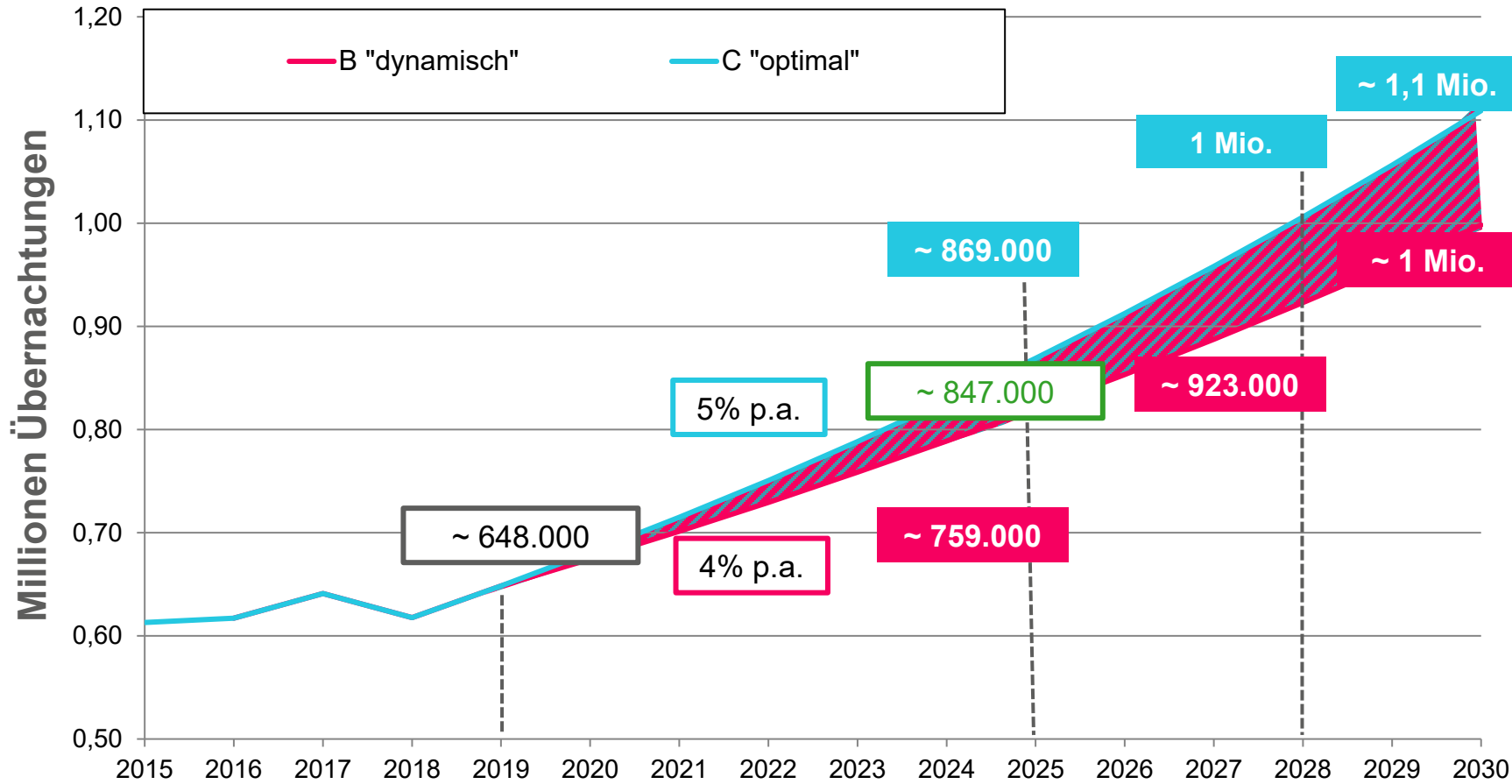
Peter C. Kowalsky | PROJECT M GmbH

Maik Zießnitz | PROJECT M GmbH



Mit stringenter Umsetzung der Tourismusstrategie, fokussierten Investitionen in Produkt, Marketing, Service und Erlebnis die Zielstellung der 1 Mio. ÜN bis 2030 erreichen!

Szenario für die Entwicklung der Übernachtungen in der Tourismusregion Saarbrücken (Landeshauptstadt & Regionalverband Saarbrücken)



**~ 760T – 870T
Übernachtungen in
2025 ✓**

- Vollständige Umsetzung der Strategie & Profilbildung
- Spürbare Qualitätssteigerung und neue, profilschärfende Angebote
- Spürbare Optimierung von Marktbearbeitung & Marketingkooperation
- Deutliche Ausweitung Marketing & -budgets
- Aufbau Convention Bureau
- Imagekampagnen für MICE & Leisure
- Ausbau MICE-Kapazitäten (Tagungs-/CongressCenter)
- Kapazitätserweiterungen i.d. Beherbergung

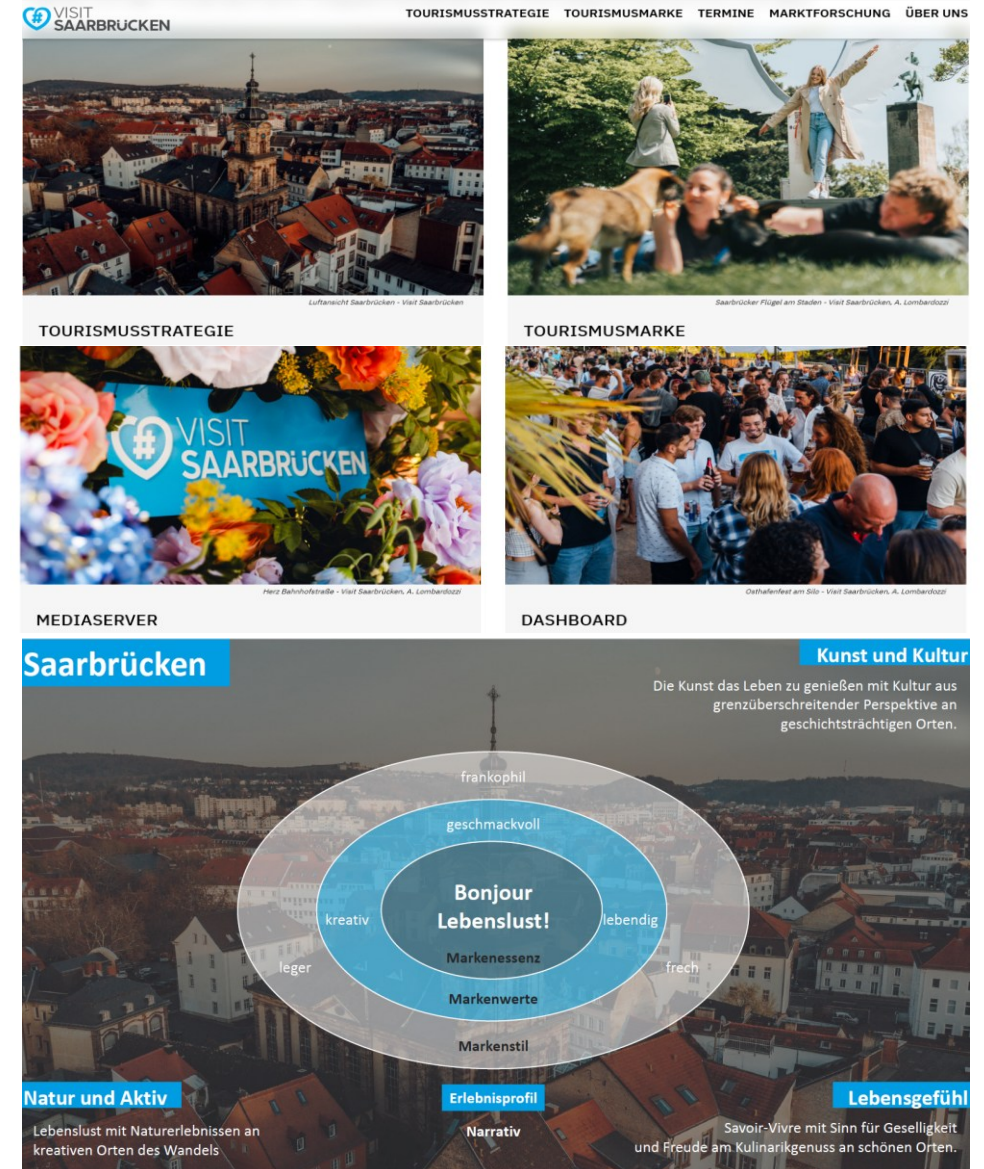
Aufbauen auf den Erfolgen der Tourismusstrategie 2025 (1/2)

