# TZS HEUTE

## Stand der Dinge

Dezember 2022

SAARLAND

DAS LAND
DER GRENZENLOSEN
ERLEBNISSE

Foto: Holger Prenzel

## Sparkassen-Tourismusbarometer 2022:

# Krise bewältigen und Zukunft gestalten

Wirtschaftsminister Jürgen Barke hat gemeinsam mit Cornelia Hoffman-Bethscheider, Präsidentin des Sparkassenverbandes Saar, am 10. November 2022 die Ergebnisse des Tourismusbarometers 2022 in der Gebläsehalle Neunkirchen vorgestellt. Das diesjährige Branchenthema „Qualitätssicherung trotz Arbeitskräftemangel – Paradigmenwechsel im Gastgewerbe und der Freizeitwirtschaft“ bietet der Branche erneut fundierte Anregungen und Hilfestellung in diesen bewegten Zeiten. Aktuell stehen wir im Saarland angesichts der noch nachwirkenden wirtschaftlichen Belastungen aus der Covid19-Pandemie, den hohen Energiepreisen, der steigenden Inflation und dem Arbeitskräftemangel vor enormen Herausforderungen.

### Qualitätssicherung trotz Arbeitskräftemangel

Das im Barometer ausgewählte Branchenthema richtet seinen Fokus auf das dringende Thema des Arbeitskräftemangels als potentielle Gefahr für die Qualitätssicherung. Es zeigt mögliche Wege auf, dem Arbeitskräftemangel im Saarland durch gezielte Suche von Mitarbeitenden und flexiblen, zeitgemäßen Arbeitszeitmodellen Mitarbeitende an den Betrieb zu binden. Ebenso können interne Prozesse optimiert und digitalisiert werden. Entscheidend wird sein, dass Betriebe und die Branche, mehr als in der Vergangenheit, primär selbst aktiv werden müssen und ihren Fokus auf die Belegschaft und die betrieblichen Aspekte ausrichten.

### Gästezufriedenheit im Auge behalten

Der Blick auf die einzelnen Kategorien zeigt Handlungsbedarfe im Detail: Gut abgeschnitten hat das Saarland nach Meinung der Kunden beim Preis-Leistungs-Verhältnis. Hier liegen wir bundesweit auf Platz zwei, auch bei der Internetverbindung ist das Saarland aus Gästesicht weiterhin top und überflügelt alle anderen Bundesländer.

Ein klarer Handlungsbedarf liegt jedoch bei der erweiterten Umgebung der Betriebe. Ein 14. Platz im Bundesländervergleich zeigt hier ein deutliches Manko auf. Hier ist die öffentliche Hand – die Kommunen – gefordert, den Gästen eine attraktive Infrastruktur und ein ansprechendes Umfeld zu bieten, ob über die innerörtliche Atmosphäre oder die Aufwertung des Ortsbilds. Erinnern will ich an dieser Stelle an das Modellprojekt „Atmosphäre-Check“, das von der TZS initiiert wurde und von Seiten des Wirtschaftsministeriums mit Mittel bis zu 40.000 € pro Kommune ausgestattet wurde. Es hat diese Problematik gezielt aufgegriffen. Minister Barke hat darauf in seiner Ansprache Bezug genommen. Es wurden Lösungen erarbeitet, wie mit begrenzten finanziellen Mitteln Verbesserungen der öffentlichen Bereiche der Kommunen erreicht werden können, um das Ambiente und die Lebensqualität in den Orten zu erhöhen.

Auch in der Kategorie „Essen und Trinken“ geht es im Saarland erstmals seit Jahren bergab. Ein Trend der sich auch bundesweit zeigt. Viele Änderungen, die durch die Corona-Pandemie von der Gastronomie umgesetzt werden mussten, trübten den Eindruck der Gäste, seien es die veränderten Öffnungszeiten, Verpackungsmaterialien oder das Fehlen des gewohnten Service.

Der Trend zeigt, wie sensibel die Gäste reagieren und wie wichtig die Qualität im Service und die Aufwertung der Ortsbilder im Saarland für die Zukunft sind.

