EINBECK

EINBECK
JAHRESBERICHT TOURISMUS 2024

Einbeck, 3. Juni 2025

EINBECK

INHALT

Vorbemerkung 1

1. Touristische Kennzahlen 2

1.1 Übernachtungen und Ankünfte 2

1.2 Herkunft 3

1.3 Aufenthaltsdauer 3

1.4 Auslastung 4

1.5 Zusammenfassung und Kurzüberblick 4

2. Tourist-Information 5

2.1 Besucherzahlen und Öffnungszeiten 5

2.2 Souvenirs 6

2.3 Stadtführungen und Erlebnisse 8

2.4 Reisepakete 12

2.5 Unterkünfte 12

2.6 Gästeführer:innen 13

2.7 Qualitätsicherung 14

2.8 Vertrieb 14

2.9 Busgruppen 16

3 Tourismusmarketing und – entwicklung 18

3.1 Binnenmarketing 19

3.2 Onlinemarketing 24

3.3 Digitale Services 28

3.4 Publikationen 33

3.5 Kampagnenplanung 34

3.6 Marktforschung 37

3.7 Presse- und Medienarbeit 38

3.8 Auslandsmarketing 40

3.9 Kooperationen und Netzwerke 40

4. Schlussbemerkung 48

Anhang II

VORBEMERKUNG

Der Jahresbericht 2024 von **Einbeck Tourismus** - Teil der Stabsstelle Public and Business Relations der Stadt Einbeck - gliedert sich in drei Bereiche:

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

Im **ersten Teil** werden touristische Kennzahlen thematisiert. So wird auf die Übernachtungs- und Ankunftszahlen des Jahres 2024 in Einbeck eingegangen. Des Weiteren werden Herkunftsländer von Einbecks Gästen, ihre durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Stadt, die durchschnittliche Auslastung der verfügbaren Betten in Einbeck und die Besucher:innenzahlen des Wohnmobilstellplatzes in Einbeck im Jahr 2024 ausgewertet.

Der **zweite Teil** umfasst Auswertungen der TI Einbeck aus dem Jahr 2024. Es werden die Besucher:innenzahlen und die Anzahl an gebuchten Stadtführungen im Jahr dargestellt. Ebenso geht dieser Abschnitt des Jahresberichtes auf die Arbeit mit den Gästeführer:innen Einbecks sowie auf die Anzahl der online getätigten Unterkunftsbuchungen ein. Zudem wird verdeutlicht, welches Souvenir die TI am meisten verkaufte und welche Produkte Einbeck Tourismus im Jahresverlauf neu in das Sortiment der TI mit aufnahm. Ebenfalls enthält dieser Teil des Berichtes eine Darstellung der Verkäufe an Souvenirartikeln über den Onlineshop. Im Rahmen der Qualitätssicherung der TI Einbeck wird die Auszeichnung mit der i-Marke betrachtet.

Im **dritten Teil** des Jahresberichtes wird dargestellt, welche Aufgaben und Maßnahmen Einbeck Tourismus im Rahmen des Tourismusmarketings und der Tourismusentwicklung im Jahr 2024 umsetzte. Dazu gehörten folgende Themenbereiche: Binnenmarketing, Onlinemarketing, Digitale Services, Publikationen, Kampagnenplanung, Marktforschung, Presse- und Medienarbeit, Auslandsmarketing sowie Arbeit mit Kooperationspartner:innen und Netzwerken.

Alle drei zugrundeliegenden Bereiche dieses Jahresberichtes 2024 beziehen sich auf die nach Handlungsfeldern unterteilten **13 Maßnahmen** (siehe Auszug im Anhang) und dessen Ziele aus dem touristischen Marketingplan 2024. Die strategischen Handlungsfelder basieren auf der Ausarbeitung des Markenkerns sowie der Zielgruppendefinition des Markenbildungsprozesses mit Abschluss 2020. Es gibt folgende Handlungsfelder:

- Kooperation und Stakeholder-Management
- Marketing und Kommunikation
- Angebots- und Produktentwicklung
- Marktforschung
- Querschnittsthema

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

1. TOURISTISCHE KENNZAHLEN

1.1 ÜBERNACHTUNGEN UND ANKÜNFTE

Einbeck kann sich auch 2024 erneut über ein herausragendes touristisches Jahr freuen. Die Übernachtungszahlen kommen fast an den Rekord des letzten Jahres ran. Die Gästeankünfte übertreffen das vorherige Jahr 2023 sogar. Nach Angaben des niedersächsischen Landesamtes für Statistik (kurz: LSN) kann Einbeck von Januar bis einschließlich Dezember 2024 insgesamt **48.341 Gästeankünfte** (Vergleich 2023: 48.096 Gästeankünfte) verzeichnen. Das entspricht einem Anstieg zum Vorjahr um immerhin **0,5 Prozent**. Im Vergleich zum Jahr 2019, vor Beginn der Pandemie, ist sogar ein Anstieg von **18,1 Prozent** bei den Gästeankünften zu verzeichnen.

Bei den Übernachtungszahlen im Jahr 2024 sieht es ähnlich erfolgreich aus. Diese verfehlen mit **97.049 Übernachtungen** nur knapp den Rekord aus dem vorherigen Jahr (Vergleich 2023: 98.701 Übernachtungen). Mit 10.395 Übernachtungen und 5.197 Gästeankünften war der September der stärkste Monat. Ebenso die Monate April, Mai, Juni, August und Oktober waren mit jeweils über 9.000 Gästeübernachtungen sehr starke Monate.

Zu erwähnen ist, dass im Jahr 2024 im Schnitt 16 Betriebe geöffnet waren und somit einer mehr als im vorherigen Jahr. Allerdings gab es insgesamt lediglich 15 Schlafgelegenheiten mehr (2024: 786 angebotene Schlafgelegenheiten; 2023: 770 angebotene Schlafgelegenheiten).

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

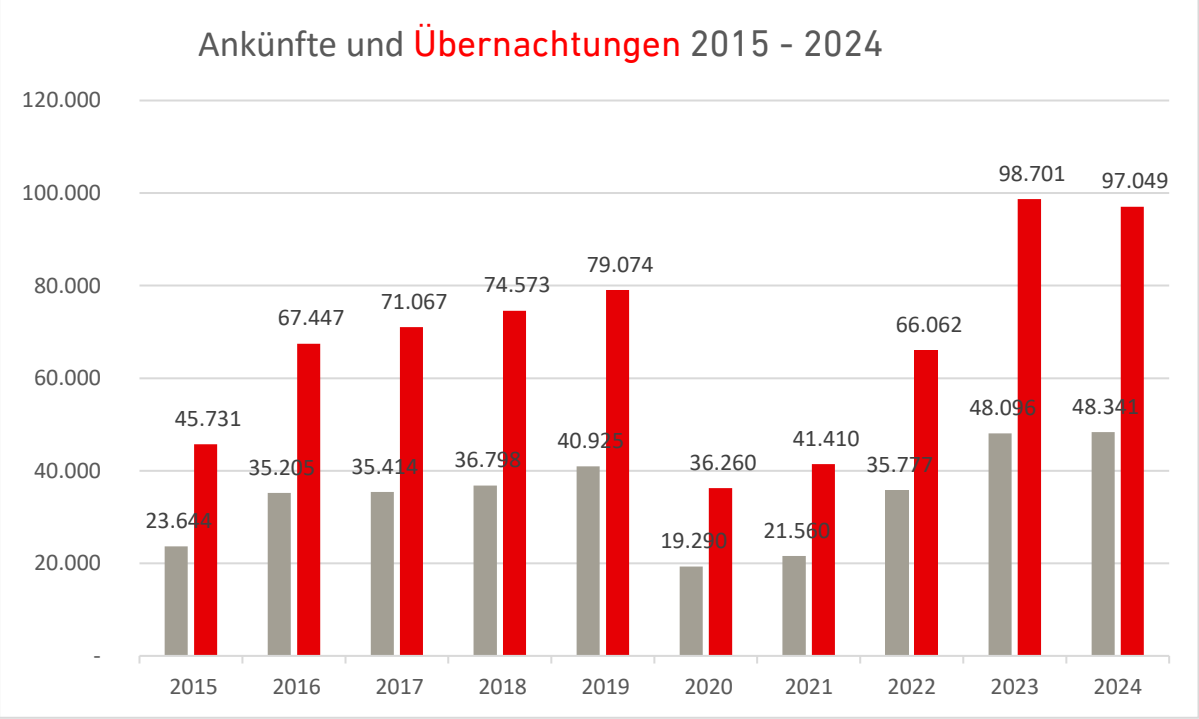


Abbildung 01: Gästeankünfte und Übernachtungen seit 2015 im Vergleich, Quelle: LSN.

Der Vergleich zum Weserbergland zeigt auf, dass Einbeck ähnlich gut dasteht wie die restliche Region. Die Übernachtungszahlen von Einbeck und dem Weserbergland konnten im Vergleich zum Jahr 2023 zwar nicht übertroffen werden, waren aber fast gleichbleibend. Im Jahr 2024

konnte das Weserbergland **2.573.782 Übernachtungen** verzeichnen, was einen leichten Rückgang von 1,4 Prozent bedeutet. Die Zahlen der Gästeankünfte im Weserbergland im Jahr 2024 liegen zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht vor. Auch, wenn man sich komplett Niedersachsen als Reiseregion anschaut, wird klar, dass die Übernachtungszahlen mit rund **46,2 Millionen Übernachtungen** zwar gestiegen sind, aber prozentual keinen großen Sprung gemacht haben (+ 1,0 Prozent zum Vorjahr). Die Übernachtungszahlen aus Niedersachen kommen nun erstmalig an das Jahr 2019 (46,2 Millionen Übernachtungen) heran.

1.2 HERKUNFT

Der Anteil der **ausländischen Ankünfte und Übernachtungen** ist im Vergleich zum Vorjahr gesunken. Insgesamt machten ausländische Gästeankünfte 5,3 Prozent (entspricht 2.589 Ankünften, - 17,3 Prozent zum Vorjahr) und ausländische Übernachtungen 4,8 Prozent (entspricht 4.657 Übernachtungen, - 26 Prozent zum Vorjahr) aus.

Bezogen auf die Herkunft der ausländischen Gäste ist festzuhalten, dass 84,1 Prozent der Ankünfte (Vergleich Vorjahr: 83,1 Prozent) und 81,5 Prozent der Übernachtungsgäste 2024 (Vergleich Vorjahr: 74,7 Prozent) aus Europa kamen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der ausländischen Gäste beläuft sich im Durchschnitt auf 1,8 Tage. Im Unterschied zu den Vorjahren ist zu beobachten, dass die ausländischen Gästeankünfte sowie Gästeübernachtungen rückläufig sind.

In der untenstehenden Tabelle sind die Spitzenreiter, bezogen auf alle ausländischen Ankünfte und Übernachtungen im Jahr 2024, aufgelistet.

Land	Ankünfte	Übernachtungen	Aufenthaltsdauer in Tagen
Niederlande	337	548	1,6
UK	259	541	2,1
Schweiz	216	335	1,6
Frankreich	192	426	2,2
Dänemark	172	257	1,5
Schweden	158	213	1,3
USA	150	408	2,7

Die meisten ausländischen Ankünfte im Jahr 2024 wurden aus den Niederlande, dem Vereinigten Königreich (England, Schottland, Wales und Nordirland; kurz: UK), der Schweiz, Frankreich, Dänemark, Schweden und den USA verzeichnet. Ähnlich sah die Lage der ausländischen Touristen im Jahr 2023 aus. Zu den Spitzenreitern neu dazugekommen ist Frankreich. Die Tabelle ist entsprechend der Ankunftszahlen aus den einzelnen Ländern absteigend sortiert.

1.3 AUFENTHALTSDAUER

Bei der **Aufenthaltsdauer** hat sich zum Vorjahr eine minimale Veränderung ergeben, siehe Abbildung auf der nächsten Seite. Durchschnittlich verweilten die Gäste 2,0 Tage in Einbeck (Vor-

jahr 2,1). Das erklärt die höheren Ankünfte zum Vorjahr 2023 und die niedrigeren Übernachtungszahlen. Im Vor-Corona-Jahr 2019 lag die durchschnittliche Aufenthaltsdauer bei 1,9 Tagen und in den Jahren davor (2017, 2018) ebenfalls bei 2,0 Tagen.

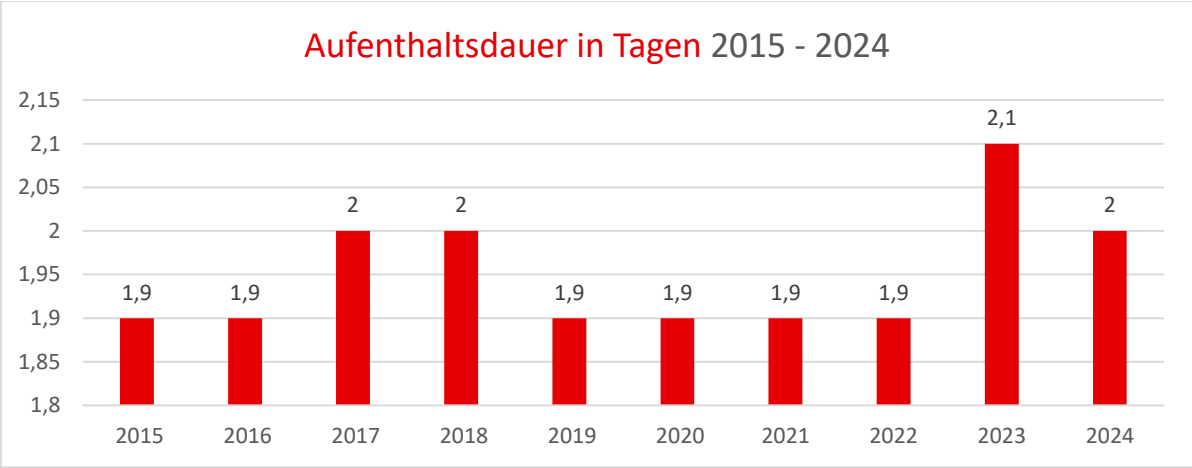


Abbildung 02: Aufenthaltsdauer seit 2015 im Vergleich, Quelle: LSN.

1.4 AUSLASTUNG

Die **durchschnittliche Auslastung** der verfügbaren Betten lag mit 33,8 Prozent im Jahr 2024 etwas niedriger als im Vorjahr (Vergleich 2023: 35,1 Prozent). Ebenso im Vor-Corona-Jahr 2019 lag die durchschnittliche Auslastung mit 34,3 Prozent höher als im Jahr 2024.

Das liegt daran, dass die durchschnittliche Anzahl der geöffneten Beherbergungsbetriebe gestiegen ist. In 2024 waren 16 Beherbergungsbetriebe mit mindestens zehn Betten geöffnet und somit ein Betrieb mehr als im letzten Jahr und zwei mehr als noch im Jahr 2019. So viele Betriebe waren zuletzt in 2010 geöffnet. Somit wurden im Jahr 2024 durchschnittlich 786 Betten angeboten, was einem Anstieg von 16 Betten im Vergleich zum Vorjahr (2023: 770 Betten) entspricht. In 2024 konnten die Zahlen der geöffneten Betriebe und der angebotenen Betten das vorherige Rekordjahr übertreffen.

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

1.5 ZUSAMMENFASSUNG UND KURZÜBERBLICK

	2023	**2023 zu 2024**	**2024**
Beherbergungsbetrieb geöffnet Ø	15	+ 6,7 %	16
Gästebetten angeboten Ø	770	+ 2,1 %	786
Ankünfte	48.096	+ 0,5 %	48.341
Übernachtungen	98.701	- 1,7 %	97.049
Aufenthaltsdauer Ø	2,1	- 4,8 %	2,0
Bettenauslastung Ø	35,1	- 3,7 %	33,8

2. TOURIST-INFORMATION

Die TI ist eine Servicestelle für Tages- und Übernachtungsgäste sowie für Bürger:innen. Somit ist sie für die Betreuung der Gäste während Ihres Aufenthaltes zuständig (Stichwort: customer journey = Reise des Kunden). Das Informieren und Beraten der Gäste zu touristischen Attraktionen sowie der Verkauf von Souvenirs, Kartenmaterialien, Reiseführern, Tickets und mehr stehen hier im Vordergrund (Kennzahlen 2.1 Besucherzahlen und Öffnungszeiten und 2.2 Souvenirs). Der Touristik-Service (Service-Center) umfasst die Beantwortung von mündlichen und schriftlichen Informations- und Reservierungsanfragen und ist die erste Anlaufstelle bei der Vermittlung zwischen Gast und Gastgeber:in. Das gilt insbesondere in den Phasen der Information und der Buchung entlang der customer journey. Die Kolleg:innen in der TI sind auch Ansprechpartner:innen für Anfragen von Reiseveranstalter:innen, Firmen, Vereinen und Agenturen. Sie vermitteln Anfragen an die touristischen Partner:innen Einbecks. Diese Anfragen führen sie zu homogenen Angeboten zusammen. Die Buchungen von Angeboten werden im Reservierungssystem „Deskline“ von „Feratel“ vorgenommen (siehe 2.8). Dazu gehören Unterkünfte (siehe 2.5), Führungen und Erlebnisse (siehe 2.3) sowie Pauschalen für Gruppen und Individualtouristen. Bei den Stadtführungen und Erlebnissen wird zwischen Gruppenangeboten und öffentlichen Terminen für Individualtourist:innen unterschieden. Eine enge und vertraute Zusammenarbeit sowie eine stetige Kommunikation mit Einbecks Gästeführer:innen (siehe 2.6) ist dafür die Grundvoraussetzung.