Organisations- & Netzwerkentwicklung

- Aufbau einer virtuellen DMO-Struktur
- Verstetigung des touristischen Netzwerks
- Aufbau eines touristischen Monitoringsystems
- Aufbau einer Partner-Website
- Aufbau eines Convention Bureaus

Marken- & Profilentwicklung

- Entwicklung eines Markenleitbildes
- Strategische Aufbereitung zentraler touristischer Themen



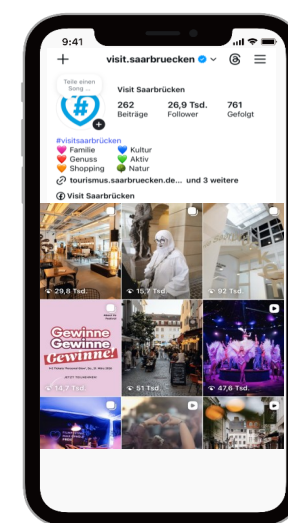
Aufbauen auf den Erfolgen der Tourismusstrategie 2025 (2/2)

Infrastruktur- & Angebotsentwicklung

- Neue Tourist Information
- Spatenstich MKK / Congress Centrum Saar
- Entwicklung neuer Hotellerie
- Inwertsetzung bestehender Betriebe
- Durchführung herausragender Leuchtturm-Events
- Weiterentwicklung wiederkehrender Eventformate

Marketing & Kampagnenfähigkeit

- Bündelung von Budgets für schlagkräftige Kampagnen
- Aufbau reichweitestarker Social-Kanäle
- Modernisierung Website, Broschüren und Bildwelten

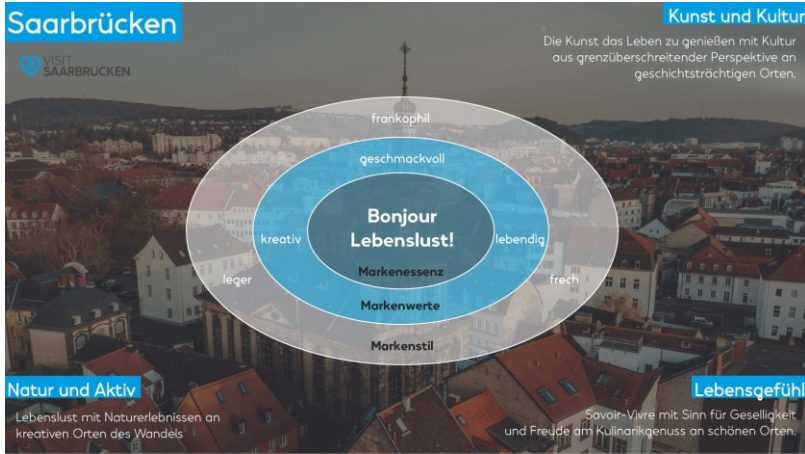


Interdisziplinäre Beratung und gemeinsame Gestaltung mit der Lenkungsgruppe

Name	Institution / Unternehmen	Name	Institution / Unternehmen
Arnold, Lothar	Seniorenbeirat Saarbrücken	Kurth, Sebastian	Landeshauptstadt Saarbrücken
Dr. Beil, Ralf	UNESCO Welterbe Völklinger Hütte	Pallu, Jocelyne	UNESCO Welterbe Völklinger Hütte
Blomann, Julian	PopRat Saarland	Pink, Christian	Hotel Madeleine
Blug Thomas	Landeshauptstadt Saarbrücken	Rossi, Michele	Landeshauptstadt Saarbrücken
Dimmig, Natascha	Landeshauptstadt Saarbrücken	Rüppel, Vivien	City-Marketing Saarbrücken
Dubois, Miriam	Tourismus Zentrale Saarland	Prof. Dr. Schröder, Achim	htw saar
Fischer, Doreen	Stadt Völklingen	Dr. Schryen, Rainer	Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie (MWIDE)
Fricker, Carmen	Landeshauptstadt Saarbrücken	Dr. Smid, Katerina	Stiftung Saarländischer Kulturbesitz
Gehl-Bumb, Björn	Hotel am Triller	Strobel, Jochen	Place2b GmbH
Genth, Michael	Saarbrücker Verein für Handel und Gewerbe	Unold, Thomas	Regionalverband Saarbrücken
Gogadze, Irakli	DEHOGA – Victor's Residenz Hotel	Vielmetter, Iska-Maria	Gemeinde Kleinblittersdorf
Grauvogel, Birgit	Tourismus Zentrale Saarland	Wappler, Leander	IHK Saarland
Haag, Nadia	Gemeinde Großrosseln	Weiß, Alexa	Regionalverband Saarbrücken
Jochum, Christina	Regionalverband Saarbrücken	Weller, Larissa	City-Marketing Saarbrücken
Kammer-Emden, Sylvia	Landeshauptstadt Saarbrücken	Kowalsky, Peter C.	PROJECT M
Kirch, Ralf	City-Marketing Saarbrücken	Svenja Kleine	PROJECT M
Köppen, Lukas	Regionalverband Saarbrücken	Zießnitz, Maik	PROJECT M
Kruszynski, Julia	Congress Centrum Saar		



Strategische Grundpfeiler TS Region und Landeshauptstadt Saarbrücken 2025.

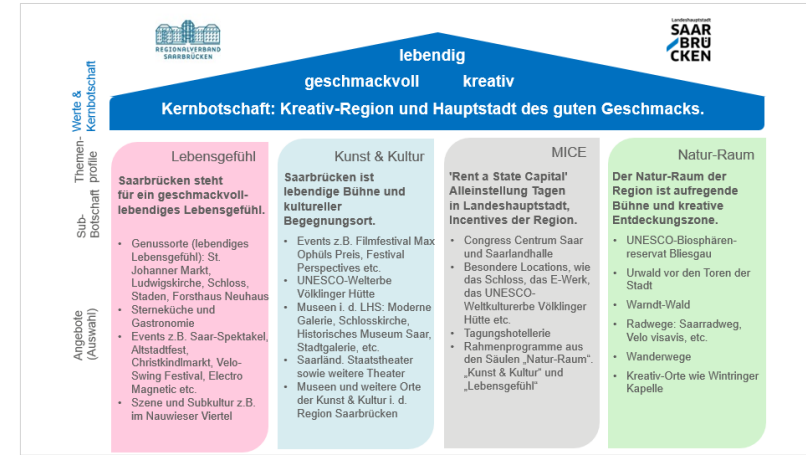


Kritische Reflektion von Zielbild / Vision mit einem Fokus auf die Positionierung der Region / regionaler Erlebnisse.