Ihre Birgit Grauvogel
Geschäftsführung

Foto: Iris Maria Maurer

Das Sparkassen-Tourismusbarometer kann kostenlos über den Tourismuslotsen Saarland abgerufen werden.
www.tourismuslotse.saarland/service/downloads

## Was ist das Sparkassen-Tourismusbarometer?

Es dient als Frühwarnsystem, beschreibt Handlungsbedarf und macht auf Erfolge und Misserfolge sowie auf wichtige strukturelle Veränderungen der Tourismusentwicklung im Saarland aufmerksam. Als kontinuierliches Monitoring ermöglicht es zeitliche, regionale und sektorale Vergleiche und wird so zu einem wirkungsvollen Instrument für die Entscheidungsfindung und für das Marketing. Das Branchenthema wechselt jährlich in Abstimmung mit dem Beirat des Tourismusbarometers.

Das Sparkassen-Tourismusbarometer Saarland wurde 2004 eingeführt. Träger sind der Sparkassenverband Saar und das Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie. Das aktuelle Barometer wurde wissenschaftlich betreut von der dwif-Consulting GmbH.

★ KONTAKT ★

**Birgit Grauvogel**, Geschäftsführerin
grauvogel@tz-s.de • Tel.: 0681/927 20-12

Zukunft des Tourismus im Saarland

# Saarland erneut als Nachhaltiges Reiseziel zertifiziert

Die Tourismus Zentrale Saarland forciert die nachhaltige Ausgestaltung des Tourismus im Saarland im Rahmen ihrer Aufgabenstellung im Destinationsmanagement. Ein Meilenstein dabei ist die Rezertifizierung 2022 des Saarlandes als nachhaltiges Reiseziel durch TourCert. Sowohl innerhalb der Tourismus Zentrale Saarland als auch gemeinsam mit den touristischen Leistungsträgern im Saarland wurden aktuelle Nachhaltigkeitsleistungen und -kennzahlen erhoben und in einem umfangreichen Nachhaltigkeitsbericht dargestellt. Wichtige Parameter sind u.a. die Qualität und Nachhaltigkeit der touristischen Produkte & Dienstleistungen, ein schonender Umgang mit Ressourcen, Barrierefreiheit und Angebote im Bereich der nachhaltigen Mobilität.

Mit der Rezertifizierung als nachhaltiges Reiseziel sind die Weichen für die kommenden Jahre gestellt. „Nachdem die Tourismus Zentrale Saarland in den letzten Jahren kontinuierlich die strategischen Grundlagen für eine nachhaltige Tourismusentwicklung im Saarland gelegt hat, liegen aktuell die Hauptaugenmerke auf der weiteren Implementierung von Nachhaltigkeit in der gesamten Tourismusregion, insbesondere bei den Leistungsträgern sowie auf den Themen, regionale Produkte und Wirtschaftskreisläufe, nachhaltige Angebotsentwicklung, Klimaschutz und Klimawandelanpassung“, so Birgit Grauvogel, TZS-Geschäftsführerin.

Wirtschaftsminister Jürgen Barke: „Das Saarland zeigt erneut: Wir sind ein Paradebeispiel für verantwortungsvollen Tourismus. Herzlichen Glückwunsch zur Rezertifizierung! Der Tourismus ist und bleibt wichtiger Wirtschaftsfaktor, Arbeitgeber und zugleich Imageträger für das ganze Saarland. Es ist das Ziel – auch verankert in unserer Tourismuskonzeption 2025 – uns als nachhaltige Tourismusdestination zu positionieren und weiterzuentwickeln. Die Rezertifizierung ist ein toller Erfolg für das nachhaltige und hochwertige Tourismusangebot unserer Region.“

### Was ist seit der ersten Zertifizierung 2018 passiert?

In den letzten drei Jahren wurde die Nachhaltigkeitsstrategie konsequent von der TZS vorangetrieben und weiterentwickelt. Ein wesentlicher Schritt auf dem Weg zu einer nachhaltigen Reisedestination ist dabei, dass Nachhaltigkeit und Barrierefreiheit erstmals als Grundvoraussetzung für die Tourismusförderung im Rahmen des sogenannten „Sonderkonjunkturprogramms für das Gastgewerbe“ verankert wurde. Hier ist das Saarland deutschlandweit Vorreiter. Seitdem sind bereits über 70 Betriebe zur Nachhaltigkeit und über 40 Betriebe zur Barrierefreiheit erfolgreich geschult worden.