2.1 BESUCHERZAHLEN UND ÖFFNUNGSZEITEN

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

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

Die TI war im Jahr 2024 das ganze Jahr über für die Gäste geöffnet. Folglich hatte die TI an 291 Tagen von insgesamt 365 Tagen geöffnet (Vorjahr 284 Tage). Der erste Öffnungstag der TI war am Dienstag, den 02. Januar 2024. Es galten ab diesem Zeitpunkt bis einschließlich März die regulären Öffnungszeiten der Nebensaison. Da Ostern im Jahr 2024 sehr früh im Jahr stattfand und in den März gefallen ist, öffnete die TI bereits einen Samstag vor der regulären Sommerzeit. Ebenso die Stadtführungen starteten bereits zu den Osterfeiertagen Ende März. Ab April 2024 galten die regulären Sommeröffnungszeiten und die TI hatte planmäßig auch am Samstag für Besucher:innen geöffnet. Demzufolge war die TI in der Hauptsaison von Montag bis Samstag geöffnet. Den Wochenenddienst, der die Samstage sowie die verkaufsoffenen Sonntage umfasste, übernahmen die Mitarbeiterinnen der TI.

Auch an den Adventssamstagen hatte die TI im Jahr 2024 für die Besucher:innen geöffnet. In diesem Jahr war die TI an den Adventssamstagen wieder von 10:00 Uhr bis 15:00 Uhr geöffnet

(Vergleich Vorjahr: 13:00 Uhr bis 18:00 Uhr). Die Erfahrung aus dem letzten Jahr hat gezeigt, dass der Besucherstrom nach 15:00 Uhr merklich abnahm.

Insgesamt waren an 291 geöffneten Tagen 13.902 Besucher:innen (Vorjahr 13.613) in der TI und somit mit 48 Gäste durchschnittlich pro Tag genau so viele Personen zu Besuch wie im Jahr 2023. Die untenstehende Statistik zeigt deutlich, dass die TI nach wie vor eine beliebte Anlaufstelle für Tourist:innen sowie für Einheimische ist.

Auswertung 2024 - Besucher / Jahr

	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Gesamt
Anzahl Tage/ Monat	31	29	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	366
Anzahl Tage/ Monat geöffnet	22	21	22	25	24	25	27	27	25	26	22	25	291
Anzahl der zu wertenden Tage	22	21	22	25	24	25	27	27	25	26	22	25	291
Anzahl Besucher	475	485	778	1.034	1.484	1.263	1.513	1.650	1.592	1.741	878	1.009	13.902
Durchschnitt/ Tag	21,59	23,10	35,36	41,36	61,83	50,52	56,04	61,11	63,68	66,96	39,91	40,36	47,77

Abbildung 03: Auswertung Besucher:innenanzahl im Jahr 2024, Quelle: Erhebungen TI.

Der besucherreichste Monat war der Oktober mit 1.741 Besucher:innen (Vorjahr: ebenfalls Oktober mit 1.839 Besucher:innen). Auch in den vorherigen Monaten ab April wurde die TI sehr stark besucht und die Zahlen lagen monatlich über 1.000 Besucher:innen. Dies war auf Grundlage der Ankunfts- und Übernachtungszahlen zu erwarten. Die Besucher:innenzahlen der einzelnen Monate gleichen sehr stark dem Vorjahr. Die Abbildung an Besucher:innen aus dem Vorjahr (2023) zum Vergleich ist nachfolgend dargestellt.

Auswertung 2023 - Besucher / Jahr

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

Abbildung 04: Auswertung Besucher:innenanzahl im Jahr 2023, Quelle: Erhebungen TI.

2.2 SOUVENIRS

Untenstehend ist die Auflistung der sogenannten „Rennerartikel" der Souvenirverkäufe in der TI im Vorjahresvergleich abgebildet. Briefmarken, Tickets zu öffentlichen Führungen, einzelne Biere sowie zur kostenfreien Ausgabe ausgebuchte Artikel für beispielsweise Gewinnspiele oder Giveaways sind davon ausgenommen.

2024

1) Postkarten (alle Motive)
2) Einbecker Senf
3) Einbecker 0 €-Schein
4) Einbecker Adventskalender 2024
5) Tennissocken „Einbecker"
6) Krimi-Trail

2023

1) Postkarten (alle Motive)
2) Einbecker Adventskalender
3) Quietsche-Ente „Einbecker Braumeister"
4) Kinder-Rallye –„Stadtgeschichte"
5) Sixpacks Bier (verschiedene Zusammenstellungen; 6 x 0,33 l)

2024

7) Quietsche-Ente „Einbecker Braumeister“
8) Nudeln „Einbeck al dente“ 500 g
9) Weihnachtskugel Einbeck
10) Buch: MÜLLER, C.: Spaziergang durch Einbeck (Dt./ Engl.)
11) Socken „Einbecker“
12) SET Zettelblock inkl. Kugelschreiber
13) Soft-Touch-Kugelschreiber rot
14) Reliefglas (0,3 l)
15) Baumwolltasche „Echtes Bockbier“, schwarz

2023

6) Weihnachtskugel Einbeck
7) Tennissocken „Einbecker“
8) Krimi-Trail
9) Regenschirm 360°-Panorama
10) Kinder-Rallye – Biergeschichte
11) Quietsche Ente „Stadt Einbeck“
12) Nudeln „Einbeck al dente“ 500 g
13) Badelatschen „Einbecker“
14) BOX „Bockbier Genussbox“ (5 Fl. Bockbier inkl. Weizenbock)
15) Buch: MÜLLER, C.: Spaziergang durch Einbeck (Dt./ Engl.)

Folgende Souvenirs wurden im Jahr 2024 neu eingeführt:

Eigene Artikel

- Einbecker Adventskalender (neues Motiv)
- Einbecker Weihnachtskugel (neues Motiv)
- Cappys Einbeck (regional produziert)
- Magnete mit verschiedenen Einbeck Motiven
- Tasse „I love Einbeck“
- Präsentkörbe verschiedene Varianten

Artikel des Einbecker Brauhauses:

- Anglerhut
- Hopfenseife

Einbecks Kinder-Rallyes

Im Berichtsjahr erfreuten sich unsere speziell für Familien und Kinder konzipierten Kinder-Rallyes großer Beliebtheit.

Die **Rallye „Stadtgeschichte“** erwies sich mit 31 Verkäufen als besonders erfolgreich und zog sowohl Schulklassen als auch Tourist:innen und Einheimische an - insbesondere während der Ferienzeiten und zum Beispiel bei Enkelbesuchen bei den Großeltern vor Ort in Einbeck. Die etwas kürzere und weniger umfangreiche **Rallye „Biergeschichte”** fand mit 13 Verkäufen ebenfalls Anklang. Viele entschieden sich aufgrund der Kompaktheit für diese Option.

Beide Rallyes starten am Marktplatz und boten Kindern im Alter von acht bis 14 Jahren eine spielerische Möglichkeit, Einbeck zu erkunden und mehr über die Stadt zu erfahren. Die Rallyes konnten in der TI erworben werden und die erfolgreichen Teilnehmer:innen wurden am Ende mit einer Urkunde belohnt. Die Rallyes trugen im Jahr 2024 dazu bei, das touristische Angebot für Familien in Einbeck zu bereichern und die Attraktivität der Stadt als familienfreundliches Reiseziel zu erhöhen.

Weihnachtliche Souvenirartikel

Eine aufgelegte Weihnachtsbaumkugel im Jahr 2024 als zweite **Einbecker Weihnachtsbaumkugel** war gelb-gold gehalten und zeigte anlässlich des 10-jährigen Jubiläums des PS.SPEICHER als Motive das historische Kornhaus der heutigen Erlebnisausstellung. Diese exklusive Kugel ist mundgeblasen und von Hand verziert. Sie wurde in limitierter Auflage angeboten, wodurch sie als Nachfolgerin der roten Kugel mit dem Motiv des Alten Rathauses aus dem Vorjahr zu einem begehrten Sammlerstück wurde und wird. Jedes Jahr wird die Einbecker Weihnachtskugel weiterhin mit wechselnden Motiv erscheinen, um die Tradition fortzusetzen und die Schönheit der Stadt zu würdigen.

Mit dem **Adventskalender**, der in diesem Jahr erneut mit einem charmanten Stadtmotiv und 24 süßen Schokoladenüberraschungen die Vorweihnachtszeit versüßte, konnte Einbeck Tourismus in diesem Jahr an der Erstauflage des Vorjahres 2023 anknüpfen.

Souvenirs im Onlineshop

Der alte Onlineshop „Stadtbotschafter" zum Onlineverkauf von Souvenirartikeln der TI wurde aus Gründen des anbietenden Unternehmens des Shops, der „pano.city Marketing GmbH", kurzfristig bis auf Weiteres abgeschaltet. Im Jahr 2022 wurde bereits aus Kostengründen angedacht, auf einen anderen Souvenirshop als preiswertere Variante über das bereits als Buchungssoftware in der TI genutzte System „Deskline" von „Feratel" zu wechseln. Nach der Anmeldung des Insolvenzverfahrens vom „Stadtbotschafter" leitete Einbeck Tourismus organisatorische Maßnahmen ein, um zukünftig einen neuen Souvenirshop inklusive Erlebnisshop zum Verkauf von Tickets für öffentliche Stadtführungen über „Deskline" zu implementieren. Der Start des Souvenir- und Erlebnisshops ist im Zuge des Relaunches der touristischen Website im Frühjahr 2025 geplant. Ab diesem Zeitpunkt können dann nicht nur Einbeck-Souvenirs online bestellt werden, es werden ebenfalls die öffentlichen Stadtführungen und weitere Eintrittstickets online buchbar sein.

2.3 STADTFÜHRUNGEN UND ERLEBNISSE

Das vielfältige Angebotsspektrum an Stadtführungen und Erlebnissen, die in der TI gebucht werden konnten, umfasste im Jahr 2024 ähnlich viele Programme wie in den Vorjahren. Auch die thematische Differenzierung im Zuge des Relaunches der Website aus dem Jahr 2021 ist weiterhin gleichgeblieben.

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

Anzahl Buchungen und Personen

Im Jahr 2024 konnten alle Führungen wie geplant stattfinden. Die Abbildung auf der nächsten Seite zeigt die stattgefundenen Buchungen und Personenanzahl für Stadtführungen und Erlebnisprogramme im Jahresverlauf auf.

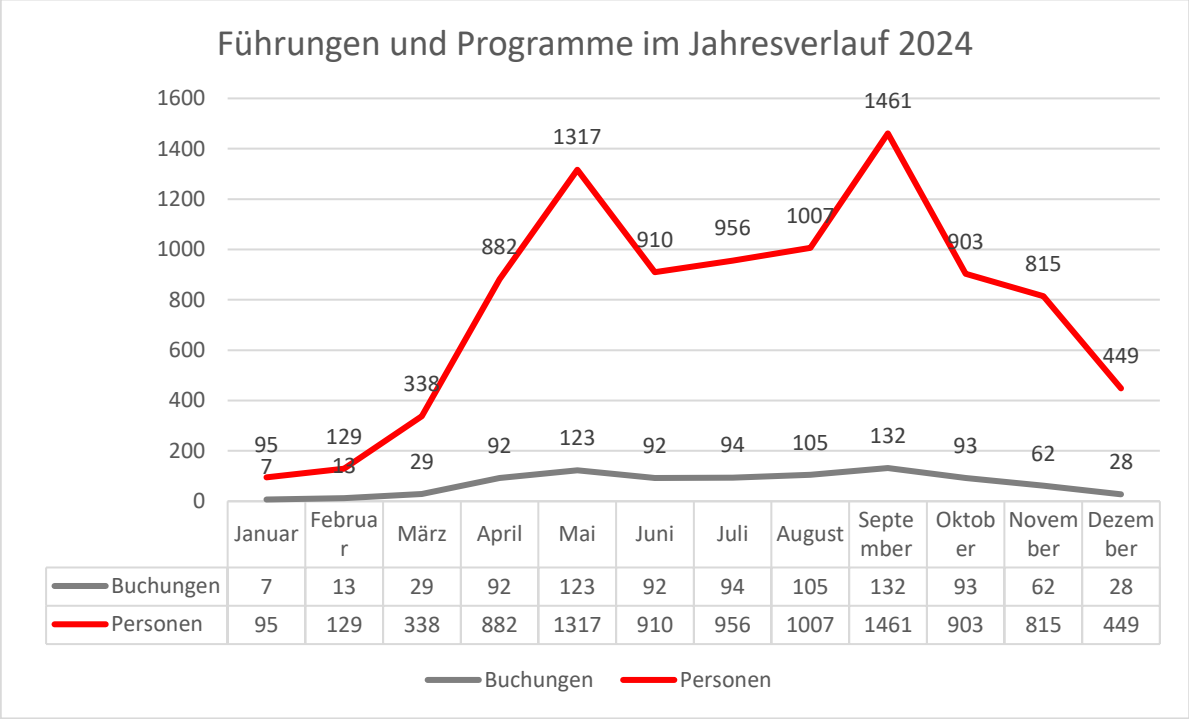


Abbildung 05: Führungen und Erlebnisprogramme im Jahresverlauf 2024, Quelle: Deskline

Im Jahr 2024 wurden insgesamt 870 Gruppen (2023: 897 Gruppen) mit 9.262 Personen (2023: 9.848 Personen) durch Einbeck geführt. Auch wenn die Anzahl der geführten Gruppen im Vergleich zum letzten Jahr um 3,1 Prozent leicht gesunken ist, zeigen die Buchungen ein erfolgreiches Jahr.

Die buchungsstärksten Monate waren der Mai und der September, was sich auch in den Ankünften und Übernachtungszahlen widerspiegelt. Gleiches gilt für die Teilnehmer:innenzahlen der Führungen und Programme. Diese Monate waren auch im letzten Jahr die buchungsstärksten Monate. Es ist ein ähnlicher Jahresverlauf wie im Vorjahr zu erkennen.

Genauere Informationen sowie Teilnehmer:innenzahlen der einzelnen Stadtführungen werden im Folgenden detaillierter beschrieben.

Einzelüberblick an Führungen und Erlebnissen

Im folgenden Abschnitt wird auf **einzelne Führungen sowie Erlebnisprogramme** eingegangen. Die Abbildung auf der Folgeseite zeigt alle gebuchten Führungen und Erlebnisse (ab fünf Buchungen) auf, die in 2024 stattgefunden haben. In der Abbildung sind die öffentlichen Stadtführungen ausgenommen, da auf diese in einer weiteren Grafik noch genauer eingegangen wird.

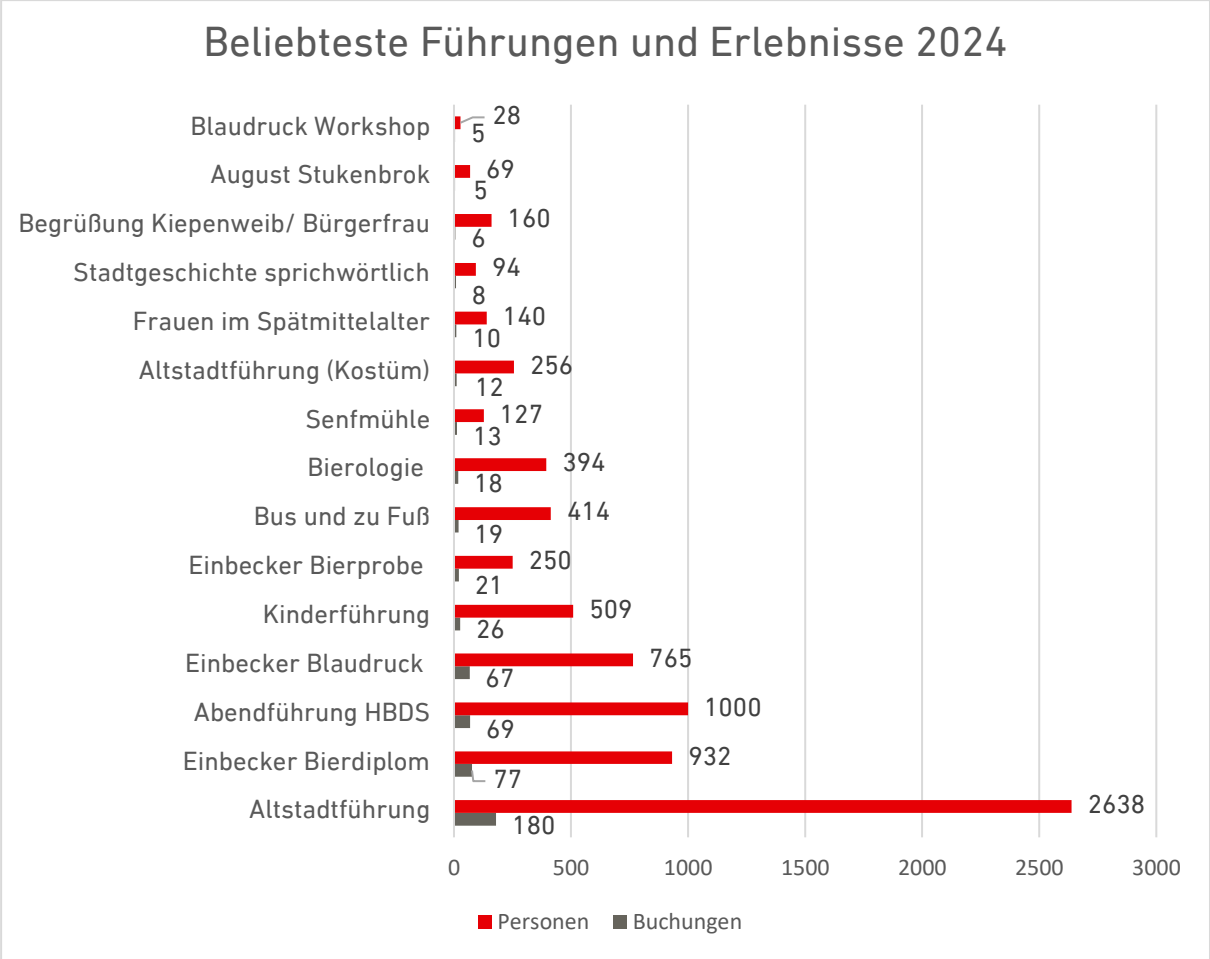


Abbildung 06: Führungen und Erlebnisse 2024, Quelle: Deskline

Wie in den Vorjahren konnten in 2024 mit Abstand die meisten Buchungen für die Altstadtführung „Durch die Jahrhunderte“ registriert werden. Insgesamt wurde die Altstadtführung 180 Mal gebucht (2023: 216 Mal) und 2.638 Menschen haben daran teilgenommen. Inbegriffen sind auch verlängerte sowie verkürzte Altstadtführungen (jeweils um 30 Minuten verkürzt oder verlängert). An zweiter Stelle steht das „Einbecker Bierdiplom“ (77 Buchungen mit 932 Teilnehmern). Ebenso sehr beliebt ist die Abendführung „Helles Bier und dunkle Schatten“ mit 69 Buchungen und 1000 Teilnehmern sowie eine Besichtigung des Einbecker Blaudrucks. Diese wurde 67 Mal gebucht und 765 Menschen haben daran teilgenommen. Insgesamt ist deutlich zu erkennen, dass sich die Rangfolge der gebuchten Führungen im Vergleich zu den letzten Jahren kaum verändert hat.