Gemeinsames Zielbild:

Saarbrücken ist die Genusshauptstadt, ... eingebettet in eine der schönsten Kreativ-Regionen Deutschlands!



	Strategische Leitziele 2025 (Basis 2018/2019 – Soll 2025)		
Wertschöpfung	Steigerung der statistisch erfassten Übernachtungszahlen Ist 24: 799T Soll: 710-820T (amtl. Statistik) ↗	Profilierung	
	Steigerung 1) Besucher in Top 10 Einrichtungen 2) Passantenfrequenz 1) 2019: 780 T, 2024: 1,2 Mio. (eig. Statistik) ↗ 2) Ø Monat Bfstr.: 19: 1,2 Mio. 24: 1,1 Mio.		Stärkung Image / Profilierung Image 24: 3,49/5; 25: 3,38/5 (Befragung) ↗ Themeneignung (24/25) Kulinarik: 4,31; 4,2/5 Kultur: 3,72; 3,71/5 Outdoor: 3,73; 3,78/5 (Befrag.)
	Steigerung „Veranstaltungs- und Teilnehmerzahlen“ (Top 4 Events) 2019: 69 T, 2024: 63 T (eig. Statistik) ↗		Profilierung als moderne „top“ und nachhaltige MICE-Destination Themeneignung (24,25): 3,13; 3,21/5 (Befrag.)
Qualität	Steigerung „Wertschöpfung pro Gast“ 2019: 120,-€, 2023: 128,-€ (Statistik Saarland) ↗	Prozesse	
	Steigerung Qualität & Zufriedenheit 19: 79,4 23: 80,6 (TS RVSS) 24: 83,9 Pkt. (PS RVSS) 19: 79,0 23: 78,7 (TS LHS) 24: 83,5 Pkt. (PS LHS) ↗		Steigerung Renommee Branche & Arbeitgeber Sozpl. Besch 2019: 2.800 2024: 2.900 (BA) ↗ Große Bedeutung Tourismus (24,25): 44%; 45% (Bef.)
	Steigerung der Service- / Erlebnisqualität für Gäste und Einheimische Service (24;25): 3,85; 3,68/5 (Befragung) ↗ Qualität (24;25): 3,45; 3,35/5 (Befragung) ↗		Optimierung von Zusammenarbeit und Aufgabenteilung im Netzwerk Zusammenarbeit 2019 2,55/5 (Befragung) ↗
	Innovationsmanagement / Innovationskultur Netzwerkveranstaltungen 2019: 4 2024: 6 ↗		



HF	Schlüsselprojekte	Stand
Prozesse	„Destination Management Organisation“ – Aufbau einer gemeinsamen, wettbewerbsfähigen Destination Management Organisation für die Stadt und Region	□□□□
	„Fachbeirat Tourismus“ (agiles Umsetzungsmanagement) – Fortführung der Projektgruppe als fachlichen Beirat für eine transparente und systematische Umsetzung der Tourismusstrategie und einen effektiven, schnellen Erfahrungsaustausch	□□□□
	„Trend-, Marktforschungs- und Monitoring Konzept“ – Aufbau und Etablierung einer systematischen Markt- und Trendforschung mit kontinuierlichen Benchmarks (national & international)	□□□□
Produkt	„Aufbau Produktmanagement“ – Aufbau spezifischer Kompetenzteams zur Koordination des systematischen Aufbaus der 4 Themenfelder (Kunst und Kultur, Natur-Raum, Lebensgefühl, MICE) zur Steuerung der Angebots- und Produktentwicklung	□□□□
	„Aufbau Convention Bureau“ – Aufbau einer Organisationseinheit zur Steuerung, Vermarktung und Vertrieb der MICE-Angebote und MICE Aktivitäten in der Landeshauptstadt und Region Saarbrücken	□□□□
Ausstattung	„Tourismamarke Saarbrücken“ – Ausarbeitung der Werte und Eigenschaften der Tourismamarke inkl. Leitfaden für Leistungsanbieter für die Übersetzung der Werte in Produkterlebnis und Marketing	□□□□
Wertigkeit	„Themenrouten & Erlebnisräume Kunst & Kultur“ – gezielte Steigerung der themenspezifischen Erlebbarkeit über die Entwicklung von Routen oder Gestaltung von Orten/Plätzen/Quartieren mit besonderer Angebotsdichte (z.B. Architektur, Stadt- & Genussquartiere, Industrie, Lost Places)	□□□□
	„Upgrade Tourist Infos“ – techn. / gestalterisches Upgrade der Tourist Informationen in Stadt & Region / einheitliche Gestaltung / Themenschwerpunkte / multimediale Inszenierung	□□□□
Vermarktung	„Qualitäts-Initiative Hotellerie“ – Ankauf Trust/ou-Einzelberichte, Sensibilisierungs- und Innovationsworkshops (mit DEHOGA)	□□□□
	„Kommunikationsstrategie & Content-Konzept Saarbrücken“ – individuelle Zielgruppenansprache & Kundenbindung	□□□□
	„Budget-Bündelung / Vermarktungspools“ – Zusammenlegung vieler kleiner Budgets zu themenspezifischen Vermarktungspools um mehr Sichtbarkeit und Marktdurchdringungskraft zu erlangen	□□□□

Überprüfung der strategischen Ausrichtung und operativen Schwerpunkte unter Einbindung verschiedener Nutzergruppen, der Leistungsträger und der Landesstrategie.

Tourismusstrategie Saarland 2035

Ergebnisse der Online-Befragung der touristischen Leistungsträger:innen, Tourismusorganisationen und Tourismuspartner:innen im Saarland

Februar 2025

Akteurs-Befragung TS Saarland
Feb 25, n RVS = 26, n LHS = 36

Tourismusstrategie Saarland

2035

Tourismusstrategie Saarland 2035

Städtereisenstudie 2024

Insights für den Städtetourismus und ein effektiveres Destinationsmanagement & -marketing

Individualauswertung für die Stadt Saarbrücken

Städtereisenstudie | City Travel Study

Projektträger
ETI EUROPÄISCHES TOURISMUS INSTITUT
PROJECT M
STELMO'S TOURISM

Projektpartner
DTV Deutscher Tourismverband

Städtereisenstudie
Okt. 23 / Feb 24, n DACH-Reisende = 6.000, LHS-Besuchende n = 75

Tourismusstrategie Region & Landeshauptstadt Saarbrücken

Wirkungsbilanz und Fortschreibungserfordernisse
Strategiemeeting

- Protokoll -

28. November 2025
Schloss Saarbrücken

Strategiemeeting Dezember 2025
Regionalverband, Landeshauptstadt, City-Marketing

Besser geht's

nicht
doch
immer

Tourismus-Befragung Region Saarbrücken
4.-9. 24 n rd. 1.400, Okt. 24-25 rd. 780

Tourismusstrategie Region & Landeshauptstadt Saarbrücken

Ergebnisse der Online-Leistungsträger Befragung

PROJECT M GmbH

Januar 2026

Leistungsträger-Befr. Region Saarbrücken
Dez 25 / Jan 26, n = 97

Das Zielbild der Strategie wird als passend bewertet! Die Positionierung der Landeshauptstadt als richtig, die „Kreativ-Region“ benötigt eine Nachschärfung.