Zudem wurden zwei Projektanträge der Tourismus Zentrale Saarland 2021 im Rahmen der Fortschreibung der saarländischen Nachhaltigkeitsstrategie als Leuchtturmprojekte durch das saarländische Umweltministerium ausgezeichnet. Bei den Projekten geht es um die Entwicklung einer Klimaschutzstrategie für den Saarlandtourismus und die Umsetzung einer Mobilitätsgarantie für touristische Gäste.

→

Foto: Silke Brenner

Auch überregional engagiert sich die TZS für die Entwicklung des nachhaltigen Tourismus und ist Gründungsmitglied der Exzellenzinitiative nachhaltige Reiseziele, einem Netzwerk der nachhaltigsten Destinationen in Deutschland. Durch die Bündelung von Kompetenzen und Fähigkeiten im Bereich Nachhaltigkeit können innovative Lösungsstrategien entwickelt werden, um nachhaltigen Tourismus gemeinsam mit starken Partner*innen und Kolleg*innen aus ganz Deutschland voranzutreiben.

Die Tourismus Zentrale Saarland positioniert das Saarland im In- und Ausland als nachhaltige Destination und als Vorreiter für Nachhaltigen Tourismus und nutzt damit Vermarktungschancen als bislang einziges nachhaltig zertifiziertes Bundesland.
www.urlaub.saarland/Nachhaltiges-Reisen

## Wer ist TourCert?

TourCert ist ein internationales Unternehmen, das Tourismusunternehmen und Destinationen bei der Umsetzung einer nachhaltigen und erfolgreichen Wirtschaftsweise berät und begleitet.

TourCert qualifiziert Interessenten mit Beratungen, Seminaren und Online-Trainings, die ihnen Fachkenntnisse zu nachhaltigem Tourismus vermitteln. TourCert zertifiziert und verleiht das TourCert Siegel für Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung im Tourismus. Als erster Schritt in Richtung Nachhaltigkeit bietet TourCert außerdem die Nachhaltigkeitsqualifizierung TourCert Qualified an.
https://tourcert.org

**Partner nachhaltiges Reiseziel Saarland**

Tourismus- u. Kulturzentrale LK Neunkirchen, Saarpfalz Touristik, Landkreis Saarlouis, TI Regionalverband Saarbrücken, Landkreis Merzig-Wadern, Stadt Blieskastel, Gemeinde Nohfelden, Tourist Information St. Wendeler Land, Tourist Information Homburg Eigenbetrieb Touristik, Freizeit & Kultur der Gemeinde Losheim, Camping- und Ferienpark Losheim am See, Center Parcs Bungalowpark Bostalsee, Ferienwohnung am Hochscheid, Victor's Seehotel Weingärtner, Gästehaus Neumühle, Landhaus Spanier, Landhotel Saarschleife, Romantik Hotel Linslerhof, Seezeitlodge Hotel, Zeiträume Abentheuer, Landhaus Wern's Mühle, Landhaus Käthchen, Hubertushof Born, FeWo LandArt Ormesheim, Hotel Restaurant Café Steuer, Peter's Hotel & Spa, Hotel Restaurant Bellevue, Ferienwohnung Haagalm, Ökologisches Schullandheim Spohns Haus, Europäische Akademie Otzenhausen, Hotel Le Journal, Hotel Restaurant Maimühle, Angel's das Hotel am Fruchtmarkt, Angel's das Hotel am Golfpark, Dösterhof, Hotel-Restaurant Roemer, Saarschleifenlodge, Hotel Madeleine, Waldidyll Hotel Rabenhorst, Gästehaus Braunshausen, Hotel-Restaurant Laux, Saarland Therme,Stiftung Europäischer Kulturpark Bliesbruck-Reinheim, Heilpflanzenschule Marienhof, Geschäftsstelle der Biosphären-VHS St. Ingbert, Golfpark Weiherhof e.V., DK BOW Factory, Denk.mal 19, Restaurant Ratskeller, World Food Trip GmbH & Co.KG, Restaurant „Zum Pferchtal", Henry's Eismanufaktur, Restaurant Café Kostbar, Finetime GmbH, Ratsstube Blasius, Gasthaus Rech, Chez David, Wirtshaus Zur Wilden Ente, Peter Hartmann, Siegfried Heß, Christoph Heck, Franz Stolz, Heike Welker, Teresa Feld, Dr. Helmut Wolf, Doris Kratkey, Bliesgau Ölmühle, Heimatquelle GmbH, LuxusGut – DIE feine BIO-GenussManufaktur, MaLi's Délices, Neue Haus Sonne gGmbH, Wintringer Hof – Lebenshilfe Obere Saar e.V., Bliesgau-Honig Wenzel, Hofländle GmbH, Italian Delight Pastamanufaktur