Öffentlichen Führungen und Erlebnisse

Die Abbildung auf der nächsten Seite zeigt alle tatsächlich stattgefundenen **öffentlichen Führungen und Erlebnisse 2024** sowie die Anzahl der teilgenommenen Personen. Die öffentliche Altstadtführung (in der Hauptsaison (vom 01. April bis 31. Oktober 2024 täglich um 14:30 Uhr sowie an Samstagen, Sonn- und Feiertagen zusätzlich um 11:00 Uhr) konnte 267 Mal realisiert werden und insgesamt haben 784 Personen daran teilgenommen (Vergleich 2023: 274 Mal mit 1.070 Personen). Auch an der öffentlichen Abendführung, welche ganzjährig an jedem ersten Freitag

im Monat angeboten wurde, haben insgesamt 192 Personen teilgenommen (2023: 204 Personen). Auch die weihnachtliche Abendführung als öffentliche Abendführung mit Glühweineinkehr wurde im Jahr 2024 wieder angeboten. Insgesamt haben 18 Personen an vier Führungen teilgenommen. Wie bereits erwähnt, ist im Jahr 2024 die öffentliche Führung „Mit dem Fahrrad zum Erfolg: Die Geschichte von August Stukenbrok“ neu dazugekommen. Diese konnte insgesamt 15 Mal stattfinden und 99 Personen haben im Jahr 2024 daran teilgenommen. Auch die öffentliche Blaudruckführung wurde in der Hauptsaison weiterhin einmal im Monat angeboten. Insgesamt haben 50 Personen daran teilgenommen und somit 10 Personen mehr als im Jahr 2023.

Die unten abgebildete Grafik zeigt eine Übersicht aller öffentlichen Führungen und Erlebnisse, die im Jahr 2024 stattgefunden haben.

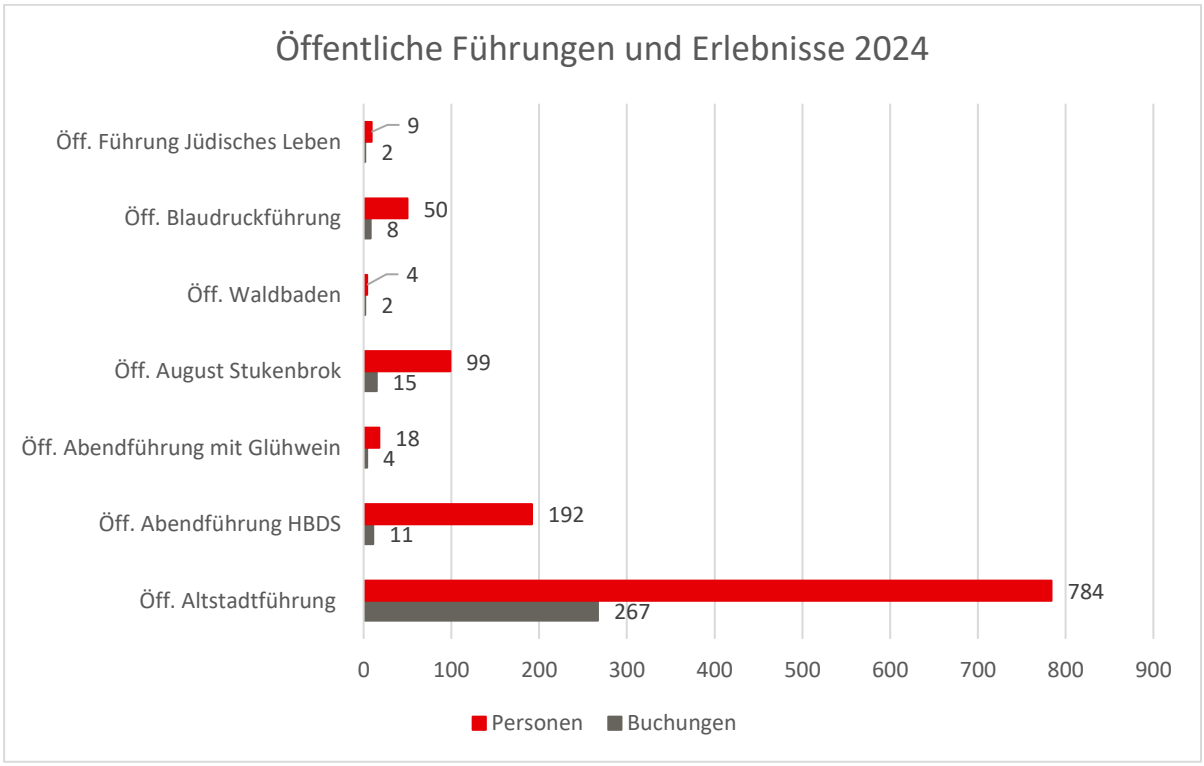


Abbildung 07: Öffentliche Führungen 2024, Quelle: Deskline

Krimi-Trail als digitales Erlebnisangebot

Ergänzend zum Führungsangebot hat sich die digitale Rätseljagd **Krimi-Trail „Toxisches Reinheitsgebot“** in Einbeck im Jahr 2024 als touristisches Erlebnisangebot Einbecks etabliert. Mit insgesamt 71 verkauften Fall-Akten zwischen dem 01. Januar und dem 31. Dezember 2024 verzeichnete das **digitale Stadterlebnis als Outdoor-Escape-Game** einen beachtlichen Erfolg. Besonders hervorzuheben ist die breite Akzeptanz des Angebots bei einer äußerst vielfältigen Zielgruppe. Von Familien über Freundesgruppen bis hin zu Firmenevents und Einheimischen unterschiedlicher Altersklassen – der Krimi-Trail war für Jung und Alt gleichermaßen attraktiv.

Die hohe Nachfrage im Dezember, insbesondere während der Weihnachtsfeiertage, unterstreicht die Attraktivität des Krimi-Trails als unterhaltsame Alternative zu traditionellen Festtagsaktivitäten. Die positiven Rückmeldungen der Teilnehmer:innen an die TI bestätigen den hohen Spaßfaktor und die einzigartige Möglichkeit, die Stadt auf spielerische und digitale Weise zu entdecken.

2.4 REISEPAKETE

Für das **Halbtagesprogramm** „**Fachwerkkunst und Kaffeeklatsch**" konnten zwei Buchungen erzielt werden. Ebenso wurde eine Buchung für die „**Bierologie in Einbeck**" erzielt. Lediglich „**Fachwerkkunst und Braugenuss**" konnte im Jahr 2024 keinerlei Buchungen verzeichnen.

Auch im Jahr 2024 fanden **Pauschalen in Einbeck** wieder regen Anklang. Insgesamt wurden **acht Pauschalen** mit **64 Personen** gebucht. Der Vergleich zum Vorjahr zeigt, dass zwar die Anzahl der einzelnen Buchungen gesunken ist, sich dafür aber die Teilnehmer:innenzahl mehr als verdreifacht hat (Vergleich 2023: 12 Pauschalen mit 18 Personen). Buchungen von Alleinreisenden gab es in diesem Jahr nicht (Vergleich 2023: zwei Buchungen von Alleinreisenden).

Passend zum **Themenjahr 2024** wurden zwei neue Pauschalen entwickelt (siehe auch 3.1 zur Angebots- und Produktentwicklung). „**Einbeck bewegt Dich**" und „**Einbeck bewegt Dich – Exklusiv**" wurden jeweils einmal gebucht. Sie wurden speziell für Individualtouristen konzipiert und in der Hauptsaison von April bis Oktober angeboten. Sie wurden nicht so häufig gebucht wie die Themenjahr-Pauschale im vorherigen Jahr (Bockbier-Wochenende in 2023: acht Buchungen).

Die Pauschale „**EINGenuss-Wochenende**" konnte vier Buchungen mit insgesamt 40 Personen und das „**EINBier-Wochenende**" zwei Buchungen mit insgesamt 19 Personen erzielen.

2.5 UNTERKÜNFTE

Um die Onlinebuchbarkeit von Unterkünften zu steigern und wettbewerbsfähig zu bleiben, kooperierte die TI mit der „OBS OnlineBuchungService GmbH" (kurz: OBS). Im Zuge der Digitalisierungsoffensive war es im Jahr 2024 weiterhin das Ziel, so viele Unterkünfte wie möglich in Einbeck online buchbar zu machen.

OBS unterstützt die Unterkünfte dabei und bietet viele Weiterbildungen an. Unterkünfte haben die Möglichkeit an wöchentlichen Fortbildungen teilzunehmen, aber auch persönliche Schulungstermine mit OBS zu vereinbaren. Die Grafik untenstehend zeigt die Onlinebuchungen der Unterkünfte, die mit OBS zusammenarbeiteten. Dargestellt ist der Vergleich des Jahres 2024 mit den beiden Vorjahren.

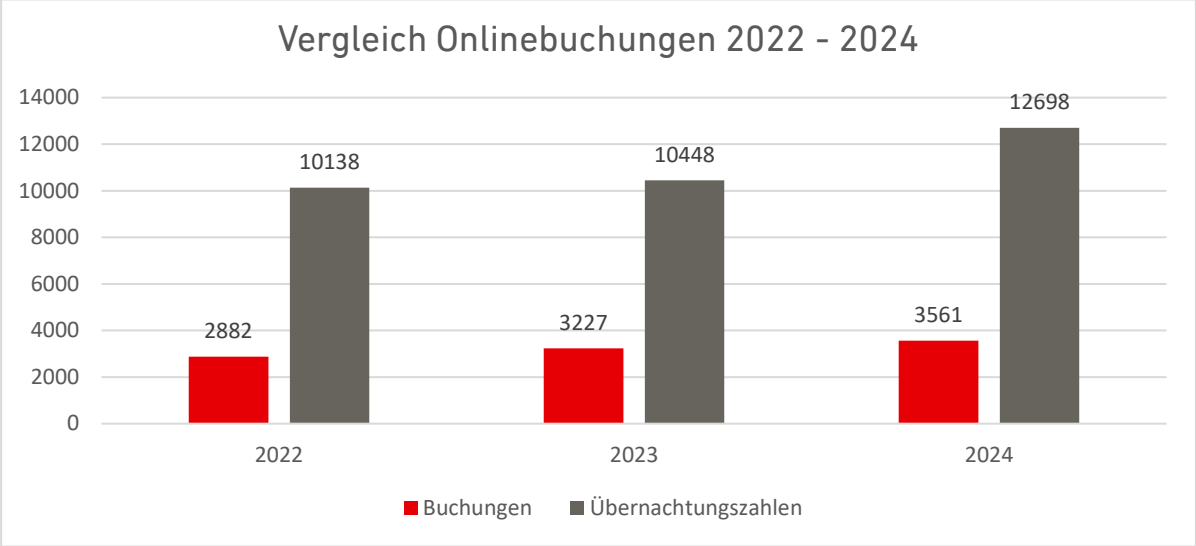


Abbildung 08: Onlinebuchungen 2022, 2023 und 2024 OBS Einbeck, Quelle: OBS.

Bereits im Vorjahr 2023 konnte ein Anstieg der Onlinebuchungen verzeichnet werden. Diese Grafik zeigt, dass sich dieser Trend auch in 2024 weiter fortgesetzt hat. Im Jahr 2024 konnten 3.561 Onlinebuchungen über OBS verzeichnet werden. Im Vergleich zum Vorjahr ist dies ein Anstieg von **10,4 Prozent**.

Im Jahr 2024 ist Einbeck mit 23 Unterkünften gestartet, die über OBS buchbar waren. Zum Ende des Jahres waren es nur noch **22 buchbare Unterkünfte**. Dies ist dem Umstand geschuldet, dass ein Hotel den Betreibenden gewechselt hat und sich momentan in einer Renovierungsphase befindet.

An der Verfügbarkeit der online zu buchende Unterkünfte hat sich somit wenig bis gar nichts geändert, die Onlinepräsenz und somit die Online-Buchungsmöglichkeit in Einbeck sind weiterhin sehr gut. Ein Ausbau im kommenden Jahr wird nichtsdestotrotz angestrebt.

2.6 GÄSTEFÜHRER:INNEN

Im Jahr 2024 hat sich die Entwicklung der Gästeführer:innen in Einbeck weiter positiv fortgesetzt. Nachdem bereits im Jahr 2023 ganzjährig Führungen angeboten werden konnten, hat sich dieser Trend auch im Jahr 2024 gezeigt. Ein wichtiger Meilenstein war der erfolgreiche Abschluss der Ausbildung von neun neuen Gästeführer:innen, die das Portfolio von Einbeck Tourismus bereichern. Diese Ausbildung, die im Jahr 2023 begonnen wurde, beinhaltete verschiedene Themen wie Geschichte, Rhetorik und Didaktik sowie praxisorientierte Teile zu Stadtführungen und Besichtigungen.

Neben der Gästeführer:innenausbildung im Jahr 2024 haben wieder zwei Gästeführer:innentreffen (zum Saisonbeginn und -ende) stattgefunden, organisiert und durchgeführt von Einbeck Tourismus. Diese Treffen bieten den Gästeführer:innen die Gelegenheit, sich auszutauschen, auf das vergangene Jahr zurückzublicken und neue Ideen für die kommende Saison zu entwickeln. Bei dem Gästeführer:innentreffen wurden die neuen Gästeführer:innen feierlich begrüßt und in die Runde aufgenommen. Auch die Weiterbildung der Gästeführer:innen wurde gefördert. So entschieden sich viele Gästeführer:innen dazu, zusätzliche Programme wie etwa Bierdiplome oder

Bierologie in ihr Repertoire aufzunehmen, um den Gästen Einbecks eine noch vielfältigere Erfahrung zu bieten. Weitere Fortbildungen sind für das Frühjahr 2025 geplant.

Zudem konnte das jährliche Gästeführertreffen vom „Fachwerk5Eck“ (kurz: F5E) dieses Jahr in Einbeck organisiert werden. Passend zum Themenjahr 2024 stand es ganz unter dem Motto der Mobilität. Neben einer klassischen Altstadtführung und einer Mittagspause im Brodhaus, durfte auch ein Besuch des StadtMuseums sowie ein Abstecher in die Stukenbrok-Villa nicht fehlen. Besonders erfreulich ist es, dass aus jeder Stadt des F5E Gästeführer:innen an dem Programm in Einbeck teilnahmen. Mit diesen Maßnahmen hat Einbeck die Qualität seiner Gästeführungen weiter gesteigert und zeigt, wie wichtig kontinuierliche Weiterbildung, aber auch der Austausch und die Vernetzung für den Erfolg des Tourismus in der Region sind.

2.7 QUALITÄTSICHERUNG

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

Auch die TI Einbeck wird den Anforderungen der „i-Marke“ im Rahmen der Qualitätssicherung gerecht, weshalb sie sich alle drei Jahre zertifizieren lässt. Das im Jahr 2022 erneut geprüfte Siegel, war auch im Jahr 2024 weiterhin aktuell.

Neben der „i-Marke“ sind die **DTV-Ferienwohnungsklassifizierung** und die „**Reisen für Alle**"-Zertifizierung der TI wesentliche Maßnahmen zur Qualitätssicherung, die Gästen verlässliche Standards und Barrierefreiheit garantieren. Die TI war im Jahr 2024 weiterhin nach den Kriterien zur Barrierefreiheit klassifiziert und für die Zertifizierung von Ferienwohnungen nach DTV-Sternen verantwortlich.

2.8 VERTRIEB

Einbeck Tourismus als **Destination Management Organisation** (kurz: DMO) verfolgt verschiedene Vertriebswege zur Förderung des Tourismus in der Region. Dabei gilt das klare Ziel, die Attraktivität der Destination Einbeck für Gäste und Einheimische zugleich zu steigern, die Besucher:innenzahlen sowie die Übernachtungsdauer nachhaltig zu erhöhen und so die regionale Wertschöpfung zu stärken. Es wurden dafür im Jahr 2024 traditionelle Vertriebswege mit neuen, digitalen und innovativen Vertriebswegen verbunden.