Bewertung: Zielstellung der TS 2025 – Erläuterungen

„Kreativ-Region und Hauptstadt des guten Geschmacks“

Gew.
Mittelwert



3,37

■ 1 - gar nicht passend ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 - sehr passend ■ keine Angabe

„Mit fehlt der Hinweis auf die Möglichkeit zum Naturerlebnis in der Gebietskulisse“

„Genuss finde ich super, Kreativ-Region ist für mich ohne Aussage“

„Sehe den USP "Kreativregion" nicht in Saarbrücken“

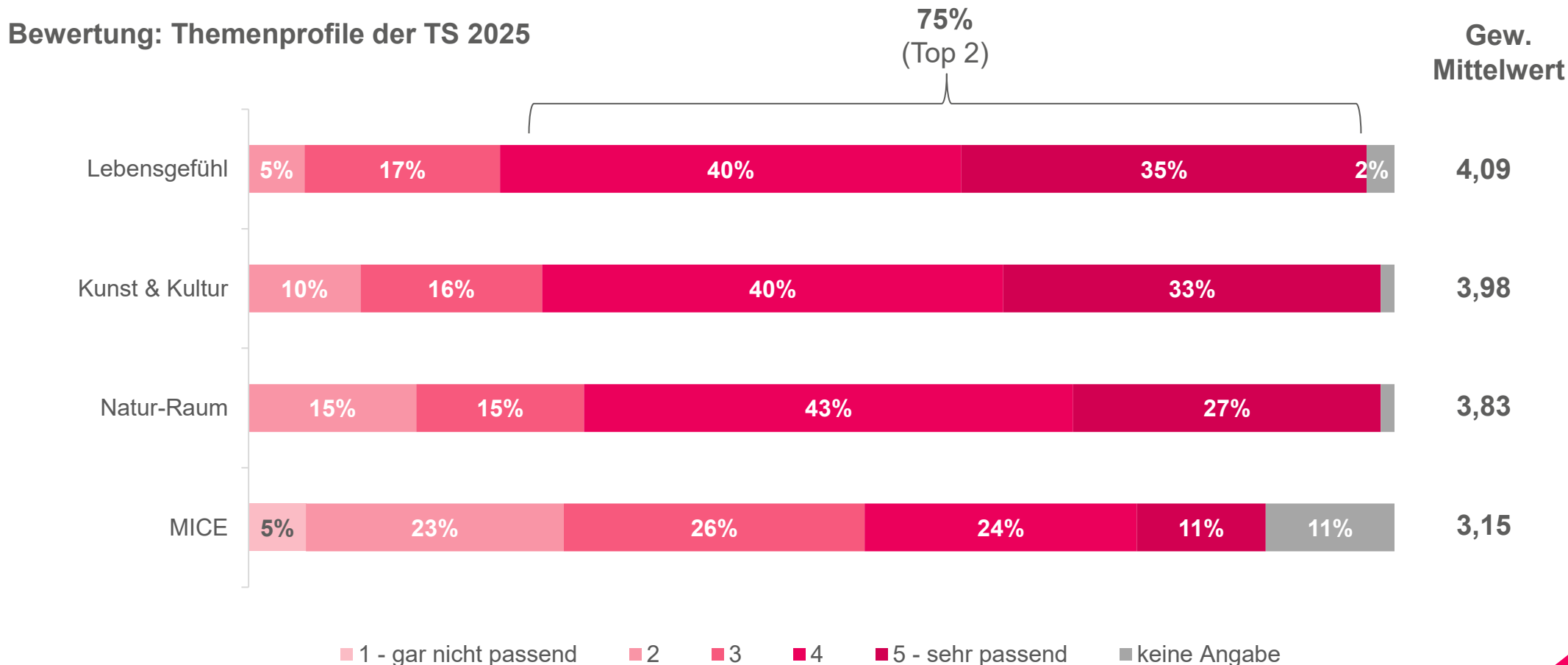
„Kreativ-Region finde ich unpassend“

Frage: Warum ist die Zielstellung für die Region und Landeshauptstadt nicht passend?

Basis: alle Befragten mit der Bewertung „1 – gar nicht passend“ oder „2“ der vorangegangenen Frage, Angaben gemacht (n=33), Abbildung ausgewählter Antworten



Die Profilt Themen werden mit mehr als 75% deutlich bestätigt. Die MICE-Positionierung wird als grundsätzlich richtig bewertet, braucht aber die neuen Impulse.



Frage: In der Tourismusstrategie 2025 werden die folgenden Themenprofile für Region und Landeshauptstadt beschrieben, welche die zentralen Erlebnisse des Reisenden beschreiben sollen. Wie passend empfinden Sie diese Themenprofile im Rahmen der Fortschreibung der Tourismusstrategie für die Region und Landeshauptstadt? Bitte bewerten Sie die Themenprofile auf einer Skala von 1 (gar nicht passend) bis 5 (sehr passend) bzw. k.A. (keine Angabe).

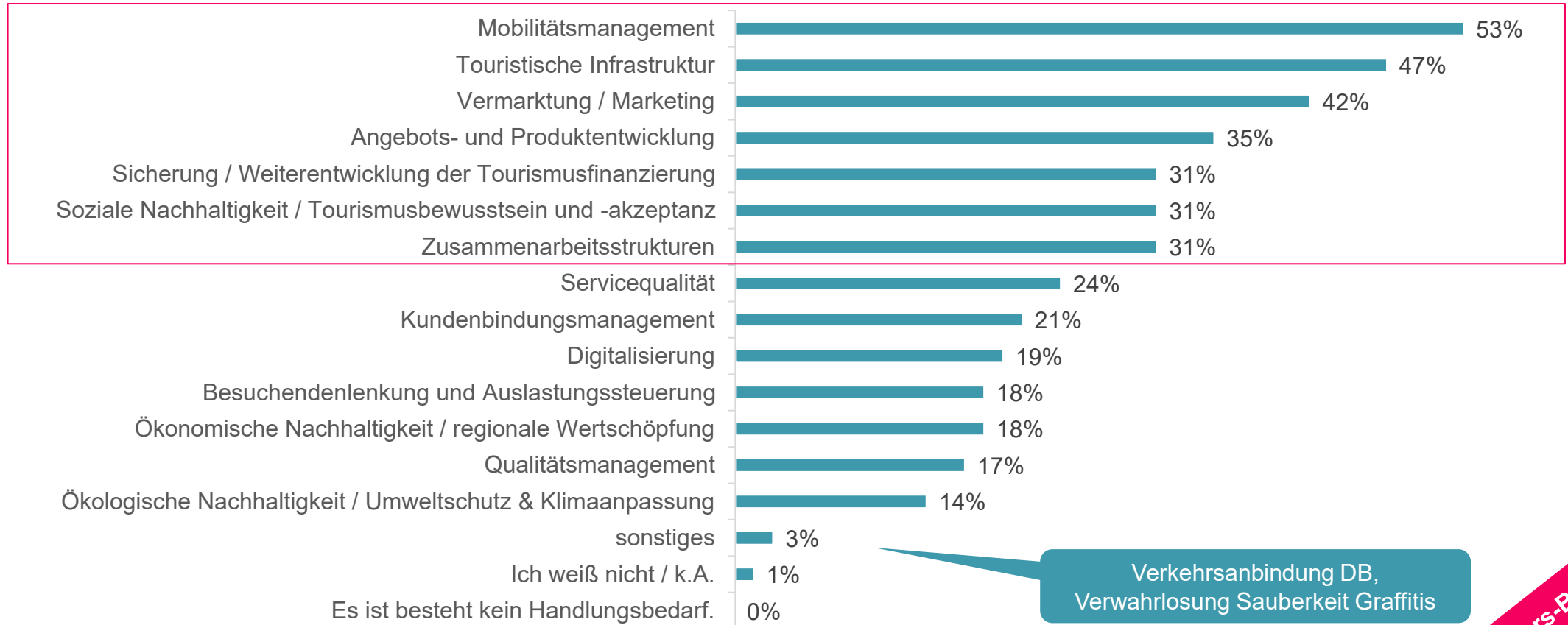
Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=80-82)