★ KONTAKT ★

**Sabrina Deutsch**
Nachhaltigkeitsbeauftragte & Projektmanagement Naturtourismus und Genuss Region Saarland
deutsch@tz-s.de • Tel.: 0681 / 927 20-24

Auslandsmarketing: TZS wirbt um belgische Busreisegruppen

# Marktoffensive in Belgien

Auf Initiative der Tourismus Zentrale Saarland (TZS) fand vom 18. bis 20. November 2022 in Kooperation mit dem belgischen Busreiseverband FBAA eine Tradereise für Vertreter*innen der belgischen Busreisebranche statt. Der belgische Busreiseverband FBAA vereint die wichtigsten Busreiseveranstalter von Belgien. Ziel der Tradereise ist es, das Saarland als Busreisedestination auf dem Auslandsmarkt Belgien bekannt zu machen, Gruppenangebote für Busreiseunternehmen vorzustellen und somit die Gästezahlen aus Belgien zu steigern. „Wir freuen uns sehr über das große Interesse am Saarland. Belgien ist für das Saarland einer der wichtigsten Auslandsmärkte. Die Belgier essen gerne gut, wandern leidenschaftlich gern und interessieren sich für die kulturellen Schätze des Landes. Durch die Corona-Pandemie ist die Auslandnachfrage für das Saarland spürbar zurückgegangen. Wir erwarten von dieser Tradereise einen neuen Impuls für das Gruppenreisegeschäft aus Belgien“, so Birgit Grauvogel, Geschäftsführerin der Tourismus Zentrale Saarland.

An drei Tagen erhielten die Vertreter*innen der Busbranche einen Einblick auf die Angebote und Highlights des Reiselandes Saarland. Das Programm startete in Perl mit einem Besuch der römischen Villa Borg inklusive Essen in der römischen Taverne sowie einer Kostümführung durch die Villenanlage. Danach ging es zur Saarschleife und auf den Baumwipfelpfad.

Stationen der Tradereise waren unter anderem ein Fackelspaziergang am Bostalsee und der Besuch der Kirchenfenster von Gerhard Richter und Mahbuba Maqsoodi in der Benediktinerabtei St. Mauritius in Tholey. Ein weiteres Highlight war der Besuch des UNESCO-Weltkulturerbes Völklinger Hütte. Zudem stand eine Stadtführung durch die Landeshauptstadt Saarbrücken und die Besichtigung der unterirdischen Burganlage im Historischen Museum Saar auf dem Programm.

Nach drei erlebnisreichen Tagen zeigte sich die Gruppe überaus positiv gestimmt und hoch motiviert, das Saarland in die neuen Katalogprogramme aufnehmen. Die Tourismus Zentrale bedankt sich herzlich bei allen Partnern, die diese Reise möglich gemacht haben.

Foto: Kris Clerckx

★ KONTAKT ★

**Stephanie Kaiser**
Sales & Account Manager
kaiser@tz-s.de • Tel.: 0681 / 927 20-17

★ KONTAKT ★

**Joanna Czyrny**
Management internationale Märkte und Messen
czyrny@tz-s.de • Tel.: 0681 / 927 20-27

# Auslandsmarketing

## Das Saarland wirbt in Luxemburg

Um das Saarland als Naturdestination in Luxemburg noch bekannter zu machen und weitere Auslandsgäste zu gewinnen, wirbt die TZS in den Luxemburger Kinos. Von Ende November bis Ende Dezember wird der 60-sekündige Videoclip „Abenteuer Saarland“ im Vorprogramm in zehn Kinosälen des Kinopolis Kirchberg gezeigt. Der Saarland-Abenteuerfilm richtet sich an die Zielgruppe der Explorer und zeigt das Saarland als vielfältige Naturdestination. Die unterschiedlichen Landschaftsaufnahmen und Aktivszenen versprechen Erholung und Naturerleben und machen Lust auf Abenteuer vor der „Haustür“.
www.youtube.com/watch?v=wlmdJCWuW2g