Informations- und Reservierungssystem

Einbeck Tourismus ist **Lizenznehmer des Informations- und Reservierungssystems** (kurz: IRS) „**Deskline**“ von „**Feratel**“.

Im Jahr 2024 wurde das IRS von „Deskline“ für die Buchungen von Unterkünften, Stadtführungen sowie für die Bestellungen von Prospektmaterialien genutzt. Dieses soll zukünftig auch für

den Vertrieb aller öffentlichen Stadtführungen für Einzelpersonen (Individualtourist:innen), Eintrittstickets, Gruppenführungen und Erlebnissen und den Verkauf von Souvenirs in einem dafür angelegten Onlineshop genutzt werden. Ursprünglich war der Start für das Frühjahr 2024 geplant. Aufgrund interner Abläufe und organisatorischer Klärung möglicher Bezahlmethoden, aber auch aufgrund von Systemumstellungen, wurde dieser auf das Frühjahr 2025 verschoben und soll dann im Zuge des Relaunches der Website erfolgen.

Versand von Prospektmaterialien

Der **Versand der Prospektmaterialien** ist ein traditioneller Vertriebsweg in Form von Printprodukten und wird auch mit dem IRS von „Deskline" koordiniert. Alle Prospekte und Flyer sind im IRS angelegt und werden durch ein Prospektmodul auf der Website ausgespielt. Unter folgendem Link können Prospekte bestellt werden: https://www.einbeck-tourismus.de/prospekte. In 2024 erreichten Einbeck Tourismus wieder eine Vielzahl an Anfragen für Informationsmaterialien. Insgesamt sind 728 Anfragen (2023: 993 Anfragen) eingegangen und im Zuge dessen wurden 2.287 Prospekte (2023: 1.531 Prospekte) versandt. Daraus geht hervor, dass im Jahr 2024 deutlich mehr Prospekte verschickt worden sind, was sich auch in den Besucher:innenzahlen widerspiegelt. Außerdem sind Prospektanfragen in hoher Stückzahl für größere Gruppe eingegangen und versendet worden. Darüber hinaus wurden im Jahr 2024 zusätzlich 2.277 Prospekte als PDF-Dokumente heruntergeladen (Vergleich zu 2023: 2.676 Prospekte). Das beliebteste Informationsmaterial ist mit 439 Downloads der **touristische Stadtplan** von Einbeck.
Die Zusammenarbeit mit „**Tambiente**", welches ein in Köln ansässiges Urlaubsmagazin für Urlaubsinspiration ist, fand auch im Jahr 2024 statt. Auf der Website von „Tambiente" können für Einbeck Kataloganfragen gestellt und so neue, potentielle Besucher:innen und Interessenten generiert werden. 2024 waren es 141 übermittelte Anfragen an die TI (2023: 156 Anfragen).

Marketingaktivitäten

Verschiedene Marketingmaßnahmen vermarkten touristische Angebote Einbecks auf vielfältige Weise und verfolgen das Ziel, Einbecks Zielgruppen anzusprechen und die Bekanntheit der Stadt zu steigern. Eine Auswahl von Marketingaktivitäten im Jahr 2024 wird nachfolgend aufgeführt:

- **Messepräsenz**: Einbeck präsentierte sich auf Tourismusveranstaltungen in der Region (z. B. Events für Reise- und Busunternehmen, Teilnahme an der Internationalen Tourismus-Börse Berlin), um die Destination bekannt zu machen, Kontakte zu knüpfen und das eigene touristische Angebot zu bewerben.
- **Weihnachtsaktionen**: Einbeck beteiligte sich an Marketingaktivitäten in der Weihnachtszeit, um Gäste in der Vorweihnachtszeit anzuziehen. Dies erfolgte beispielsweise über die Vermarktung des winterlichen Einbecks mit seinen Attraktionsfaktoren wie dem Einbecker Weihnachtsdorf in Anzeigen sowie Pressemitteilungen oder der Teilnahme an einem Online-Adventskalender über den touristischen Dachverband „Weserbergland Tourismus e. V." mit dem Gewinn eines Reisepaketes nach Einbeck.

Vertriebspartnerschaften

- **Partnerschaften mit lokalen Leistungsanbieter:innen**: Eine enge Zusammenarbeit mit Unterkunftsbetrieben, Gastronom:innen und Freizeitbetrieben sowie weiteren touristischen Anbieter:innen ist unerlässlich. Einbeck Tourismus entwickelte in dem Zuge zusammen mit diesen Unternehmen zielgruppenspezifischen Angebote sowie individuelle Aufenthalte für Gäste und bewarb diese über verschiedene Kanäle.

- **Kooperation mit Busreiseunternehmen**: Die DMO baute über das Jahr hinweg Kontakte im Busreisegruppensegment weiter aus, um die Destination Einbeck vermehrt in Busreiseprogramme aufnehmen zu lassen. Dafür wurden individuelle Angebote für Busgruppen gestaltet, die konkret auf Bedürfnisse verschiedener Busgruppen zugeschnitten wurden. Zudem wurde der Kontakt zu Veranstalter:innen des Busgruppensegments in 2024 stetig aufgebaut und soll in 2025 weiter intensiviert werden (siehe mehr unter 2.9 Busgruppen).

Weitere wichtige Aspekte:

- **Onlinemarketing**: Im Jahr 2024 plante Einbeck Tourismus zielgruppenspezifische Maßnahmen im Onlinemarketing mit Umsetzungsbeginn ab 2025. Hiermit soll künftig der digitale Vertriebsweg von Produkten und Angeboten ausgebaut werden.
- **Content-Marketing**: Nach Workshops rund um das Thema Kommunikation, Contenterstellung und Storytelling (siehe mehr unter 3.1 Binnenmarketing) veränderte Einbeck Tourismus Marketinginhalte und passte sie spezifischer auf die touristischen Zielgruppen der Stadt an. Die Erstellung und Verbreitung hochwertiger Bild-, Video und Textinhalte soll das Interesse für Einbecks Angebote wecken und zu Buchungen führen. Bei der Contenterstellung werden touristische Produkte über Direktlinks oder Verweise auf Anfrage- und Buchungsmöglichkeiten vermarktet.
- **Datenanalyse und Erfolgsmessung**: Einbeck analysierte zur Vertriebssteuerung regelmäßig Besucher:innenzahlen der TI und Buchungen, um die Wirkung von Marketing- und Vertriebsaktivitäten zu eruieren. Damit wird angestrebt, die genutzten Vertriebswege kontinuierlich zu optimieren und dem Markt mit seinen Entwicklungen und Trends anzupassen.

Insgesamt wurde das Jahr 2024 genutzt, um die Weichen für weitere Vertriebsansätze zu stellen und mit einer Mischung verschiedener Vertriebsmöglichkeiten, physisch und digital, einen positiven Beitrag zur Wertschöpfung in der Region zu leisten. Dieser Beitrag spiegelt sich in den Tourismuskennzahlen 2024 wider.

2.9 BUSGRUPPEN

Busgruppen spielten auch im Jahr 2024 eine wichtige Rolle für den Tourismus in Einbeck, da sie eine bedeutende Quelle für Gästeübernachtungen und wirtschaftliche Impulse darstellen. Diese Gruppen tragen dazu bei, den Tourismus in der Region zu fördern und den Bekanntheitsgrad der Stadt zu steigern. Sie haben ein hohes wirtschaftliches Potential und sind deshalb sehr wichtig, um die Stadt zu beleben und den Umsatz lokaler und regionaler Unternehmen zu steigern.

Im Jahr 2023 nahm das Team von Einbeck Tourismus an einer internen Schulung teil, um sich auf die **Bedürfnisse von Busreisenden** noch besser vorzubereiten. Zahlreiche Maßnahmen, die dort erlernt wurden, wurden 2024 direkt in die Tat umgesetzt, um den Busreisemarkt weiter zu erschließen (M 11).

Ein bedeutender Schritt, die Destination Einbeck bei Reiseveranstalter:innen für Busgruppen im Jahr 2024 intensiv zu vermarkten, war die Durchführung von zwei **Busreiseveranstalter:innen-Events** in Zusammenarbeit mit dem PS.SPEICHER. Ziel dieser Events war es, die Veranstalter:in-

nen von Einbeck als sehenswertes Ziel für ihre Busgruppen zu begeistern und auf mögliche Fragen und individuelle Fragen zu Gruppenreisen nach Einbeck eingehen zu können. Hierfür wurde ein umfangreiches Wochenendprogramm mit Übernachtung im Hotel FREIgeist entwickelt.

Das erste Event fand am 22. und 23. März 2024 statt. Dabei organisierte Einbeck Tourismus einen Empfang im Alten Rathaus. Neben kleinen Snacks und dem Zeigen des Einbecker Imagefilms gab es eine Kurzvorstellung der Stadt durch eine Einbecker Gästeführerin.

Das zweite Event fand am 25. und 26. Oktober 2024 statt und begann am Freitagabend mit einem Get-Together. Danach wurde zu einem gemeinsamen Abendessen aller Akteur:innen und geladenen Reiseveranstalter:innen im PS.SPEICHER eingeladen. Einbeck Tourismus präsentierte sich dabei mit einem Messecounter, touristischen Prospektmaterialien, Souvenirartikeln und Roll-Ups. Am Samstag wurden die Reiseveranstalter:innen durch eine Einbecker Gästeführerin im Brodhaus begrüßt. Hier gab es einen Mittagsimbiss, gefolgt von der Präsentation des Imagefilms über Einbeck und einem anschließenden Stadtrundgang.

Diese Events waren ein voller Erfolg und führten bereits zu mehreren **Buchungen von Busgruppen**. Insgesamt haben bei beiden Events 20 verschiedenen Busreiseveranstalter:innen teilgenommen. Vier davon buchten bereits im Jahr 2024 eine Gruppenreise nach Einbeck. Ein weiterer Reiseveranstalter besuchte die Stadt bereits kurze Zeit nach dem Event erneut und brachte 23 Vertreter:innen verschiedenster Reiseveranstalter mit nach Einbeck, welche als potentielle Multiplikatoren zukünftig viele weitere Buchungen generieren können. Dieses Ergebnis unterstreicht den positiven Einfluss solcher Veranstaltungen auf den Tourismus in Einbeck.

3 TOURISMUSMARKETING UND – ENTWICKLUNG

Erfolgreiches Tourismusmarketing und eine aktive Tourismusentwicklung sind zwei eng verbundene Säulen und unerlässlich, um die Destination Einbeck attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten. Im Folgenden werden beide Aspekte in Bezug auf das Jahr 2024 näher beleuchtet.

Tourismusentwicklung

Tourismusentwicklung zielt darauf ab, das touristische Angebot einer Destination qualitativ und quantitativ zu optimieren, neue Zielgruppen zu erschließen und die Wettbewerbsfähigkeit zu stärken. Ziel ist es Ressourcen und Stärken der Destination Einbeck hervorzuheben und ein unverwechselbares sowie attraktives Profil für Gäste und zugleich Einheimische zu schaffen.

Im vorherigen Jahr 2023 wurden dafür interne und externe Produktworkshops durchgeführt. In diesen konnten Produktprinzipien für Einbeck für die zukünftige Ausrichtung touristischer Angebote abgeleitet werden. Darauffolgend im Jahr 2024 fanden weiterhin **bedeutende Schritte auf dem Weg zu einem zukünftigen Tourismuskonzept und zur Weiterentwicklung der touristischen Angebotspalette** (M 5) statt. Auf diese wird im Folgenden genauer eingegangen: Am 14. März 2024 wurde ein **Workshop mit Vertreter:innen aus der Politik und der Tourismuswirtschaft** durchgeführt, um die im Jahr 2023 intern im Team entwickelten **Produktideen** gemeinsam weiter zu konkretisieren. Dieser Austausch war entscheidend, um die Weichen für die zukünftige touristische Ausrichtung zu stellen.

Darauffolgend wurden im Mai 2024 **drei ganztägige interne Workshops** durchgeführt, die sich intensiv mit den Themen **Kommunikation, Marketing und Public Relations** auseinandersetzten. Die Leitung der Workshops übernahm Günter Exel als Marketing-, Web- und Social-Media-Berater. Ziel dieser Workshops war es, unter Berücksichtigung der Marken- und Zielgruppenprozesse, eine fundierte Content-Strategie für das operative Marketing zu entwickeln. Damit sollen zukünftig die Ziele aus dem kommenden Einbecker Tourismuskonzept erfolgreich erreicht und dessen Maßnahmen sowie neue Angebote zielgruppengerecht kommunizieren zu können. Die drei Tage behandelten folgende Inhalte:

- Tag 1 – Content-Strategie und Praktisches Storytelling (Teil 1/2)

  Der Fokus am ersten Workshop-Tag lag auf der Analyse vergangener Ergebnisse der Zielgruppen- und Markenprozesse Einbecks. Es wurde anhand eines Wertemodells und Gesprächen über Zielgruppen Klarheit über die Werte der touristischen Marke Einbeck in Verbindung zu den Zielgruppen geschaffen. Des Weiteren wurden mögliche Content-Themen und Interessensgebiete für verschiedene Werte der Zielgruppen herausgearbeitet. Daraus konnten wertvolle Erkenntnisse für die zielgruppengerechte Informationsausarbeitung für das Marketing und die Kommunikation gewonnen werden.

- Tag 2 – Content-Strategie und Praktisches Storytelling (Teil 2/2)

  Strategisches Storytelling und Ideenentwicklung standen im Mittelpunkt. Die Teilnehmenden lernten, wie sie Wunschkund:innen anhand des Realizing-Progress-Modells begeistern können. Zudem wurden Rahmenbedingungen für die Kommunikation der touristischen Marke entworfen und Touchpoints der Zielgruppe erarbeitet.

- Tag 3 – Operatives Marketing und Pressearbeit

  Eine umfassende Analyse der bisherigen Social-Media-Maßnahmen und Kommunikationsformate wurde durchgeführt. Der Blick auf die bisherige Pressearbeit und Impulse sowie Empfehlungen für die Zukunft wurden erörtert. Ein Exkurs zur Nutzung von Künstlicher Intelligenz in der Content-Produktion rundete den Workshop-Tag ab.

Die Erkenntnisse aus diesen drei Tagen verdeutlichten, dass die Content-Strategie ein fortlaufender Prozess ist, der in den kommenden Jahren im Rahmen des kommenden Einbecker Tourismuskonzepts umgesetzt werden soll. Teamdenken und strukturierte Prozesse sind essenziell für die Entwicklung von Content. Die Themenvielfalt in Einbeck ist groß und kann gezielt auf die Marke und die Zielgruppen fokussiert werden. Zudem wurde die Nutzung von Künstlicher Intelligenz als hilfreiches Werkzeug identifiziert.

Diese Erkenntnisse aus Workshops und bearbeitete Produkte bilden die Grundlage für die zukünftige touristische Entwicklung und die Stärkung der Marke Einbeck. Dessen Ausrichtung wurde im Tourismuskonzept verankert und dieses wurde im Jahr 2024 durch „Realizing Progress" in Zusammenarbeit mit Einbeck Tourismus verfasst. Es soll anschließend im Corporate Design der Stadt Einbeck in ein Dokument überführt und im Folgejahr 2025 vorgestellt werden.

Tourismusmarketing

Das Tourismusmarketing von Einbeck Tourismus vermarktet die Destination Einbeck in der **Innen- und Außenkommunikation** und bringt damit die touristische Marke in die Welt. Das Tourismusmarketing ermöglicht es Einbeck Tourismus einzigartigen Angebote und Erlebnisse zielgerichtet zu kommunizieren und damit die touristische Nachfrage sowie Netzwerke in verschiedenen Arbeitsbereichen zu fördern.

Dazu gehören folgende Arbeitsbereiche:

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

In den nachfolgenden Unterpunkten wird darauf eingegangen, welche Maßnahmen Einbeck Tourismus im Jahr 2024 in welchen Bereichen umgesetzt oder begonnen hat.

3.1 BINNENMARKETING

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

Einbeck Tourismus baut die Aktivitäten im Bereich der **Binnenkommunikation** kontinuierlich weiter auf. Mit dem Partnerbereich auf der Website www.einbeck-tourismus.de wurde der Rah-

men geschaffen, um Informationen weiterzugeben. Dies betrifft die Online- und Offline-Beteiligungsmöglichkeiten an Marketingmaßnahmen von Einbeck Tourismus, das Informations- und Reservierungssystem, die Nutzung des Logos sowie des Veranstaltungskalenders. Außerdem werden Konzepte und Leitfäden bereitgestellt. Außerdem gibt es Downloadmöglichkeiten für das Marketingkonzept und den Marketingplan.

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

Im Rahmen der **Binnenkommunikation** wurden folgende Formate begleitet und umgesetzt:

- **Gästeführer:innenausbildung**

  Im Jahr 2024 konnte Einbeck Tourismus einen bedeutenden Erfolg im Bereich des Tourismus verzeichnen, denn die **Ausbildung von neun neuen Gästeführer:innen** wurde mit der praktischen Prüfung am 03. März 2024 erfolgreich abgeschlossen. Diese neuen Botschafter:innen der Stadt sind bestens gerüstet, um Gästen und Einheimischen die reiche Geschichte und das kulturelle Erbe Einbecks näherzubringen.