Ergebnisse der Akteurs-Befragung
TS Region Saarbrücken
(Dez. 25 / Jan. 26)

Zentrale Handlungsbedarfe bestehen lt. den Befragten aktuell besonders in der Tour. „Hardware“, bei Vermarktung (Image / Binnenimage), Angebot/Produkt u. Governance.

Zukünftige Handlungsbedarfe



Frage: In welchen Bereichen besteht der größte Handlungsbedarf zur weiteren Entwicklung des Tourismus in der Region und Landeshauptstadt Saarbrücken?
Bitte wählen Sie bis zu fünf Aspekte aus, die aus Ihrer Sicht den größten Handlungsbedarf aufweisen.
Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=72), Mehrfachnennungen möglich.



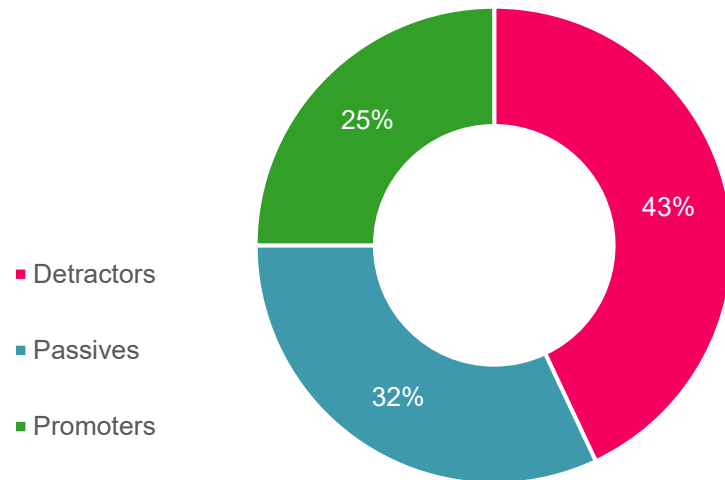
Mitnahme und Aktivierung der Bevölkerung für das Empfehlungsmarketing ausbauen!

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die Region Saarbrücken Ihren Freunden und Bekannten als Reiseziel empfehlen?

Weiterempfehlungsrate (Net Promoter Score) Bevölkerung

-18

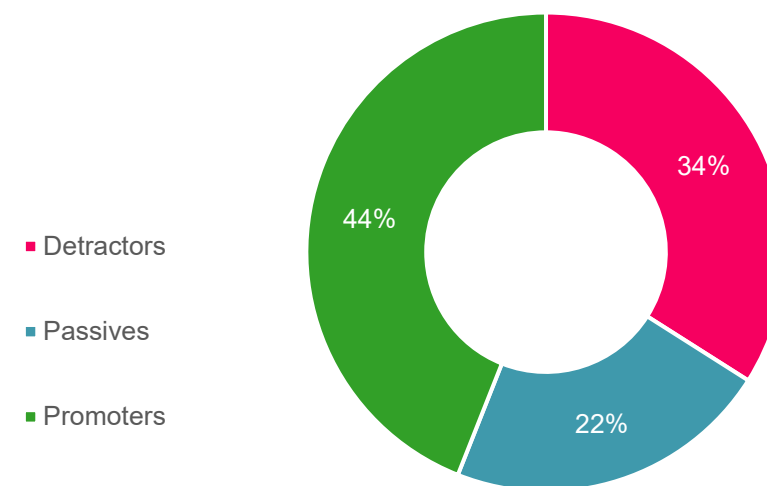
In der ersten Auswertung in 2024 lag der NPS der Bevölkerung bei -16.



Weiterempfehlungsrate (Net Promoter Score) Gäste

+10

In der ersten Auswertung in 2024 lag der NPS der Gäste bei +9.



Frage: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die Region Saarbrücken Ihren Freunden und Bekannten als Städterreiseziel empfehlen?

Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (Bewohner n=474 / Gäste n=268)

Tourismusstrategie für die Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Ergebnisse der Online-Leistungsträger Befragung | © PROJECT M 2024

Ergebnisse der
Tourismusbefragung
(Okt. 25)

Grundlagenarbeit im Aufbau einer Tourismusdestination erfüllt, nächste Stufe ist die Professionalisierung eines kooperativen Tourismusmanagements.

STÄRKEN NUTZEN, UM CHANCEN ZU REALISIEREN



- Frankophilie, UNESCO, grenzenloser Genuss
- Natur-Aktivangebote trifft Industrie-Kulturlandschaft
- MICE-Impuls (MKK) als Differenzierungsimpuls
- Digitalkompetenz in Destinationsvermarktung
- Tourismus als Motor der Standortentwicklung
- Nachhaltiger Tourismus als Qualitätsmerkmal

SCHWÄCHEN ABBAUEN DURCH NUTZUNG VON CHANCEN



- Erlebnisinszenierung professionalisieren (Erlebnisraumperspektive & Digitalität)
- Preiswettbewerb durch Qualitäts- & Wertschöpfungsstrategie mindern
- Digitale Infrastruktur & Buchbarkeit ausbauen
- KI-Kompetenz & KI-Nutzen ausbauen

STÄRKEN EINSETZEN, UM RISIKEN ZU MINIMIEREN



- Image & Profil über mutige Profilierung (Marke)
- Professionalisierung Netzwerk & Governance
- Saarland-Systemarchitektur nutzen
- Differenzierung gegen Wettbewerbsdruck
- Marke und Standortperspektive Tourismus als Mittel gegen Fachkräftemangel (Lebensgefühl / -qualität)
- strategischer Ressourceneinsatz & Budgetbündelung
- Klimafolgenmanagement ausbauen

SCHWÄCHEN REDUZIEREN & RISIKEN GLEICHZEITIG ABSICHERN



- Digitalisierung (Technik, Standards, Prozesse, Systeme, Kompetenz) in der Fläche vorantreiben
- Aufmerksamkeitswettbewerb proaktiv mit Fokus und nicht mit Vielfalt begegnen
- Bevölkerung als Botschafter gewinnen
- Innenstadt / Ortskerne und Zentren-Entwicklung stärker touristisch ausrichten und proaktiv aufwerten, um Umsätze aus dem Tourismus zu generieren

Fortschreibung der Strategie über die Fortführung der wesentlichen Leitplanken sowie Kalibrierung der Vision, aufsetzen einer Mission und Erweiterung der Zielperspektiven.