## Printkampagne in Lothringen und Elsass

Um gezielt französische Gäste anzusprechen, läuft seit August eine Marketingkampagne in Lothringen und dem Elsass. Ziel ist es, mit der Kampagne „Saarland – das Land der grenzenlosen Erlebnisse“ das Saarland als Kurzreisedestination vorzustellen und zur Buchung anzuregen. Die Printkampagne richtet sich an die Zielgruppe der Nature Loving Actives und Shortbreaker und bewirbt die Themen Natur-, Kultur- und Städtetourismus. In Lothringen wurden im Republicain Lorraine, der größten und bedeutendste Tageszeitung für die Region Grand Est und in der Kulturbeilage „Le Mag“ (Auflagenhöhe: 84.000 Exemplare) verschiedene ganzseitige Advertorials geschaltet. Im Elsass wurden in der Verlagsbeilage „La Femina“ (Auflagenhöhe: 125.000 Exemplare) der größten Tageszeitung Dernières Nouvelles d’Alsace (DNA) geworben. Schwerpunkt lag hier auf den Ausflugszieletipps für Familien, darunter der Baumwipfelpfad Saarschleife, Naturaktivitäten sowie einige Kultur- und Städtetipps und Veranstaltungen in der Vorweihnachtszeit. Nach Erscheinen der Advertorials konnten bei der TZS vermehrt Anrufe und Prospektanfragen aus Frankreich verzeichnet werden.

★ KONTAKT ★

**Joanna Czyrny**
Management internationale Märkte und Messen
czyrny@tz-s.de • Tel.: 0681 / 927 20-27

Radfahren, Wandern und Kulturgenuss im Saarland

# Marketing-Kampagnen

## Digitale Kampagne

Der erste Teil der digitalen Kampagne, die von April bis Juli stattfand, lief sehr erfolgreich. Die geplanten Zielwerte konnten um knapp 40 % übertroffen werden. Der zweite Teil der digitalen Imagekampagne, der sich an die Explorer und Nature-Loving-Actives wendet, startete im August und lief bis zum 16. Oktober 2022. Der Schwerpunkt der Kampagne lag auf der Ausspielung eines 20-Sekunden Werbespots, der über Adressable TV über die Kanäle von Seven One Media an ein reiseinteressiertes Publikum in Rheinland-Pfalz, Hessen und dem südlichen Nordrhein-Westfalen ausgespielt wurde. Ein weiterer Schwerpunkt beinhaltete eine Digital Out of Home (DOOH)-Ausspielung mit Mobile Retargeting. Für die DOOH-Stehle wurde eine Animation mit der Saarschleife und dem Weltkulturerbe Völklinger Hütte produziert, die ebenfalls als Anzeige beim Mobile Retargeting angezeigt wurde. Unter Mobile Retargeting versteht man die erneute Ansprache der Personen, die an der Stehle vorbeilaufen und mittels Tracking identifiziert werden. Die DOOH-Animation wurde in den Städten Köln, Mannheim und Wiesbaden platziert.
Ziel der Online-Kampagne war es, das Image des Saarlandes als Reiseziel weiter aufzubauen und Reichweite zu erzeugen. Im zweiten Kampagnenzeitraum wurden 13, 63 Millionen Impressions erzielt.

## Printkampagne

Im November und Dezember 2022 erschienen weitere vier Advertorials. Zum Thema Wandern wurde eine Seite im DAV Panorama platziert. In der Zeitungsgruppe Köln liefen zwei Seiten zum Thema Urlaub im Saarland. Das Aktivthema Radfahren im Saarland wurde mit jeweils einer Seite in „Mein Magazin Reise“ in Sonntag Aktuell und der WAZ geschaltet. Diese vier Medien erscheinen zusammen in einer IVW-geprüften (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern) Auflagenhöhe von 2.041.684 Exemplare. Alle Advertorial-Inhalte zielen auf die Reiseplanungen für 2023 ab.