  Die Ausbildung, die im November des Vorjahres 2023 begann, umfasste wöchentliche Unterrichtseinheiten, in denen den Teilnehmer:innen ein tiefgehendes Wissen über die Stadt vermittelt wurde. Dabei lag der Fokus nicht nur auf der Vermittlung historischer Fakten, sondern auch auf der Entwicklung von Fähigkeiten zur ansprechenden Präsentation und Interaktion mit Gästen unterschiedlicher Hintergründe. Die Ausbildungsinhalte waren vielfältig und deckten ein breites Spektrum ab, darunter:

  - Detaillierte Einblicke in die ältere und jüngere Stadtgeschichte
  - Inhalte der Fachwerkarchitektur
  - Berühmte historische Persönlichkeiten
  - Traditionen wie beispielsweise die Braukunst
  - Auseinandersetzung mit der jüdischen Geschichte, Kunstobjekten, Denkmälern und kulturellen Institutionen Einbecks
  - Methoden zur effektiven Gestaltung von Stadtführungen und zur Interaktion mit Gästen verschiedener Altersgruppen und Hintergründe

  Mit dieser erfolgreichen Ausbildung hat Einbeck sein touristisches Angebot weiter gestärkt. Die neuen Gästeführer:innen tragen dazu bei, das Bewusstsein für das kulturelle Erbe der Stadt zu fördern und Einbeck als attraktives Ziel für Besucher:innen aus aller Welt zu positionieren.

- **Tourismus-Stammtisch** (M 1)

  Im Jahr 2024 lud Einbeck Tourismus **zweifach** Vertreter:innen verschiedener Bereiche der Tourismuswirtschaft sowie Politiker:innen zum **Tourismus-Stammtisch** ein. Ein Stammtisch fand am 5. Juni 2024 im Biergarten am Ostertor statt, weiterer am 13. November 2024 im Hotel Panorama.

  Das Format bewehrte sich und soll in den kommenden Jahren regelmäßig weitergeführt werden, um den Austausch untereinander weiter zu fördern und die Vernetzung der Tourismuswirtschaft zu intensivieren. Diese Veranstaltungen sind entscheidend, um Syner-

gien zu schaffen, voneinander zu lernen und gemeinsam die Weichen für eine erfolgreiche touristische Zukunft zu stellen. Der Austausch unter den Akteur:innen ist somit nicht nur wichtig, sondern unerlässlich für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismusbereiches.

Zudem Stammtischen bot der Dialog über die touristischen Kennzahlen im Überblick und die Vorstellung der Wirtschaftsfaktoranalyse 2023 wertvolle Einblicke in die aktuelle Situation und die Herausforderungen der Branche. Darüber hinaus wurde ein Ausblick auf das kommende Tourismuskonzept für Einbeck mit verschiedenen Produktprinzipien und Handlungsempfehlungen vorgestellt. Auch weitere Themen wie die Arbeit mit touristischen Verbänden und Busgruppenreiseveranstaltern zeigten auf, dass Einbeck Tourismus ständig das touristische Angebot vor Ort mit Partner:innen weiterentwickelt. Besonders bereichernd war im November-Stammtisch der Vortrag zu künstlichen Intelligenz durch den Referenten Bastian Hiller des Unternehmens „Teejit GmbH". Er eröffnete neue Perspektiven und stellte dar, wie moderne Technologien den Tourismussektor transformieren können.

Diese Veranstaltungen sind entscheidend, um Synergien zu schaffen, voneinander zu lernen und gemeinsam die Weichen für eine erfolgreiche touristische Zukunft zu stellen. Der Austausch unter den Akteur:innen ist somit nicht nur wichtig, sondern unerlässlich für die nachhaltige Entwicklung des Tourismussektors.

- **Einzelgespräche mit Partner:innen und touristischen Anbieter:innen** (M 2)

  In Ergänzung zu den Tourismus-Stammtischen wurde ebenfalls mit einzelnen Akteur:innen der touristischen Leistungskette zu Weiterentwicklungen und Bedarfen gesprochen.

Im Rahmen der **internen Markenführung** wurde auch im Jahr 2024 daran gearbeitet, die Wort-Bild-Marke und somit das Corporate Design weiterhin umzusetzen. Folgende Aktualisierungen und Neugestaltungen konnten realisiert werden:

- **Informationen an der Fahrradstation am Möncheplatz**

  Um eine bessere Sichtbarkeit der vorhandenen abschließbaren und überdachten Fahrradabstellmöglichkeiten sowie Servicestellen für Besucher:innen und Einheimische zu schaffen, wurde für die Fahrradstation am Möncheplatz ein Aufkleber gestaltet und anschließend angebracht.

  Unterstützend hierzu wurden zusätzlich Plakate mit Informationen zum sicheren Abstellen von Rädern erstellt und an innenstadtnahe Restaurants verteilt sowie an öffentlichen Orten ausgehängt.

- **Beschilderung am Bahnhof Einbeck-Mitte**

  Um ein einheitliches Corporate Design der Stadt nach außen zu tragen, wurde ein Aufkleber mit neuem Logo entworfen, der auf dem Willkommensschild am Bahnhof Einbeck-Mitte über dem alten Logo der Stadt Einbeck (ehem. Silhouette) aufgebracht wurde.

- **Informationsvitrinen an Bahnhöfen**

  Aufgrund eines mangelhaften Zustandes der bestehenden Plakate in den Bahnhofsvitrinen (verblasste Farben sowie Abrutschen der Plakate) wurden die Inhalte der drei Bahnhofsvitrinen (Einbeck-Mitte, Einbeck-Salzderhelden, sowie Einbeck-Kreiensen) unter Berücksichtigung des Corporate Designs sowie aktuellen relevanten Inhalten und neuem Fotomaterial in Bezug auf die einzelnen Standorte überarbeitet. Für eine bessere Lesequalität und eine längere Beständigkeit wurden die Vitrinen mit Plexiglasscheiben ausgestattet. Hierfür konnten der PS.SPEICHER sowie die Einbecker Brauhaus AG als Sponsoren gewonnen werden. Im Gegenzug wurden sie mit ihren Logos auf den Plakaten aufgenommen.

- **Begrüßungs- und Verabschiedungsschilder** (M 6)

  Die Aktualisierung der vorhandenen Ortseingangsschilder in Einbeck, einschließlich der einheitlichen Aktualisierung und Implementierung des Corporate Designs, wurde in 2024 mit Planungen begonnen und soll mit der Umsetzung in 2025 vollständig abgeschlossen werden. Ebenfalls die Aufstellung von Begrüßungs- und Verabschiedungsschildern an Ortseingängen und -ausgängen erfolgt im Jahr 2025. Im Jahr 2024 konnten diese Arbeiten nicht vollständig bearbeitet und umgesetzt werden.

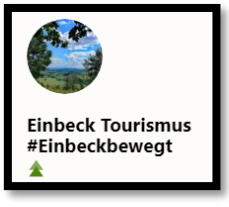
Im Rahmen der **Angebots- und Produktentwicklung** konnten folgende Angebote und Produkte geplant und auch umgesetzt werden:

- **Touristisches Rad- und Wanderkonzept der Stadt Einbeck** (M 8)

  Nachdem das Konzept mit Handlungsempfehlungen für die Themen Wandern, Nordic-Walking und VitalWege, Radfahren und Gravelbiken im Ausschuss für Tourismus- und Wirtschaftsförderung im Dezember 2023 vorgestellt wurde, folgte im April 2024 die Mittelanmeldung für den Haushalt 2025 und Folgejahre. Somit wurde im Mai 2025 mit der Umsetzung erster Handlungsempfehlungen sowie weiteren Projektschritten begonnen.

  Zum Thema **Wandern** erfolgten diese Maßnahmen in 2024:

  - Prüfung der konzipierten Wanderungen durch abfahren und ablaufen
  - Kontaktaufnahme zu Eigentümer:innen und Nachbargemeinden auf deren Eigentum Wanderwege verlaufen
  - Umplanung einiger Wanderwege
  - Finalisierung erster Wanderwege, z. B. Heldenweg und Panoramarundweg
  - Schließung von Gestattungsverträgen für finalisierte Wanderwege
  - Contenterstellung zum Thema, z. B. Bild- und Videoaufnahmen für Werbezwecke und Dokumentation
  - Einrichtung eines „Komoot“-Accounts mit dem Hashtag #Einbeckbewegt, um Touren digital anzulegen und die Bekanntheit der Routen zukünftig zu steigern.



Im Jahr 2024 erfolgte im Rahmen des Rad- und Wanderkonzeptes die **Neuausrichtung der Nordic-Walking Strecken inklusive Vitalwegen:**

- Reduzierung des Streckennetzes von ca. 70 km auf 60 km
- Planung des Rückbaus der einer Route
- Überarbeitung der Beschilderung, Startpunkte sowie -tafeln für 2025 geplant

Ziel: Nutzung von befahrbaren Forstwegen - geringerer Pflegeaufwand der Strecken durch den Kommunalen Bauhof

- **Sprechende Autobahnschilder mit dem „Erlebnisguide" von „MAQNIFY"**

Zusätzlich zu der Erneuerung der touristischen Hinweistafeln (2023) an der A7 hat sich Einbeck Tourismus nach der Insolvenz des Anbieters „signseeing", für eine Kooperation mit der **App „Erlebnisguide"** von „MAQNIFY" entschieden. Der „Erlebnisguide" ist eine Benutzer:innenapp mit der sich Interessierte von unterwegs oder aber auch im Vorfeld über touristisch interessanten Orte und Sehenswürdigkeiten entlang der deutschen Autobahnen informieren können. Die Inhalte sollen dazu animieren, einen Abstecher auf der geplanten Fahrt in eine Region zu machen.

- **WebApp zum Entdeckerpfad „Stadt Land Erleben" (kurz: SLE)**

SLE setzen sich für Bildung im öffentlichen Raum ein. Sie entwickeln Entdeckerpfade für Städte, Dörfer und Naturlandschaften, die Geschichte, Architektur und kulturelles Erbe mithilfe des Smartphones erlebbar machen. Diese interaktiven Pfade fördern einen respektvollen und nachhaltigen Umgang mit Kulturgütern und bieten einen einzigartigen Zugang zu unserem Erbe. Mit digitalen Wissensimpulsen schafft SLE sie eine innovative Lernkultur, die das reale und digitale Entdecken vereint. Im Jahr 2024 wurde der „Entdeckerpfad" durch Einbeck auf 3,9 km Länge mit 19 Stationen entwickelt. Dieser lässt die Lebenswelt des Mittelalters, die Stadt- und Kirchengeschichte sowie die Architektur und Baukultur auf spannende Weise erlebbar werden. So wird das Wissen über unsere Vergangenheit lebendig und für alle zugänglich.

- **Pauschalarrangement zum Mobilitätsjahr 2024**

Im Rahmen des Jahres der Mobilität präsentierte die Einbeck Tourismus in Kooperation mit dem PS.SPEICHER **zwei attraktive Wochenendpauschalen**, die sowohl Liebhaber:innen historischer Fahrzeuge als auch all jene begeistern sollen, die sich für die bewegte Geschichte der Mobilität interessieren. Die beiden Angebote richteten sich an unterschiedliche Zielgruppen und boten ein abwechslungsreiches Programm rund um das Thema Mobilität. Die Pauschalreiseangebote hießen „Einbeck bewegt Dich" (mit PS.SPEICHER-Eintritt, Tickets für den Besuch zweier Depots, Fahren des Porschesimulators) und „Einbeck bewegt Dich - Exklusiv" (mit PS.SPEICHER-Eintritt und einem Souvenirartikel des „PS.SPEICHER").

- **Öffentliche Führung zum Mobilitätsjahr 2024**
  Passend zum Themenjahr „Einbeck bewegt! - Jahr der Mobilität 2024“ wurde in diesem Jahr die bereits vorhandene Themenführung „August Stukenbrok“ leicht abgeändert und unter dem Namen „Mit dem Fahrrad zum Erfolg: Die Geschichte von August Stukenbrok“ als öffentliche Führung angeboten (M 10). Diese fand in der Hauptsaison von April bis Oktober zweimal im Monat statt. Am ersten und dritten Samstag eines jeden Monats ersetzte sie die öffentliche Altstadtführung um 11:00 Uhr.

3.2 ONLINEMARKETING

Im Tourismus ist **Onlinemarketing** heutzutage unerlässlich. Es ist ein hilfreiches Werkzeug, um potenzielle Gäste genau dort zu erreichen, wo sie ihre Reisen planen: online. Von der ersten Inspirationssuche über die detaillierte Reiseplanung bis hin zur Buchung – das Internet spielt in zahlreichen Schritten der Reise des Kunden eine zentrale Rolle. Zu Teilbereichen des Onlinemarketings gehören unter anderem diese, welche für Einbeck Tourismus über das Jahr 2024 hinweg relevant waren:

- **Social-Media-Marketing**: Nutzung sozialer Netzwerke (z. B. „Facebook“ und „Instagram“) für Marketingzwecke (organisch und bezahlt).
- **Suchmaschinenoptimierung**: Maßnahmen, um die Sichtbarkeit der touristischen Website in organischen Suchergebnissen zu verbessern.
- **Content-Marketing**: Erstellung und Verbreitung von relevanten Inhalten, um eine bestimmte Zielgruppe für Einbeck anzuziehen und Kundentreue aufzubauen.
- **E-Mail-Marketing**: Direktmarketing über E-Mails (z. B. Newsletter).
- **Influencer:innen-Marketing**: Zusammenarbeit mit Influencer:innenn, um touristische Produkte oder Dienstleistungen zu bewerben.

Google und Native Advertising

Daher hat es sich Einbeck Tourismus im Jahr 2024 zum Ziel gemacht, die Sichtbarkeit der Stadt mithilfe von **Google und Native Advertising** (M 7) zu erhöhen und eine breite Reichweite zu erzielen. Die Maßnahme zielt darauf ab, die Präsenz von Einbeck Tourismus in den digitalen Kanälen deutlich zu erhöhen. Durch Google Ads werden

- Durch **Google Advertising/Ads** werden potenzielle Besucher:innen gezielt angesprochen, die aktiv nach touristischen Angeboten, Besonderheiten oder spezifischen Attraktionen suchen, die Einbeck zu bieten hat. Dies ermöglicht eine präzise Ausrichtung auf relevante Suchanfragen und erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Interessierte direkt auf die Angebote von Einbeck Tourismus aufmerksam werden.
- **Native Avertising/Ads** fügt sich nahtlos in das redaktionelle Umfeld von Websites und Online-Publikationen ein, wodurch sie als weniger störend empfunden werden und eine höhere Akzeptanz bei der Zielgruppe finden. Diese Form der Werbung bietet die Möglichkeit, die einzigartigen Geschichten und Erlebnisse Einbecks in einem ansprechenden Kontext zu präsentieren und so das Interesse potenzieller Gäste auf subtile Weise zu wecken.

Nachdem Ideenentwicklung und Planung zu beiden Formaten als Teile des Onlinemarketings im Jahr 2024 vorangetrieben wurden, wird die Umsetzung dieser Onlinewerbemaßnahmen voraussichtlich im Jahr 2025 erfolgen. Dies soll einen Schritt zur Stärkung des Images von Einbeck als attraktives Reiseziel und zur Erhöhung seiner Sichtbarkeit im digitalen Raum darstellen.

Business-to-Business-Themennewsletter

Darüber hinaus wurden die Ideenfindung und Planung für den **Business-to-Business-Themennewsletter** (M 4) als Instrument des Onlinemarketings für touristische Anbieter:innen inklusive der Darstellung dieser Inhalte auf der touristischen Website im Jahr 2024 angestoßen. Im Zuge einer Umfrage auf dem ersten touristischen Stammtisch ergab eine Umfrage viele Themen, für die sich die touristischen Anbieter:innen interessieren. Dem zugrundeliegend ergab sich folgende denkbare Struktur als Idee: 1. Vorwort, 2. Neues, 3. Bewährtes und Aktuelles, 4. Möglichkeiten für die Abonennt:innen und 5. Auslandsmarketing mit jeweils weiteren Unterpunkten.

Der Versand dieses Newsletters ist über das E-Mail-Marketing-System „Brevo“ geplant. Die Umsetzung dieser Maßnahme mit erster Newsletteraussendung ist für das kommende Jahr 2025 vorgesehen.

Website

Im Jahr 2024 wurde auf der **Website von Einbeck Tourismus** als Teil des Onlinemarketings eine neue, speziell für Busreiseveranstalter:innen gestaltete, Unterseite auf der bestehenden Website ins Leben gerufen. Diese bietet umfassende Informationen und nützliche Angebote für Gruppenreisen. Der Hintergrund für die Erstellung dieser Seite war eine interne Schulung zum Thema Busreiseunternehmen, die im Vorfeld intern im Team von Einbeck Tourismus mit einem Experten im Busgruppensegment durchgeführt wurde. Ziel der Schulung war es, das Team von Einbeck Tourismus noch besser auf die Bedürfnisse von Reiseveranstaltern vorzubereiten und gezielt Lösungen zu entwickeln, die den Anforderungen von Gruppenreisen gerecht werden. Das Wissen, das in der Schulung vermittelt wurde, fließt nun direkt in die Gestaltung der Webseite ein und sorgt für eine besonders benutzerfreundliche und zielgerichtete Darstellung der Angebote.

Unter dem Menüpunkt „Bus- und Gruppenreisen“ finden Reiseveranstalter alles, was für die Planung eines Ausflugs nach Einbeck wichtig ist. Die Seite umfasst detaillierte Informationen zu Parkmöglichkeiten, damit Busfahrer ihre Gäste problemlos absetzen und parken können. Zudem sind hier Halbtages- und Tagesprogramme zu finden, die einen abwechslungsreichen Aufenthalt in der Region ermöglichen.