Zielbild / Vision

lebendig
geschmackvoll kreativ
Bonjour Lebenslust

Werte & Kernbotschaft

REGIONALVERBAND SAARBRÜCKEN

SAARBRÜCKEN

*Bonjour Lebenslust
einmaliges deutsch-französisches Lebensgefühl*

Saarbrücken ist die kreative, lebendige Genusshauptstadt, *saarländischer Genusskultur und herzlicher Gastlichkeit*
unverwechselbarer Lebens- und Kulturraum

...eingebettet in eine der spannendsten Kultur-Aktiv-Regionen Deutschlands!

grenzenlose Erlebnisse bedeutende Naturlandschaften
Faszination der Industriekultur

VISIT SAARBRÜCKEN

TourismusWirtschaftsCamp | Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | © PROJECT M 2026

51

Mission-Statement

lebendig
geschmackvoll kreativ
„Erlebe die kreative, lebendige Genusshauptstadt und eine der spannendsten Kultur-Aktiv-Regionen Deutschlands!“

Werte & Kernbotschaft

REGIONALVERBAND SAARBRÜCKEN

SAARBRÜCKEN

Wir gestalten Erfolg gemeinsam und steigern mit einem starken Tourismus unsere Standort-, Lebens- und Erlebnisqualität

- Wir steuern gemeinsam und setzen verbindlich um.
- Wir realisieren gezielte Impulse und investieren abgestimmt in geschmackvolle, kreative und lebendige Angebote.
- Wir schaffen nachhaltige Wertschöpfung, ökologisch bewusst, systematisch vernetzt und mit sozialen Mehrwerten für unsere Stadt und Region.

VISIT SAARBRÜCKEN

TourismusWirtschaftsCamp | Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | © PROJECT M 2026

52

Positionierungsstrategie

lebendig
geschmackvoll kreativ
„Erlebe die kreative, lebendige Genusshauptstadt und eine der spannendsten Kultur-Aktiv-Regionen Deutschlands!“

Werte & Kernbotschaft

REGIONALVERBAND SAARBRÜCKEN

SAARBRÜCKEN

<p>Lebensgefühl</p> <p><i>Erlebe Savoir-vivre, Geselligkeit und Freude am kulinarischen Genuss an schönen Orten.</i></p>	<p>Kunst & Kultur</p> <p><i>Tauche ein in einmalige kulturelle Erlebnis- und Begegnungsorte mit faszinierender europäischer Perspektive.</i></p>	<p>MICE</p> <p><i>Genieße Tagungsflair der Eurometropole und aufregende Incentives der Kultur-Aktiv-Region.</i></p>	<p>Natur & Aktiv</p> <p><i>Entdecke einen spannenden Natur-Raum und aufregende Kulturlandschaft entlang von Orten im Wandel.</i></p>
---	---	--	---

Themen-
profile

Sub-
Botschaft

VISIT SAARBRÜCKEN

TourismusWirtschaftsCamp | Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | © PROJECT M 2026

53

Zieldimensionen und Leitziele der Tourismusstrategie

Leitziele der Tourismusstrategie Region Saarbrücken 2030

Optimierung der Effektivität

Steigerung der Markenbekanntheit

Ungestützte Bekanntheit Leisure / MICE

Trust Score

Übernachtungen

Bewertungen der Angebote (Bevölkerung & Gäste)

Ausbau der qualitativen Wirkungseffekte

Schärfung der Profilierung

Bettenauslastung

Tourismusakzeptanz

Stärkung der Nachhaltigkeit

Erhöhung der Wertschöpfung

RevPAR Hotellerie

Nachhaltig zertifizierte Betr. (TourCert)

Besucher Top 10 Einrichtungen

Besucher Top 4 Events

VISIT SAARBRÜCKEN

TourismusWirtschaftsCamp | Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | © PROJECT M 2026

55



Zielbild / Vision



Werte
Kernbotschaft



Bonjour Lebenslust

einmaliges deutsch-französisches Lebensgefühl

*Saarbrücken ist die kreative, lebendige
Genusshauptstadt,*

*saarländischer Genusskultur und herzlicher Gastlichkeit
unverwechselbarer Lebens- und Kulturraum*

*...eingebettet in eine der spannendsten
Kultur-Aktiv-Regionen Deutschlands!*

grenzenlose Erlebnisse *bedeutende Naturlandschaften*

Faszination der Industriekultur



Mission-Statement



Werte &
Kernbotschaft

lebendig

geschmackvoll

kreativ

*„Erlebe die kreative, lebendige Genusshauptstadt
und eine der spannendsten Kultur-Aktiv-Regionen Deutschlands!“*

**Wir gestalten Erfolg gemeinsam
und steigern mit einem starken Tourismus
unsere Standort-, Lebens- und Erlebnisqualität**

- Wir steuern gemeinsam und setzen verbindlich um.
- Wir realisieren gezielte Impulse und investieren abgestimmt in geschmackvolle, kreative und lebendige Angebote.
- Wir schaffen nachhaltige Wertschöpfung, ökologisch bewusst, systematisch vernetzt und mit sozialen Mehrwerten für unsere Stadt und Region.



Positionierungsstrategie



Werte &
Kernbotschaft

lebendig

geschmackvoll

kreativ

*„Erlebe die kreative, lebendige Genusshauptstadt
und eine der spannendsten Kultur-Aktiv-Regionen Deutschlands!“*

Themen-
profile

Lebensgefühl

*Erlebe Savoir-vivre,
Geselligkeit und Freude
am kulinarischen Genuss
an schönen Orten.*

Kunst & Kultur

*Tauche ein in einmalige
kulturelle Erlebnis- und
Begegnungsorte mit
faszinierender
europäischer Perspektive.*

MICE

*Genieße Tagungsflair der
Eurometropole und
aufregende Incentives
der Kultur-Aktiv-Region.*

Natur & Aktiv

*Entdecke einen spannenden
Natur-Raum und aufregende
Kulturlandschaft entlang von
Orten im Wandel.*

Sub-
Botschaft

Werte & Kernbotschaft

Themen-
profile

Sub-
Botschaft

Angebote
(Auswahl)

Angebote
(Entwicklung)

lebendig
geschmackvoll **kreativ**

*„Erlebe die kreative, lebendige Genusshauptstadt
und eine der spannendsten Kultur-Aktiv-Regionen Deutschlands!“*

Lebensgefühl

*Erlebe Savoir-vivre,
Geselligkeit und Freude
am kulinarischen Genuss
an schönen Orten.*

- **Genussorte** mit Flair & Lebensgefühl: Staden, St. Johanner Markt, **Osthafen**, Schloss, Ludwigskirche, Forsthaus Neuhaus, **Innenstadtquartiere**
- **Genuss am Fluss**
- **Sterneküche & D/F saarländische Kulinarik**
- **Lifestyle & Szenekultur** z.B. Nauwieser Viertel und Quartier Mainzer Straße
- **Events** & Stadtbühnen z. B. Saar-Spektakel, Altstadtfest, Christkindlmarkt, Ferra Festival...