KONTAKT

**Miriam Dubois**
Fachbereichsleiterin Marketing und Marktforschung • dubois@tz-s.de • Tel.: 0681 / 927 20-44

Vertrieb

# Online-Buchbarkeit der Unterkünfte verbessern

Wenn es um die Buchung von Unterkünften geht, ist das Internet nicht mehr wegzudenken. Dieser Trend hat sich in den vergangenen Jahren immer weiter verstärkt. Umso wichtiger ist es für Unterkünfte, online buchbar zu sein und mit dem einem eigenen Angebot maximale Reichweite zu erzielen. Um Gastgebende im Saarland noch besser dabei zu unterstützen, möglichst gezielt neue Gäste zu erreichen und zu gewinnen, arbeitet die TZS seit September 2022 mit dem OnlineBuchungService (OBS) zusammen. Mit der Unterstützung dieses Partners haben Gastgebende die Möglichkeit, auf den wichtigsten Buchungsportalen im Internet ohne großen Aufwand online buchbar zu sein. Die zentrale Datenpflege läuft über das TZS-Buchungssystem feratel deskline. Rund 60 saarländische Betriebe nutzen bereits den Service von OBS. Dazu Birgit Grauvogel, TZS-Geschäftsführerin: „Unser Wunsch war es, unsere Vermieter*innen von der Wichtigkeit der Onlinebuchbarkeit zu überzeugen und ihnen ein professionelles Channelmanagement anzubieten. Mit OBS haben wir den passenden Partner gefunden, der unsere Anbieter*innen vom Einstieg in die Onlinebuchbarkeit bis hin zu alltäglichen Fragen, Problemen und Nöten unterstützt. Dank dieser Zusammenarbeit sind wir als Reisedestination weiterhin zukunftsfähig, erhöhen die Sichtbarkeit der Betriebe und bieten unseren Gästen durch die Onlinebuchung einen erstklassigen Service an.“

Foto: Bilddatenbank TZS

KONTAKT

**Stephanie Kaiser** • Sales & Account Manager • kaiser@tz-s.de • Tel.: 0681 / 927 20-17

# ServiceQualität Deutschland

ServiceQualität
DEUTSCHLAND

## Was ist eine ServiceQ Zertifizierung?

Das Schulungs- und Zertifizierungsprogramm von ServiceQualität Deutschland bietet vor allem kleinen und mittleren Tourismusbetrieben die Möglichkeit, Qualität im Betrieb aktiv selbst zu gestalten und so die Servicequalität kontinuierlich zu verbessern. Mithilfe verschiedener Werkzeuge wie z.B. einer Kundenbefragung oder eines Stärken-Schwächen-Profils werden den Betrieben Verbesserungspotenziale aufgezeigt. Durch die Bearbeitung der Werkzeuge werden Maßnahmen erarbeitet, die in einen Maßnahmenplan fließen. Dieser wird im Laufe des Jahres bearbeitet und umgesetzt. Nach einem Jahr wird die Erfolgskontrolle eingereicht und ein neuer Maßnahmenplan erarbeitet. So werden die Betriebe bei der kontinuierlichen Steigerung der Qualität unterstützt. Bevor ein Betrieb eine SeriveQ Zertifizierung erlangen kann, muss ein Mitarbeitender die Schulung zum Q-Coach absolvieren.

## TZS und ServiceQ

Seit Beginn 2022 ist die Tourismus Zentrale Saarland Kooperationspartnerin von ServiceQualität Deutschland. Die TZS hat sich vertraglich dazu verpflichtet, die Zertifizierung im Saarland weiter voranzubringen und eine Professionalisierung der Betriebe zu fördern. Die TZS ist Ansprechpartnerin für alle Betriebe im Saarland, die eine Zertifizierung planen, durchführen oder bereits besitzen. Die TZS ist in Stufe II von ServiceQualität Deutschland zertifiziert. Im Saarland erhalten Q-Betriebe 10% Rabatt auf den Q-Paketpreis, wenn sie an bestimmten Partnernetzwerken oder Qualitätsinitiativen teilnehmen, wie z.B. der Genuss Region Saarland oder der Saarland Card.