Im Bereich der Oldtimerstadt wurde die Website ebenfalls erweitert. Nachdem das Jahr 2023 bereits durch die Teilnahme an der Oldtimer-Rallye ein voller Erfolg war, sind nun weitere Oldtimertouren für die Region digital aufbereitet und seit 2024 über die Ausspielung von in der Datenbank angelegten Tourendaten auf der Website verfügbar. Interessierte können nun Informationen zu Oldtimer-Ausfahrten, dem Mieten eines passenden Oldtimers und weitere wertvolle Routentipps, speziell für Motorradfahrer und Oldtimer-Enthusiasten, erfahren. Dieser neue Abschnitt der Website bietet nicht nur Informationen zu den besten Strecken, sondern auch zu historischen Highlights und Sehenswürdigkeiten, die auf den Touren besucht werden können.

Im Jahr 2024 wurde der Grundstein für den Relaunch der Website von Einbeck Tourismus mit Livegang im Jahr 2025 gelegt. Nach Angebotserhalt und erfolgreicher Auftragsbestätigung, fand eine Schulung für das Team statt. In dieser wurden das neue Typo3, neue Funktionen der Website sowie Darstellungsarten vermittelt.

Der eigentliche Relaunch der Website erfolgt im Jahr 2025 und bis dahin wurde in 2024 begonnen, eine Menüstruktur neu aufzubauen, Wege zur Onlinebuchung einzuleiten und Inhalte der zukünftigen Website neu sowie unter Nutzung verfügbarer Module anzulegen. Der Relaunch wird mit dem Produkt „one.product“ des Websiteanbieters *neusta destination.one* realisiert, das für

alle Kunden dieselben Basisfunktionen bietet. Durch die Anbindung an den Rahmenaufbau (= Framework) der „TourismusMarketing Niedersachsen“ (kurz: TMN) ist Einbeck Tourismus direkt in Funktionsweisen der TMN als Basis integriert. Dies ermöglicht den Zugang zu zusätzlichen Funktionen und Tools zur Optimierung der touristischen Vermarktung.

Untenstehend in der Tabelle wird die Entwicklung der Websitenaktivität auf www.einbeck-tourismus.de im Jahresverlauf anhand der monatlichen Ereignis- und Nutzer:innenzahlen dargestellt. Die monatliche Analyse der Websiteaktivität zeigt deutliche Schwankungen über das Jahr. Höhepunkte der Nutzer:inneninteraktion und der Anzahl individueller Nutzer:innen wurden in den Monaten März, Mai, Juli, August und insbesondere im Oktober verzeichnet. In allen der vorab genannten Monate lag die Ereigniszahl bei über 70.000. Dem gegenüber stehen Tiefpunkte im Februar (Ereigniszahl 48.323) und November (Ereigniszahl 52.394), die auf eine geringere Aktivität hindeuten. Auffällig ist der starke Oktober mit den höchsten Werten in beiden Kategorien, während der März eine hohe Interaktionsrate bei einer moderateren Nutzer:innenzahl aufweist. Insgesamt deutet der Jahresverlauf auf saisonale sowie veranstaltungs- oder kampagnenbedingte Schwankungen in der Websitenutzung hin. Die hohen Ereigniszahlen im Juli und Oktober können auf viele Gästeströme durch große Events wie den Einbecker Oldtimertagen und das Einbecker Eulenfest hinweisen.

Monat	Ereigniszahl (= Die Häufigkeit, mit der die Nutzer ein Ereignis ausgelöst haben)	Nutzer:innen insgesamt
Januar	55.413	11.040
Februar	48.323	9.923
März	70.494	13.941
April	58.943	13.085
Mai	70.529	15.725
Juni	67.464	14.248
Juli	77.189	15.303
August	72.208	16.017
September	66.390	14.703
Oktober	79.875	17.528
November	52.394	12.772
Dezember	53.819	13.852

Abbildung 09: Tabelle Gesamtaufrufe Website. Wiederholte Aufrufe werden auch gezählt.

Social-Media-, Content- und Influencer:innen-Marketing

Wie bereits im Vorjahr war Einbeck Tourismus 2024 stark auf den gängigen **Social-Media-Plattformen** präsent, generierte und teilte regelmäßig Output auf den Plattformen „Facebook", „Instagram", „Twitter" und „YouTube". Insbesondere auf „Facebook" und „Instagram" war Einbeck Tourismus besonders präsent. Dort wurden regelmäßig Inhalte zu verschiedenen Themen veröffentlicht. Hervorstach im Sommer vor allem die **Zusammenarbeit mit dem Fotografen Thomas Christians**, der unter dem Künstlernamen „themodernleper" auf „Instagram" veröffentlicht. Seine Beiträge und Videos zu Einbeck, Einbecks Fachwerk und auch zur Oldtimerrallye, auf der er Einbeck Tourismus begleitete, fanden sehr viel Anklang.

Doch nicht nur touristische Themen wurden auf „Facebook" und „Instagram" geteilt, sondern bspw. die neuen Ausbildungsplätze für die Ausbildung im Bereich Markenkommunikation und Tourismus über die sozialen Netzwerke ausgespielt. Ebenso suchte Einbeck Tourismus über die sozialen Medien nach einer Familie für ein **Fotoshooting mit Florian Spieker** von „Spieker Fotografie". Ziel war es u.a. touristische und zielgruppenspezifische Aufnahmen mit Personen zu erstellen. Weiterhin gab es anlässlich des **Themenjahres 2024 zur Mobilität** eine **Social-Media-Kampagne** (siehe mehr unter 3.5 Kampagnenplanung) mit der Agentur „Kreativrausch" aus Braunschweig mit der möglichst viel Reichweite für ein kleines Budget generieren werden sollte. Die Kampagne lief im Juni und im Juli. Insgesamt konnten knapp über 180.000 Personen erreicht werden. Vor allem der Beitrag zum Krimi-Trail war sehr erfolgreich. Ansonsten wurde allgemeine und tourismusrelevante Themen auf den sozialen Medien bespielt: neue technische Angebote, Führungen, Souvenirs, Veranstaltungen und sieben Eventvorschläge für die jeweiligen Monate.

Der „**Linkedin**"-Account von Einbeck Tourismus war nach wie vor existent, ruhte aber weiterhin. Ähnlich verhielt es sich mit dem „**Twitter**"- bzw. „**X**"-Account. Dieser ist aber, wie auch der städtische Account, mittlerweile stilgelegt. Auch auf „**Youtube**" ist der Einbecker Tourismus weiterhin zu finden und kann sehr langsam wachsende Follower:innenzahlen vorzeigen. Hier wurden ein **vierminütiger Imagefilm** veröffentlicht und einige **filmische Beiträge von Einbecker Ortschaften** in Zusammenarbeit mit Smart City Einbeck.

Auflistung der **Social-Media-Plattformen** von Einbeck Tourismus:

- Facebook:
  Einbeck Tourismus | @EinbeckTourismus | www.facebook.com/einbecktourismus
- Instagram:
  Einbeck Tourismus | @tourismus_einbeck| www.instagram.com/tourismus_einbeck
- Twitter bzw. X:
  Einbeck Tourismus | @Touri_Einbeck | www.twitter.com/Touri_Einbeck
    - Dieser Account wurde, wie auch der Account der Stadtverwaltung, mittlerweile deaktiviert.
- Youtube:
  Einbeck Tourismus | @einbecktourismus | www.youtube.com/channel/UCM2IkkyCUihJzgeW93_BGDA

Vor allem auf „Facebook“ und „Instagram“ erfreuen sich touristische Inhalte **wachsender Beliebtheit**. Gleichmäßig steigende Follower:innenzahlen auf diesen Plattformen sprechen für eine kontinuierliche und positive Entwicklung. Dies legt folgende Tabelle mit den steigenden Follower:innenanzahl anschaulich dar:

Monat	„Facebook“-Follo-wer:innen	„Instagram“-Follo-wer:innen
Januar	1255	2358
Februar	1273	2390
März	1297	2394
April	1308	2429
Mai	1321	2455
Juni	1331	2485
Juli	1339	2511
August	1345	2530
September	1349	2537
Oktober	1353	2549
November	1361	2562
Dezember	1363	2577

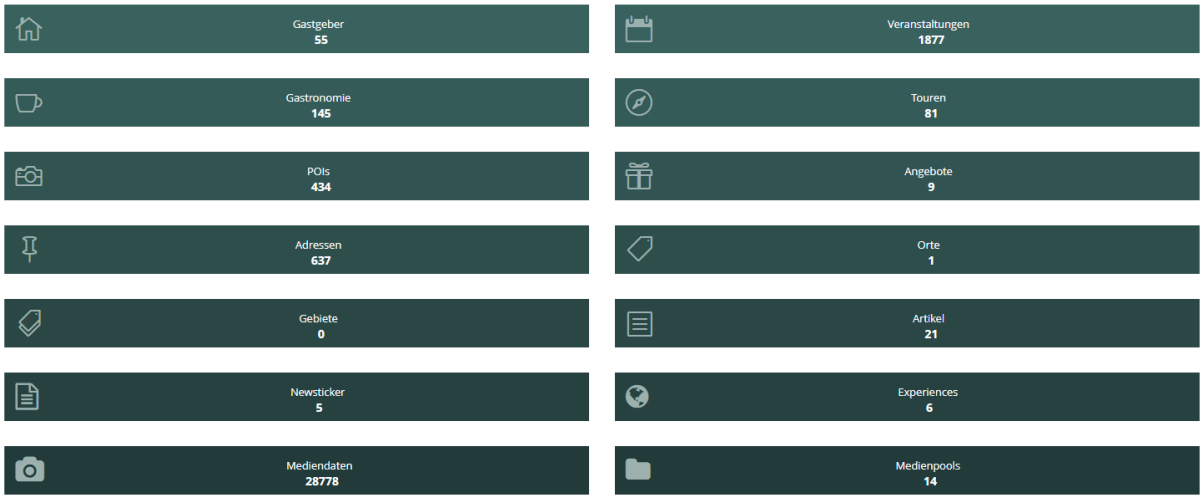
Abbildung 10: Tabelle Follower:innen-Zahlen auf „Facebook“ und „Instagram“.

Suchmaschinenoptimierung

Auch im Bereich von **Suchmaschinenoptimierung** (kurz: SEO) war Einbeck Tourismus im Jahr 2024 kontinuierlich aktiv und pflegte in der touristischen Datenbank und im Hintergrund der touristischen Website relevante Angaben dafür.

3.3 DIGITALE SERVICES

Die Grundlage der digitalen Services von Einbeck Tourismus bilden die zentral von Einbeck Tourismus gepflegten Datensätze in der **Multi-Channel-Datenbank** von „neusta destination solutions GmbH“ (kurz: Neusta). Die gepflegten Datensätze der Datenbank bilden das Herzstück, da sie für jegliche Ausspielungskanäle im On- und Offlinebereich von Einbeck Tourismus die Grundlage bieten. Der Content (POIs = points of interest, Gastronomie, Gastgeber, Events, Touren) wird auf der eigenen Website www.einbeck-tourismus.de, auf externen Websites, auf Social Media und über eine Progressive Web App (kurz: PWA) auf den digitalen Infostelen ausgespielt.



Screenshot der Startseite der Datenbank von Einbeck Tourismus vom 30. März 2025

Zur Erweiterung der Datensätze in der Datenbank wurden sogenannte Angebote in der Datenbank für eine ansprechende Ausspielung auf der zukünftigen Webseite erstellt. Damit werden Pauschalangebote sowie Halbtages- und Tagesprogramme von Einbeck Tourismus mit ihren Leistungsmerkmalen (z. B. Preisinformation, Personenzahl, Reiseablauf etc.) dargestellt.

Um Datensätze der Einbecker Tourismuswirtschaft immer aktuell zu halten und den Gästen der Stadt im Sinne des Qualitätsanspruches korrekte Daten anzuzeigen, ging Einbeck Tourismus im Jahr 2024 kontinuierlich in das Gespräch mit einzelnen Betrieben zu ihren Daten und nahm stetig Anpassungen an Datensätzen zur Aktualisierung vor.

Digital-Asset-Management

Im Jahr 2024 wurde das **Digital-Asset-Management** (kurz: DAM) für Einbeck innerhalb der Datenbank eingerichtet und **thematische Mediapools** angelegt. Das über den Anbieter Neusta eingerichtete DAM ist eine Erweiterung der bereits vorhandenen Mediendatenbank in der touristischen Datenbank und bereichert die Verwaltung von Mediendaten.

Das DAM bietet die Möglichkeit der Speicherung und Verwaltung von beliebigen digitalen Inhalten, insbesondere von Mediendateien wie Grafiken, Videos, Dokumenten, Musikdateien und mehr. Diese digitalen Daten werden medienneutral abgelegt, verwaltet und können kollaborativ verwendet sowie abgerufen werden. Umständlicher Datenaustausch mit Externen per E-Mail und redundante und veraltete Inhalte gehören mit dem DAM zukünftig der Vergangenheit an. Nutzer:innen eines DAM erhalten wichtige Informationen über die Lizenzrechte und Verwertungsrechte ihrer verwendeten Daten, den sogenannten Assets, sodass der missbräuchlichen Verwendung vorgebeugt und ungewollte Urheberrechtsverletzungen vermieden werden können. Darüber hinaus ermöglichen DAM-Systeme, digitale Inhalte so anzureichern, dass genau die richtigen Zielgruppen angesprochen werden und die Anforderungen verschiedener Anspruchsgruppen und Themen erfüllt werden. Mit der Einrichtung des DAM in 2024 geht Einbeck einen wichtigen zukunftsweisenden Weg in die Richtung zur Verwaltung von Mediendaten.

Digitale Informationsstelen

Daten aus der touristischen Datenbank wurden im Jahr 2024 weiterhin über eine Progressive Web App (PWA) auf **Einbecks fünf digitalen Infostelen** am Neustädter Kirchplatz, vor dem Eickeschen Haus, am PS.SPEICHER, am Möncheplatz und auf dem Marktplatz ausgespielt. Darüber hinaus konnten Interessierte die PWA auf mobilen Endgeräten zur Reiseplanung und zur Orientierung vor Ort in Einbeck nutzen und sie als hilfreichen **digitalen Reiseführer** verwenden.

Website

Die Website von Einbeck Tourismus diente im Jahr 2024 als digitaler Service, weil sie über die **Informationsbereitstellung** hinaus zudem **weitere Funktionen** bot, die Besucher:innen bei der Planung und Gestaltung ihres Aufenthalts in Einbeck unterstützten. Sie agierte sozusagen als virtuelle Tourist-Information, die rund um die Uhr verfügbar war (siehe mehr zur Website unter 3.2 Onlinemarketing).

Funktionen, die die touristische Website zum digitalen Service machen, sind beispielsweise diese:

- Onlinebuchung von Unterkünften
- Verweis auf die Nutzung des digitalen Reiseführers inklusive Merklistenfunktion
- Übersicht über Reiseangebote und Pauschalen
- Aktuelle und dynamische Informationsbereitstellung zu Veranstaltungen, Öffnungszeiten, Angeboten und mehr
- Kontaktmöglichkeiten über Kontaktformulare
- Prospektbestellung und -download von Informationsmaterialien

Diese Funktionen ermöglichen es Nutzer:innen, ihren Besuch in Einbeck weitgehend selbstständig und flexibel digital zu organisieren.

Niedersachsen Hub und Knowledge Graph

Im Hub als ganzheitliche landesweite Datenbank werden touristische Daten zu Veranstaltungen, Sehenswürdigkeiten und Gastgeber:innenn aus ganz Niedersachsen einheitlich, öffentlich zugänglich und lizensiert gebündelt. So auch Daten aus Einbeck. Mithilfe dieses Datenpools und der Bündelung von Datensätzen aus diversen Quellen und Systemen kann mittels des Hubs eine landesweit einheitliche Datenqualität erreicht werden. Diese vorliegenden Daten bieten vielfältige Möglichkeiten. Zum einen werden die Daten zur Erreichung einer höheren Reichweite und einer besseren Sichtbarkeit genutzt. Andererseits stehen sie Interessierten als Inspiration- und Informationsquelle zur Verfügung. In einem Schaubild der TMN ist die Funktionsweise des Hubs dargestellt:

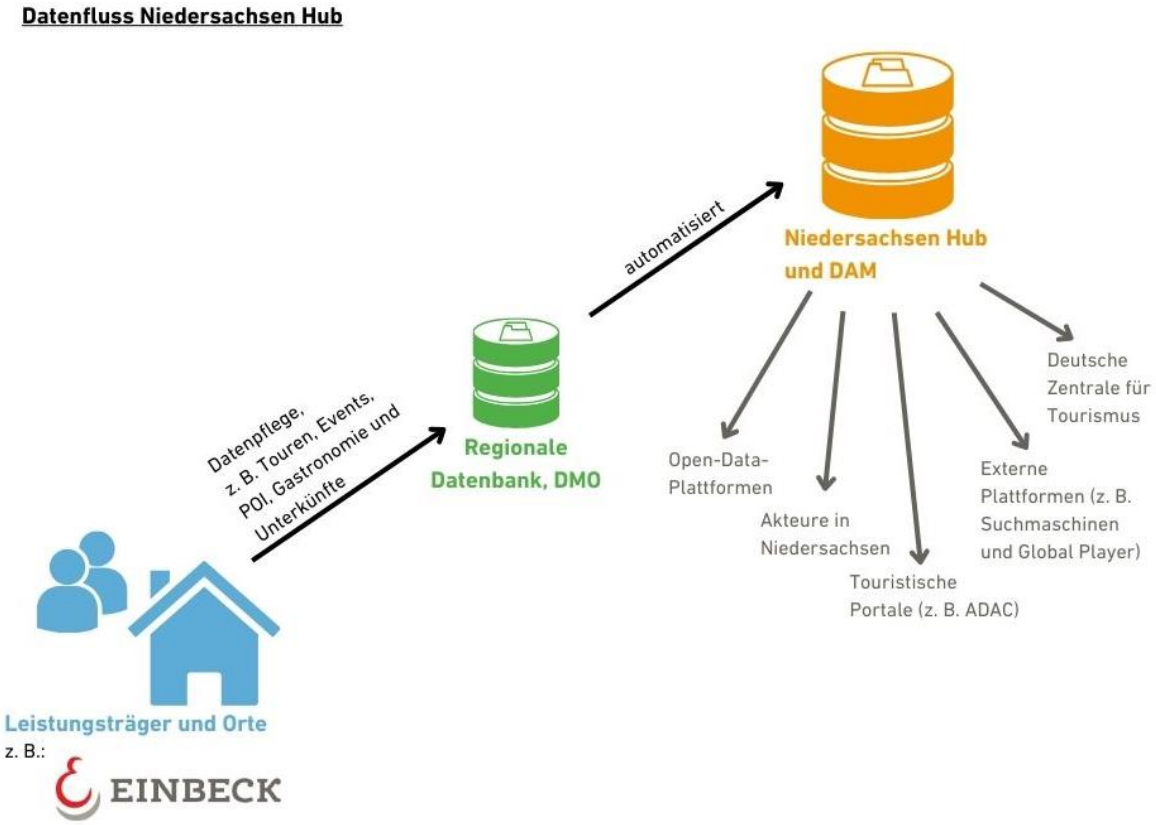


Abbildung 11: Datenfluss im Niedersachsen Hub, Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an den Content-Guide https://nds.tourismusnetzwerk.info/wp-content/uploads/2022/01/Content-Guide-Niedersachsen-Hub-Anforderungen-an-die-Datenpflege.pdf (S. 4) der TMN.