Kunst & Kultur

*Tauche ein in einmalige
kulturelle Erlebnis- und
Begegnungsorte mit
faszinierender europäischer
Perspektive.*

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

MICE

*Genieße Tagungsflair der
Eurometropole und
aufregende Incentives
der Kultur-Aktiv-Region.*

- **Congress** Centrum Saar **Ensemble** mit **MKK**, Congress Zentrum und Saarlandhalle
- **Besondere Locations**, wie das Schloss, das E-Werk, das UNESCO-Weltkulturerbe Völklinger Hütte etc.
- **Tagungshotellerie** in der Stadt und Region
- **Rahmenprogramme** aus den Säulen „Natur-Raum“. „Kunst & Kultur“ und „Lebensgefühl“

Natur & Aktiv

*Entdecke einen spannenden
Natur-Raum und eine auf-
regende Kulturlandschaft
entlang von Orten i. Wandel.*

- UNESCO-Biosphären-reservat Bliesgau
- Urwald vor den Toren der Stadt
- Warndt-Wald
- **Aktiv auf / am Fluss**
- Radwege: Saarradweg, Velo visavis, etc.
- **Mountainbike-Trails**
- Wanderwege
- Kreativ-Orte wie Wintringer Kapelle

Zieldimensionen und Leitziele der Tourismusstrategie



Perspektiven zur Fortschreibung

Irakli Gogadze | Victor's Residenz / DEHOGA Saarland

Michael Hoppstädter | Congress-Centrum Saar

Julian Blomann | PopRat Saarland

Michael Genth | Verein für Handel und Gewerbe



Workshop-Sessions zur Fortschreibung: Gemeinsam mehr erreichen



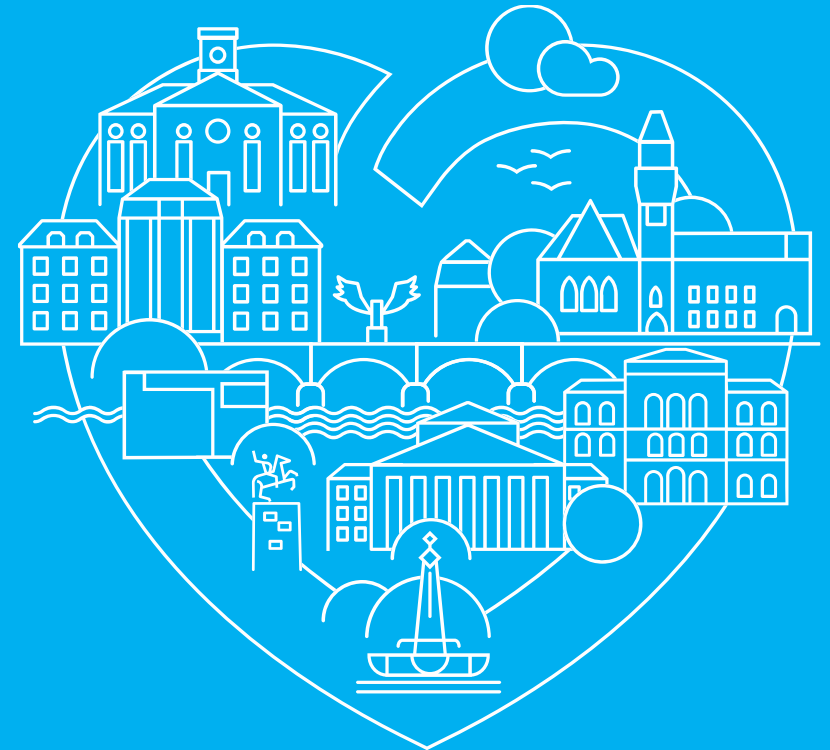
Workshop-Sessions zur Fortschreibung:

Kunst & Kultur ●

Lebensgefühl ●

Natur & Aktiv ●

MICE ●



Workshops I Fragestellungen

1. PRODUKT

- Wie lassen wir Einzelangebote zu einem Gesamterlebnis werden?
- Welche Identitäten definieren die einzelnen Erlebnisbereiche?



2. VERMARKTUNG

- Welche spannenden Geschichten können wir über die Erlebnisbereiche erzählen?

3. ZUSAMMENARBEIT

- Wie soll der kooperative Prozess zu Produktentwicklung und Vermarktung gestaltet werden?
- Was benötigen Sie, um sich an kooperativen Projekten zu beteiligen?

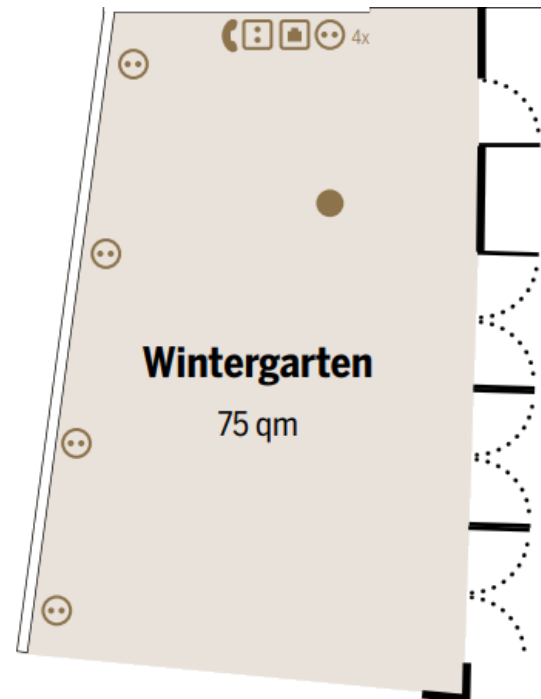
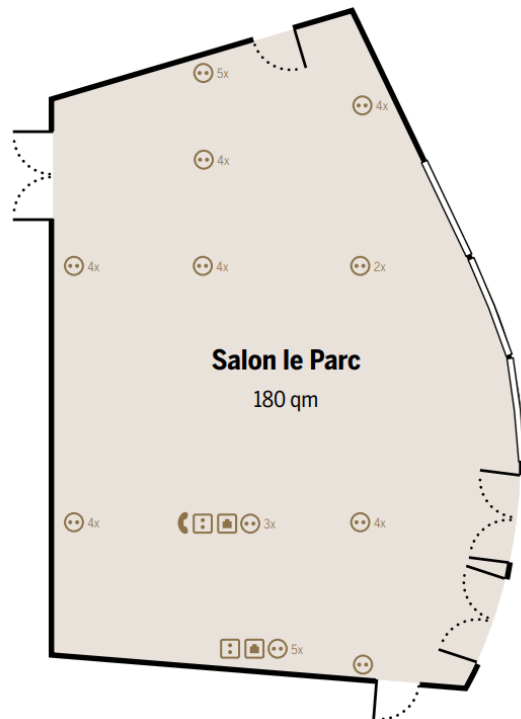
Workshops | Räume und Ablauf