## Wie ist der aktuelle Stand von ServiceQ im Saarland?

Zurzeit besitzen im Saarland 95 Betriebe eine ServiceQ Zertifizierung, hiervon sind 91 Betriebe in Stufe I und 4 Betriebe in Stufe II zertifiziert. 26 Betriebe haben in 2022 eine Zertifizierung absolviert, davon 16 Betriebe mit einer Erstzertifizierung. Die restlichen 10 Betriebe haben sich nach Ablauf der 3-jährigen Zertifizierung für eine Folgezertifizierung entschieden. Im Rahmen des Sonderkonjunkturprogramms sind geförderte Betriebe dazu verpflichtet, eine ServiceQ Zertifizierung durchzuführen.

Am 24. und 25. Oktober 2022 fand im Hotel am Triller in Saarbrücken das einzige Q-Seminar in Präsenz im Saarland statt. Die Teilnehmenden haben in dem Seminar alles rund um die Zertifizierung und die Bearbeitung der Werkzeuge gelernt und sind somit bereit, die Zertifizierung im eigenen Betrieb umzusetzen.

★ KONTAKT ★

**Annika Meyer**
Qualitätsmanagement
meyer@tz-s.de • Tel.: 0681 / 927 20-26

# Interreg Projekte in Planung

## INTERREG Nordwesteuropa.

Die TZS bewirbt sich mit dem Projekt MOdal shift, routing and nudging solutions in NAture areas for sustainable, inclusive and balanced tourism (kurz: MONA) um eine Förderung im Rahmen von INTERREG Nordwesteuropa. Ziel von MONA ist es, einen nachhaltigen Tourismus in und um die Naturgebiete in NWE zu fördern, der der Natur, der Umwelt, den Besuchenden und der lokalen Wirtschaft zugutekommt. MONA konzentriert sich auf eine Verlagerung der Verkehrsströme, eine Neuordnung der Zugangspunkte und der Wegeführung sowie auf Nudging und Kommunikation als Schlüssellösungen, um den negativen Auswirkungen des Besucherdrucks entgegenzuwirken und gleichzeitig einen integrativen Zugang zu fördern. Mit Einreichung und Genehmigung der ersten Projektskizze Mitte Juni endete Mitte September die erste Phase des Bewerbungsprozesses. Durchläuft das Projekt auch die zweite Phase im Herbst erfolgreich, so kann es voraussichtlich im 1. Quartal 2023 starten. Dauer: 4 Jahre; Projektumfang: 6 Millionen Euro. Projektpartner sind neben der TZS weitere Tourismusorganisationen (Visit Brabant und Toerisme provincie Antwerpen), National- und Naturparke in den Niederlanden (Nationalpark Utrechtse Heuvelrug, Van Gogh Nationalpark, Nationalpark Veluwezoom) Belgien (Grenspark Kalmthoutse Heide) und Frankreich (Naturpark Montagne de Reims, Naturpark Scarpe-Escaut) sowie Wissenschaftliche Partner (Breda University of Applied Sciences und Katholieke Universiteit Leuven).

Foto Manuela Meyer

★ KONTAKT ★

**Sabrina Deutsch**
Nachhaltigkeitsbeauftragte & Projektmanagement
Naturtourismus und Genuss Region Saarland
deutsch@tz-s.de • Tel.: 0681 / 927 20-24

## „Transformation im Tourismus“

Zudem ist die TZS damit beschäftigt, ein neues Förderprojekt (Interreg VI-Großregion) als Federführende Begünstigte mit dem Titel „Transformation im Tourismus“ aufzusetzen. Der Arbeitstitel lautet: „Transformation im Tourismus in der Großregion“. Das Interreg Projekt soll sich mit den nachfolgenden Fragestellungen beschäftigen: Wie werden wir in Zukunft reisen? Wie richtet sich die DMO in der Zukunft aus? Wie können Fachkräfte im Tourismus generiert werden? Wie sind touristische Betriebe resilient für die Zukunft?

★ KONTAKT ★

**Birgit Grauvogel**, Geschäftsführerin
grauvogel@tz-s.de • Tel.: 0681 / 927 20-12

★ IMPRESSUM ★

**Herausgeberin:** Tourismus Zentrale Saarland GmbH, Trierer Straße 10, 66111 Saarbrücken, Tel +49 (0) 681 92 72 00, info@tz-s.de, www.urlaub.saarland • **Redaktion:** Susanne Renk