Einbeck Tourismus erweitert die Datenbank stetig mit neuen Datensätzen und lizenzierte in diesem Zusammenhang auch im Jahr 2024 neue Datensätze (POIs: einzelne Bilder und Inhalte sowie Texte). Mithilfe der Überspielung der Daten von Einbeck Tourismus in den Hub gelingt es, die offenen und einheitlich gepflegten Daten aus der touristischen Datenbank Einbecks niedersachsenweit für jede Person zur Nutzung, Verarbeitung und Weitergabe zur Verfügung zu stellen.

Ausspielungskanäle der offenen Daten im Niedersachen Hub:

- Alle offenen Daten der Bereiche (POIs, Touren, Gastronomiebetriebe, Veranstaltungen, Medien), die im Hub veröffentlicht sind, sind in 2024 in einer Progressive Web App (hier) der TMN zugänglich gemacht worden.
- Außerdem wurden die Daten im Jahr 2024 auf der Website des Reiselandes Niedersachen veröffentlicht.
- Für 2025 ist zur erweiterten Ausspielung von touristischen Daten von Orten und Regionen, wie Einbeck als DMO, im Jahr 2024 Folgendes geplant:
  - ein Relaunch der Webseite vom Reiseland Niedersachen über das Reiseland-Portal (Ausgangspunkt für Inspiration und Planung) sowie
  - ein neues Informations-Portal über Entdecke Niedersachen (liefert Urlaubern und Einheimischen das gesamte Tourismusangebot strukturiert auf einen Blick).

Somit wurde die Reichweite und Sichtbarkeit der strukturierten Daten aus Einbeck in 2024 stetig verbessert.

Knowledge Graph

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

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

Der Datenbestand des Knowledge Graph kann über folgende Websites eingesehen werden:

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

Beispiele für diese neue Datenbank in der aktuellen, äußerst technologischen Zeit im Tourismus sind bspw. KI-Bots wie „ChatGPT" oder Speisung von Benutzer:innen-Apps. Um in dieser Hinsicht für die Zukunft vorbereitet zu sein und qualitativ gut gepflegte Daten in der Datenbank zu haben, legt Einbeck Tourismus einen hohen Wert auf die aufwendige Pflege der touristischen Datenbank, so auch im Jahr 2024. Nutzungsbeispiele der strukturierten Daten aus dem Knowledge Graph sind:

- der „Erlebnisguide" von „MAQNIFY" (siehe 3.1 Binnemarketing)
- die „EinbeckGO-App von „Smart City Einbeck": Hier werden z. B. die strukturierten Daten der Ortschaften durch den App-Anbieter direkt aus dem Knowlegde-Graph importiert.

3.4 PUBLIKATIONEN

Die Einbeck Tourismus eigenen Publikationen wurden im Jahr 2024 fortlaufend an die Marktbedürfnisse angepasst und erhielten ein zeitgemäßes Erscheinungsbild. Die Publikationen wurden immer anhand des Corporate Design und der Corporate Identity in Zusammenarbeit mit professioneller Grafikunterstützung gestaltet.

- Folgende **Printprodukte und Werbematerialien** inspirieren und informieren die Besucher:innen über die Destination Einbeck:
- Mit dem „**EINblicke**"-Reisemagazin präsentiert sich Einbeck als Reiseziel. Es dient als Inspiration für den Individualgast. Eine Neuauflage erfolgte in 2023.
    - Das Magazin gibt es als separate englische Ausgabe „**Insights**"
    - „**Regards sur Einbeck**" als französische Ausgabe wurde in 2023 neu erstellt.
- Unterkunftsverzeichnis: „**EINchecken**"
  Da es durch stetige Neuerungen und Preisanpassungen schwierig ist die Informationen aktuell zu halten, wurde entschieden das Unterkunftsverzeichnis nicht mehr neu aufzulegen, sondern im Sinne der Nachhaltigkeit nur die noch vorhandenen Exemplare auszugeben. Alle aktuellen Informationen zu Hotels und Zimmerpreisen sind auf der Website von Einbeck Tourismus zu finden.
- Gastronomieverzeichnis: „**EINkehren**"
  Da es durch stetige Neuerungen und Betreiberwechsel schwierig ist die Informationen aktuell zu halten und auch die Nachfrage eher gering ausfällt, wurde entschieden das Gastronomieverzeichnis nicht neu aufzulegen. Im Jahr 2024 wurden die letzten Exemplare ausgegeben. Alle aktuellen Informationen über Gastronomien in Einbeck sind auf der Website von Einbeck Tourismus zu finden.
- Stadt- und Erlebnisführungen: „**EINsichten**"
  Die Stadt- und Erlebnisführungs-Broschüre „EINsichten" wird seit 2021 im 2-Jahresrhythmus gesondert aufgelegt und dem Infopaket beigelegt. Neuauflage erfolgte in 2024 für die Jahre 2024/2025.
- Radtourenvorschläge: „**EINradeln**"
  Die Radtourenvorschläge-Broschüre „EINradeln" wird seit 2021 im 2-Jahresrhythmus gesondert aufgelegt und dem Infopaket beigelegt. Neuauflage erfolgte in 2023. Diese war auch im Jahr 2024 weiterhin gültig.
- **„Bierpfadflyer"**
  Der Flyer bewirbt den 2,3 km langen Rundgang über die Einbecker Wallanlagen entlang der Fässer zur Bierhistorie. Dieser wurde im Jahr 2024 aktualisiert und neu aufgelegt.
- **Flyer „Jüdisches Leben in Einbeck"**
  Der Flyer das Angebot des Rundgangs zur Erinnerung an das jüdische Leben in Einbeck.
- „**Historischer Stadtplan**"
  Der historische Stadtplan ist ein gern genommener Stadtplan, um sich in Einbeck zu orientieren. Er wird zumeist unterjährig fortlaufend aktualisiert und gedruckt.
  Der Stadtplan ist seit 2022 auch in englischer Sprache erhältlich. Neuauflage deutsch und englisch erfolgte in 2023. Im Jahr 2024 wurde das Papierformat angepasst. Der Stadtplan wurde auf dünnerem Papier gedruckt, um die Handhabung für Gäste zu erleichtern (z.B. bessere Faltbarkeit. Für 2025 ist eine komplette Überarbeitung und ein neues Design geplant.

- Flyer und Plakate **„Veranstaltungskalender“**
  Auch im Jahr 2024 wurde der Flyer weiterhin an Gäste ausgegeben und beinhaltet Informationen rund um den Einbecker Veranstaltungskalender und lokale Events.
- **„Busgruppen Flyer“**
  Im Jahr 2024 wurde der Fokus auf Busgruppen verstärkt und spezielle Programme für Busreiseveranstalter entwickelt. Hierfür wurde ein Flyer erstellt, um die aktive Ansprache der Busgruppen zu unterstützen.
- „**Kinder-Rallye Stadterlebnis**“
  Diese Rallye führt Kinder auf die Spurensuche in Einbeck. Die Rallye ist seit 2022 auch in englischer Sprache erhältlich.
- „**Kinder-Rallye Biergeschichte**“
  Die Kinder Rallye Biergeschichte wurde in 2023 passend zum Themenjahr entwickelt. Da sie eine optimale Alternative zu der bereits vorhandenen Kinder-Rallye ist, wurde sie auch im Jahr 2024 weiter aufgelegt.

Folgende Publikationen kamen im Zuge des Themenjahres Jahr der Mobilität und einzelner Projekte 2024 dazu:

- Flyer **„Freizeittipps für Einbeck“**
  Im Zuge des Themenjahres , dem Jahr der Mobilität, wurde der Flyer Freizeittipps in Einbeck neu gestaltet und aufgelegt. Er beinhaltet Informationen, wie Gäste in Einbeck kostenfrei mobil zu Fuß, mobil auf dem Rad, mobil mit dem Auto oder mobil mit dem Kopf sein können.
- Flyer **„Jahr der Mobilität“** (M 3)
  Auch die dem Themenjahr von 2024 wurde ein passender Flyer gestaltet und neu aufgelegt. Dieser wurde vom PS.SPEICHER erstellt und aufgelegt und ebenfalls in der Tourist-Information an Gäste ausgegeben.
- Flyer **„Krimi-Trail“**
  Der in 2023 erstellte Flyer zum Krimi-Trail wurde im Jahr 2024 leicht überarbeitet und neu aufgelegt.

3.5 KAMPAGNENPLANUNG

Themenjahr 2024 „Jahr der Mobilität - 10 Jahre PS.SPEICHER“ (M 3)

Im Jahr 2024 wurde als Einbecker Themenjahr das **Jahr der Mobilität** gefeiert. Gemeinsam mit weiteren Akteuren gestalteten Einbeck Tourismus und Einbeck Marketing das Jahr rund um das Motto „Einbeck bewegt!", um die vielfältigen Facetten der Mobilität in und um Einbeck erlebbar zu machen und gleichzeitig die Bekanntheit der Stadt als attraktives Reiseziel im Themenjahr zu steigern. Ein besonderes Highlight war im Sommer das 10-jährige Jubiläum des PS.SPEICHER.

Ziel der Einbecker Themenjahre ist es, zu jeder der im Konzept festgelegten acht Säulen mindestens eine Aktion umzusetzen und das Jahresthema so in viele Bereiche der Stadt in die Innen- und Außenwahrnehmung zu rücken. Die thematischen **Säulen** eines jeden Jahres sind diese:

1. Start Neujahrsempfang
2. Öffentlichkeitsbeteiligung
3. Tourismus

4. Kinder und Jugendliche
5. Regionalität und Nachhaltigkeit (Genuss)
6. Bewegung und interessante Orte
7. Kunst und Kultur
8. Ende Weihnachtsdorf

Feierlich eröffnet wurde das Jahr der Mobilität folglich darauf bei dem Einbecker **Neujahrsempfang** (Säule 1) am 26. Januar 2024. Im Themenjahr 2024 hat Einbeck Tourismus ein breites Spektrum an Maßnahmen ergriffen, um das Jubiläum des PS.SPEICHER und das Thema Mobilität touristisch zu nutzen.

Durch die Bereitstellung von Preisen unterstützte Einbeck Tourismus den **Fotowettbewerb** der Einbeck Marketing GmbH (Säule 2). Dieser Fotowettbewerb drehte sich um Lieblingsmomente aus dem Themenjahr 2024 und trug so vom 01. Juni bis zum 02. September zur Sammlung persönlicher Eindrücke und zur Steigerung der Interaktion mit dem Thema bei. Die Abstimmung der schönsten eingereichten Fotos fand vom 18. November bis zum 09 Dezember über das digitale Beteiligungstool der Stadt Einbeck unter https://beteiligung.einbeck.de/projects/fotowettbewerb-zum-jahr-der-mobilitat/ statt.

Einbeck Tourismus entwickelte mehrere neue **touristische Angebote und Maßnahmen** (Säule 3), um Gäste mit besonderem Fokus auf Oldtimer, Bewegung und Mobilität anzusprechen. Es gab einen neuerlichen Instawalk mit Bezug zur Mobilität am 12. Juni in enger Kooperation mit „aboutcities“ und dem PS.SPEICHER (siehe mehr unter 3.8). Für die Sommersaison wurden in Zusammenarbeit mit dem PS.SPEICHER zwei spezielle Mobilitätspauschalreiseangebote für Besucher:innen angeboten (siehe mehr unter 2.4 und 3.1). Zudem wurde eine Stadtführung rund um das Thema Stukenbrok konzipiert, die einen Besuch des StadtMuseums Einbeck und der Stukenbrok-Villa einschloss. Eine bezahlte Social-Media-Kampagne auf den touristischen Kanälen wurde über den Zeitraum von zwei Monaten ab Juni bis Juli auf Facebook und Instagram durchgeführt. Bestandteile der Kampagne waren drei statische Inhalte und zwei Bewegtbildinhalte. Beworben wurden thematisch der Krimi-Trail, Einbecks Wander- und Radwege, die öffentliche Stukenbrokführung „Mit dem Fahrrad und Versandhandel zum Erfolg“, die Pauschalreisen mit dem Video „Kurzurlaub bewegend anders“ und außerdem ein Imagevideo mit dem Titel„Wir feiern das Jahr der Mobilität #einbeckbewegt“. Ziel war die Steigerung von Reichweite, Sichtbarkeit, Engagement und Interaktionen sowie die Vermarktung touristischer Angebote Einbecks. Die Kampagne erreichte 182.407 Personen. Darüber hinaus ließ Einbeck Tourismus neue Papiertragetaschen zur Ausgabe in der Tourist-Information mit Einbecks drei Kernthemen auf einer Taschenseite und Werbung zum 10-jährigen Jubiläum des PS.SPEICHER auf der anderen Taschenseite drucken.

Neben den Angeboten des StadtMuseums und des PS.SPEICHER entwickelte Einbeck Tourismus den dreifaltigen Flyer „Freizeittipps“, der alle Interessierten zu individueller Bewegung und Erkundung der Stadt einlädt. Auch Tipps für **Familien und Kinder** sind enthalten (Säule 4).

Die Initiative zur Entwicklung themenbezogener Genussangebote (Säule 5) ging primär von der Einbeck Marketing GmbH und dem PS.SPEICHER aus. Drei lokale Gastronomiebetriebe lockten mit kreativen Kreationen wie dem „PS. Schnitzel" mit Sambal-Soße und garniert mit Salat, dem „Motoröl-Boulevardier" als Cocktail aus Averna-Likör und dem „Motoröl-Eis" mit dem Geschmack von schwarzer Vanille. Die Einbindung dieser kulinarischen Besonderheiten schuf eine attraktive Schnittstelle zum touristischen Angebot Einbecks im Themenjahr der Mobilität. Insbesondere die

Präsentation dieser Genuss-Highlights beim Sommerfest im Fachwerk bot Gästen die Möglichkeit, die regionalen Köstlichkeiten im Rahmen einer thematisch passenden Veranstaltung kennenzulernen und somit das Thema Mobilität auf genussvolle Weise zu erleben.

Einbeck Tourismus unterstrich sein Engagement im Themenfeld von **Bewegung und interessanten Orte** (Säule 6) durch den informativen **Flyer mit Freizeittipps** sowie die gezielte **Bewerbung der Wander- und Radwege** in der begleitenden Social-Media-Kampagne. Ergänzend präsentierte der PS.SPEICHER im Juli die rund 70 Kilometer lange Entdecker-Route durch die Einbecker Ortschaften mit einem neuen Flyer, der Wissenswertes, lohnende Zwischenstopps und besondere Fotopunkte entlang der Strecke hervorhob und somit ebenfalls zur aktiven Erkundung der Region einlud.

Künstlerische und kulturelle Aktivitäten (Säule 7) haben im Jahresverlauf zum Themenjahr abgestimmt über den „Konzert- und Kulturfreunde Einbeck e. V." stattgefunden. Eine Besonderheit war das 10-jährige Jubiläum der Street-Art-Meile „RollingART" vom 31. August bis zum 01. September.

Das traditionelle Weihnachtsdorf bildete den **Abschluss des Themenjahres** (Säule 8), wobei die genaue Rolle von Einbeck Tourismus hier nicht näher ausgeführt wird.

Einbeck Tourismus hat im Themenjahr 2024 eine zentrale Rolle bei der touristischen Belebung des Themas Mobilität und des PS.SPEICHER-Jubiläums gespielt. Durch die Entwicklung neuer thematischer Führungen, Pauschalangebote und einer Social-Media-Kampagne wurden Zielgruppen angesprochen und die Attraktivität Einbecks als vielfältiges Reiseziel hervorgehoben. Der Flyer „Freizeittipps" förderte die Informationsbereitstellung zu individuellen Erkundungen und Aktivitäten. Besonders attraktiv wurde das Themenjahr 2024 Dank der Zusammenarbeit mit zahlreichen weiteren Akteur:innen.

Nachhaltige Fahrradkampagne zum Themenjahr 2024

Aufgrund der guten Erfahrungen des Dachverbandes „Weserbergland Tourismus e.V." mit der Firma „Dybill GmbH", entschied sich die Einbeck Tourismus für eine **mobile, nachhaltige Fahrradwerbung** und startete im Rahmen des Themenjahres eine **gemeinsame Kampagne** mit dem PS.SPEICHER.