Kunst und Kultur ●

Lebensgefühl ●

Natur und Aktiv ●

MICE ●



Erste Farbe auf Namensschild = Erste Session

Zweite Farbe auf Namensschild = Zweite Session

Wechsel nach ca. 25 Minuten

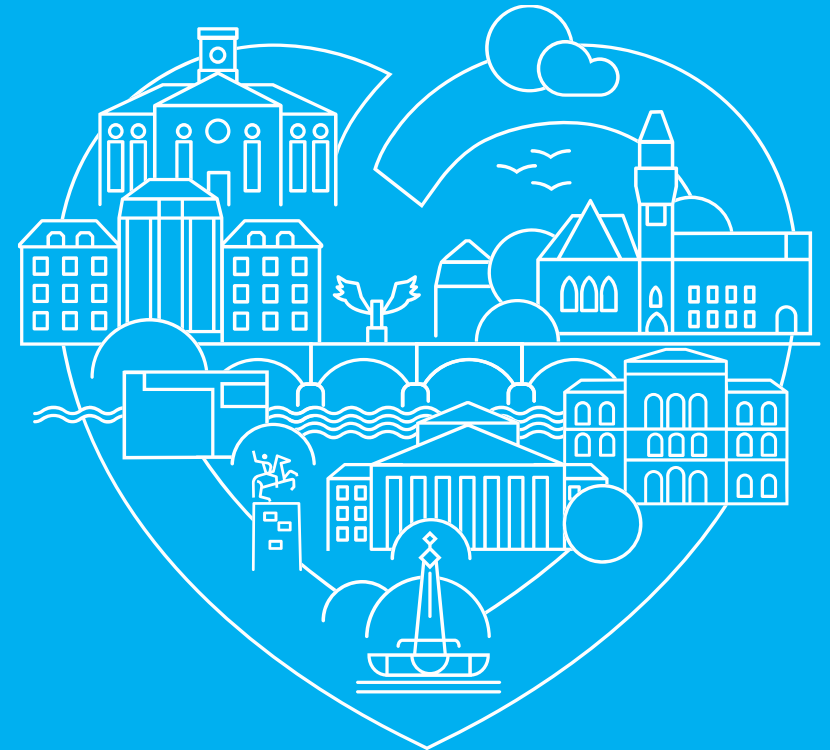
Rückkehr ins Plenum (Salon le Parc) um 11:40 Uhr


Zusammenführung der Workshop-Ergebnisse

Svenja Kleine | PROJECT M GmbH

Peter C. Kowalsky | PROJECT M GmbH

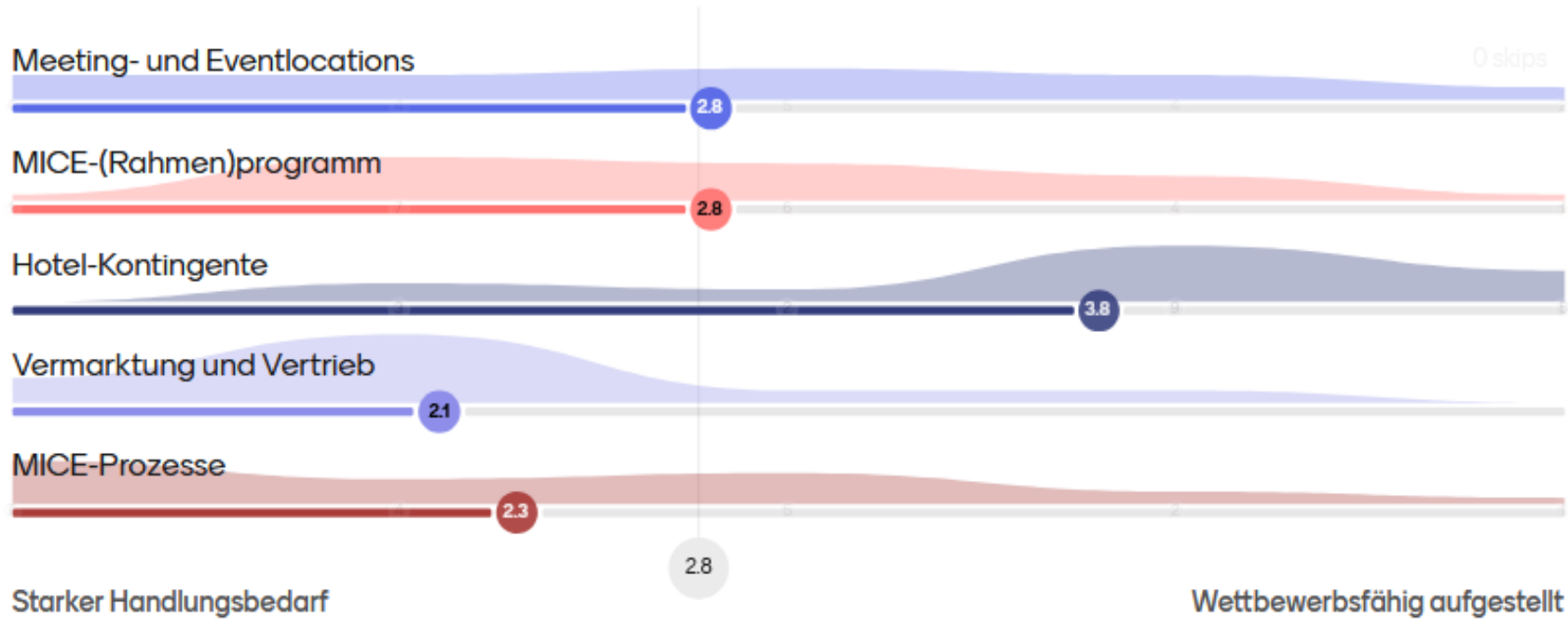
Maik Zießnitz | PROJECT M GmbH





Welche Geschichte
gibt es hier
zu erzählen?

Wie sind wir als MICE-Destination in den folgenden Bereichen aufgestellt?



menti.com
5782 5245

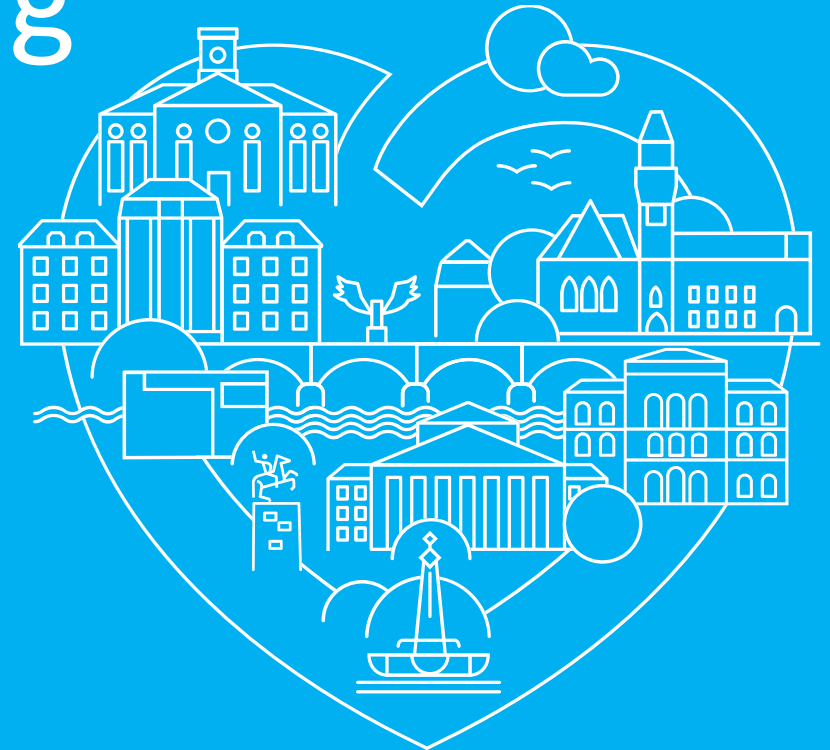
19 of 20 responded

Auf geht's in die Umsetzung

Thomas Unold | Regionalverband Saarbrücken

Sebastian Kurth | Landeshauptstadt Saarbrücken

Ralf Kirch | City-Marketing Saarbrücken GmbH



Herzlichen Dank!

#visitsaarbrücken





25. Februar 2026
09.15–12.00 Uhr
Victor's Residenz-Hotel
Saarbrücken

TourismusWirtschaftsCamp 2026
Fortschreibung der Tourismusstrategie Region und
Landeshauptstadt Saarbrücken 2030