Die erste Aktion mit **Fahrradanhängern** fand an drei Tagen in Hannover statt: an zwei Samstagen (08. und 22. Juni) sowie einem Sonntag (16. Juni). Die Fahrtzeit betrug sechs Stunden pro Tag. Die Banner der Anhänger waren beidseitig bedruckt und zeigten die touristische Kernthemen aus Einbeck sowie Informationen zum PS.SPEICHER und dem 10-jährigen Jubiläum.

Im Vorfeld der Kampagne fand ein Briefing der Fahrer:innen statt, um gezielt Gespräche mit interessierten Passant:innen über Einbeck als Reiseziel zu führen. Zusätzlich wurden Flyer wie beispielsweise „Freizeittipps" sowie Flyer des PS.SPEICHER herausgegeben und die Fahrer:innen trugen Kleidung (Weste sowie Socken) mit dem Einbeck-Logo. Diese Werbeaktion war eine sehr gute Möglichkeit, das Publikum direkt anzusprechen und die Markenpräsenz zu erhöhen.

Zusätzlich zu dieser Aktion hat Einbeck Tourismus ein **Cargo-Bike** auf einer ansprechenden Route, direkt im Zentrum der Stadt Köln für sechs Wochen im Mai und Juni gebucht. Das Design des Cargo-Bikes wurde speziell für Einbeck und das Themenjahr angepasst. Auf insgesamt

fünf Flächen wurden die Kernthemen Oldtimer, Fachwerk und Bier sowie das Themenjahr 2024 optimal in Szene gesetzt. Im Anschluss an beiden Aktionen erhielt Einbeck Tourismus zu Auswertungszwecken ein finales Reporting beider Aktionen.

Übernachtungskampagne Sei Gast in deiner Stadt (M 9)
Für das Jahr 2023 konzipierte Einbeck Tourismus erstmals die Kampagne „Sei Gast in deiner Stadt" mit dem Ziel, Einwohner:innen und Berufstätige der Stadt zu temporären Gästen zu machen und dadurch die Belegung der Einbecker Hotels in einem besucherschwachen Monat zu steigern. Daraufhin fanden im Jahr 2024 erneute Planungen für den Reisemonat Januar 2025 statt. Der Reisemonat war für Januar 2025 vorgesehen, da dieser in den Vorjahren die niedrigsten Übernachtungszahlen aufwies. Das Angebot sollte ein bis zwei Übernachtungen inklusive Frühstück in einem Einbecker Hotel umfassen und richtete sich an Personen mit Wohnsitz oder Arbeitsplatz im Postleitzahlengebiet Einbecks. Die geplante Bewerbung der Aktion beinhaltete Anzeigen in regionalen Zeitungen, Pressemitteilungen, Aktivitäten in den sozialen Medien sowie Printprodukte und Sichtwerbung im Stadtgebiet.
Die Planung für 2024 mit Umsetzung im Jahr 2025 scheiterte jedoch an einer unzureichenden Beteiligung von Leistungsanbieter:innen. Lediglich ein Unterkunftsbetrieb, eine Gastronomie und ein Freizeitbetrieb meldeten sich zu der Aktion an.
Aufgrund dessen ist keine weitere Planung für Folgejahre vorgesehen, da sich in Einbeck für diese Aktion kein attraktives und vielfältiges Angebot für Buchende bietet.

3.6 MARKTFORSCHUNG

Zielgruppen

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

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

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

Über die Marktforschungsmethode der Sinus-Milieus® gelingt es Einbeck perspektivisch immer stärker, sich auf die Werte und Verhaltensweisen der Zielgruppen zu beziehen und die eigene Produktpalette und die Tätigkeiten darauf für ein qualitativ hochwertiges, zu den Zielgruppen

passendes Gästeerlebnis auszurichten. Einbeck Tourismus arbeitet stetig an einer Qualitätssteigerung im Sinne der Zielgruppen.

Auch im Jahr 2024 richtete Einbeck Tourismus seine Markenkommunikation weiterhin auf das postmaterielle und adaptiv-pragmatische Zielgruppenmilieu nach SINUS aus, basierend auf den aktualisierten Sinus-Milieus von 2021/2022. Eine strategische Zielgruppenansprache soll es Einbeck Tourismus zukünftig ermöglichen, sein Angebot präzise auf die Werte und Verhaltensweisen dieser Milieus zuzuschneiden und somit ein qualitativ hochwertiges Gästeerlebnis zu fördern. Die Erkenntnisse aus der Milieuforschung wurden auch 2024 für Marketing und Social Media genutzt, indem der Content-Plan für Social Media zielgruppenspezifisch umgestellt wurde und in 2025 noch weitere Anpassungen bei der zielgruppenspezifischen Ansprache der Zielgruppen in Medien und Produkten erfolgen sollen.

Wirtschaftsfaktoranalyse

Im Ausschuss für Tourismus und Wirtschaftsförderung präsentierte Diana Pinnow vom „Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr“ (kurz: dwif) eine aktuelle Analyse zur wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus für Einbeck mit einer Datengrundlage aus dem Jahr 2023 (M 12). Die Untersuchung unterstreicht die signifikante Rolle des Tourismus als Wirtschaftsfaktor für Einbeck. Details der Ergebnisse sind separaten Berichten und Präsentationen zu entnehmen, zum Beispiel unter https://www.einbeck-tourismus.de/jahresberichte-und-wirtschaftsfaktoranalyse . Sie werden daher hier nicht weiter ausgeführt.

3.7 PRESSE- UND MEDIENARBEIT

Für das F5E hat Einbeck Tourismus in enger Zusammenarbeit mit Florian Spieker von Spieker Fotografie ein **Fotoshooting** mit Fokus auf das Einbecker Fachwerk umgesetzt. Das F5E benötigte neue Aufnahmen von Fachwerkhäusern aus Einbeck für einen aktualisierten Druck seiner Broschüren. Im Zuge des Shootings hat Einbeck Tourismus außerdem touristisches Bildmaterial mit zwei gecasteten Familien erstellt. So entstanden tolle Aufnahmen für Führungen, den Einbecker Bierpfad, ein Picknick im Stiftsgarten, Erkundungen der Einbecker Innenstadt etc.

Die **Pressemitteilungen** des Einbecker Tourismus wurden über die Kommunikationsressource der Stadtverwaltung versendet. Folgende Mitteilungen wurden an regionale, an überregionale und natürlich touristische Medienvertreter:innen versendet sowie auf der touristischen Website veröffentlicht:

- „Tourismus Stammtisch: Nach erfolgreichem Start in 2023 wird das Format 2024 fortgesetzt“
- „Einbeck Tourismus – Imagebroschüre jetzt auch auf Französisch erhältlich“
- „Faszinierende öffentliche Stukenbrok-Führung ab April in Einbeck“
- „Einbeck erlebt 2023 Rekordjahr im Tourismus!“
- „Schaukaste im Flecken Greene: Neues Plakat informiert über Sehenswertes und Wanderungen“
- „Themenjahr 2025: Eure Ideen sind gefragt!“
- „Freizeittipps für Einbeck“
- „Neue Gästeführer:innen“
- „Instawalk von Einbeck Tourismus“
- „Spannende Führungen zum Deutschen Fachwerktag“

- „Einbecks Themenjahr 2025: Jetzt abstimmen!“
- „Tourismus als Wirtschaftsmotor: Neue Analyse zeigt beeindruckende Zahlen“
- „Professionelles Fotoshooting in Einbeck: Familie gesucht“!
- „Einfach mal Genießen: Ein herbstlicher Kurzurlaub in Deutschland“
- „Tag des offenen Denkmals“
- „Einbecker Kirchen mit Gästeführerin entdecken“
- „Festliche Geschenkideen mit Einbecker Motiv in der Tourist-Information“
- „2. Tourismusstammtisch“
- „Nachhaltigkeit als Wegweiser“

Über das Jahr 2024 hinweg gab es in Einbeck mehrere **Pressereisen und Blogger:innenkooperationen**. Diese sind im Nachfolgenden aufgeführt.

Im Rahmen des Jahres der Mobilität veranstaltet Einbeck Tourismus im April mit der Unterstützung des PS.SPEICHER eine Pressreise. Auf der Agenda der teilnehmenden Journalist:innen standen ein Besuch des PS.SPEICHER mit einer Führung durch die Ausstellung, eine Rundfahrt mit einem Oldtimer samt Ausflug in die Schatzkammer des PS.SPEICHER, ein schmackhaftes Essen mit Einbecker Bier im Brodhaus, eine kleine Stadtführung sowie ein Besuch des Einbecker StadtMuseums mit Fokus auf die Geschichte des Fahrrads und auf August Stukenbrok. Den krönenden Abschluss bildeten kurze Probefahrten mit besonderen, historischen Fahrrädern.

Im Juni war der Fotograf Thomas Christians aus Hamburg für eine Kooperation in Einbeck zu Gast. Er veröffentlicht unter dem Namen *themodern* auf Instagram und hat dort über 180.000 Follower:innen. Im Zentrum seiner Arbeit hier in Einbeck standen zum einen das Fachwerk in der Stadt, zum anderen die Oldtimerrallye des PS.SPEICHER, die er gemeinsam mit Einbeck Tourismus bestritt. Die tolle Zusammenarbeit bescherte Einbeck zahlreiche tolle Bilder, einige Videos und viel Aufmerksamkeit auf Instagram.

Im Oktober waren aufgrund von Einbecks Mitgliedschaft bei der Marketingvereinigung „9 Städte + 2“ ein Journalistenpaar aus den Niederlanden für einen Tag in der Stadt. Für sie standen der PS.SPEICHER, der Hasenjäger, eine Stadtführung, der Einbecker Bierpfad und das Brodhaus auf dem Programm.

Im November besuchte der Journalist Kurt Sohnemann Einbeck, der durch die TMN auf die Stadt aufmerksam geworden war. Er besuchte den Einbecker Blaudruck und die GenussWerkstatt, den PS.SPEICHER, die Brauerei und das Brodhaus. Außerdem stattete er der Einbecker Senfmühle und dem Genusskontor einen Besuch ab.

Im **Printbereich** gab es zwei Platzierung bei Blickpunkte Hannover. Thematisch ging es bei diesen Advertorials zum einen um „Alles rund um das Mobilitätsjahr“ und zum anderen um die „Adventszeit in Einbeck“. Außerdem schaltete Einbeck Tourismus eine Anzeige mit Bild, Kontaktdaten und einem QR-Code zum digitalen Reiseführer im Wanderführer „Weserbergland“ des Rother Verlag – dem meistverkauften Wanderführer hier in der Region. In einem Advertorial für das Magazin AGIL, einem Reise- und Freizeitmagazin, gab es viel Wissenswertes über die drei touristischen Kernthemen Einbecks: Oldtimer, Fachwerk und Bier. In der Eule gab es eine Anzeige zu den weihnachtlichen Souvenirs von Einbeck Tourismus: einem Kalender und einer Weihnachtsbaumkugel. Weiterhin gab es eine Schaltung bei Tambiente im Bereich Kunst und Kulinarik anlässlich des Jahres der Mobilität mit dem Motto „Einbeck bewegt“. Die Zusammenarbeit mit

Tambiente umfasste dabei sowohl ein Print- als auch ein Onlineadvertorial. Darüber hinaus nutzte Einbeck Tourismus die Funktion der Platzierung von Newsmeldungen auf der Tambiente-Website.

3.8 AUSLANDSMARKETING

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

Im Jahr 2024 hat die Städtepartnerschaft erfolgreich folgende Marketingmaßnahmen durchgeführt:

- Banner am Flughafen Hannover mit 16 m Breite / 100 m²
  Der Flughafen Hannover verzeichnete im Jahr 2023 ein Passagieraufkommen von 4.599.823 Personen. Aufgrund dieser hohen Passagierzahlen entschied man sich, diese Werbemaßnahme durchzuführen. Die Laufzeit der Kampagne erstreckte sich von Juli bis September. Zusätzlich wurde die Maßnahme durch eine begleitende Social-Media-Kampagne unterstützt.
- Neuauflage des Flyers für Veranstaltungen
- Bewerbung der Weihnachtsmärkte auf der Website der Städtekoooperation sowie Vorstellung der einzelnen Weihnachtsmärkte auf Social Media durch Reels und Beiträge
- Kooperation mit „BEHRINGER TOURISTIK GMBH & CO KG“:
  Inhaltliche Überarbeitung der 9 Städte Broschüre von Behringer Touristik aus dem Jahr 2018.
- Teilnahme am Netzwerktreffen Citybeach vom 19. bis zum 20. Juni in Hildesheim

3.9 KOOPERATIONEN UND NETZWERKE

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

Im Folgenden sind die gemeinsamen Aktivitäten unserer Mitgliedschaften und Netzwerke dargelegt.

Mitgliedschaften

aboutcties

Einbeck ist bereits seit dem 01. Januar 2020 offizielles Mitglied im niedersächsischen Städteverband „aboutcities“. Das Jahr 2024 war demnach Einbecks viertes vollständiges Jahr als Mitglied. Mit Einbeck sind die „aboutcities“ insgesamt 20 niedersächsische Städte. Im Jahr 2024 kamen Hameln, Goslar und Lüneburg zur Gemeinschaft hinzu.

Über den Blog www.aboutcities.de wird im deutschsprachigen Raum von Einheimischen authentisch über touristische Höhepunkte, Geheimtipps und weitere versteckte Perlen der Städte berichtet. Der Blog dient potenziellen Gästen der Inspiration und motiviert dadurch Anlässe für die nächste Reiseplanung in eine der Städte. Als Stadtbotschafter:innen für Einbeck agierten im Erik von Petersson und Katharina Meyer vom Tourismus-Team in Einbeck.

„Aboutcities“ hatte über die sozialen Medien inklusive dem Blog, Facebook, Instagram und Pinteres eine Reichweite von 1.245.327. Postings auf Instagram hatten in 2024 eine Reichweite von 540.528 (2023: 354.170) und 14.168 Likes (2023: 16.882). Die Kanalreichweite von „aboutcities“ auf Instagram betrug 276.806 (2023: 254.352). Der Blog hatte im Jahr 2024 185.452 Aufrufe (2023: 176.244).

Die Blogbeiträge wurden nach Livegang auch über die Netzwerke Instagram und Facebook publiziert. Bei dem Clusterbeitrag veröffentlichte jede der Mitgliedstädte, die etwas zu dem vorher festgelegtem Oberthema beizutragen hatte, in einem gemeinsamen Beitrag einen jeweiligen Kurztext und ein Bild zu dem Thema. Bei den Blog-Themen reichte die Auswahl der Themen von prägenden Gesichtern der Stadt, Stadterkundungen auf eigene Faust und Radtourentipps bis hin zu kulturellen Höhepunkten.

- Blog- und Clusterbeiträge aus Einbeck 2024

2024	**Blog- (B) und Clusterbeitrag (C)**	**Verfasser:in**
Januar	Bucketlist 2024: Bewegendes Einbeck in 2024 **(C)**	Katharina Meyer
März	Stadtgesichter aus Einbeck **(B)**	Katharina Meyer
April	Stadtgesichter **(C)**	Vanessa Wilke
	Einbecks Jahr der Mobilität 2024 **(B)**	Katharina Meyer
	Motorradausflug nach Hann. Münden mit Besuch im PS.SPEICHER **(B)**	„Aboutcities“-Blogger aus einer anderen Stadt
Juni	Radfahrspaß in Einbeck: Touren, Tipps und sich treiben lassen **(B)**	Katharina Meyer
Juli	Stadt erfahren – Alle Radfernwege **(C)**	Vanessa Wilke
August	Stadterlebnis auf eigene Faust in Einbeck **(B)**	Katharina Meyer
September	Bühne frei in Einbeck – Wo Musik und Theater auf Tradition treffen **(B)**	Chantal Wygoda (Kultur-Ring Einbeck)
November	Bühne frei: Kulturerlebnisse in der Stadt **(C)**	Vanessa Wilke

Abbildung 12: Blog- und Clusterbeiträge Einbeck 2024, Quelle: Eigene Erhebung.

- Dritter Instawalk in Einbeck

Der Begriff Instawalk setzt sich aus der Plattform „Instagram“ und dem englischen Wort für „Spaziergang“ zusammen. Ein Instawalk ist ein organisierter Spaziergang, bei dem eine Gruppe Orte erkundet und dabei fotografiert oder filmt. Die Teilnehmenden teilen ihre Aufnahmen direkt auf Instagram und nutzen einheitliche Hashtags zur Vernetzung und besseren Auffindbarkeit. So wird auf interessante Weise gezeigt, wie unterschiedlich Menschen denselben Ort wahrnehmen können.

Unter dem Motto des Themenjahr „Mobilitätsjahr 2024 – 10 Jahre PS.SPEICHER" fand im Monat Juni ein inspirierendes **„Aboutcities-Instameet“** mit Instawalks in verschiedenen Städten statt.

Der **Instawalk in Einbeck am 12. Juni** führte zehn Teilnehmer:innen auf einen abwechslungsreichen Rundgang durch die historische Fachwerkstadt mit mobilitätsreichen Einblicken im PS.SPEICHER und der Schatzkammer der. Der fotografische Streifzug startete um 15:30 Uhr an der Schatzkammer des PS.SPEICHER. Hier tauchten die zehn Teilnehmer:innen in die faszinierende Welt der Mobilität ein und hielten einzigartige Details der Ausstellungsfahrzeuge mit ihren Kameras fest. Weiter ging es zum imposanten Diekturm und den Wallanlagen Einbecks. Im Anschluss erkundete die Gruppe den PS.SPEICHER und kam dort im Trauzimmer zu einem Get-together zusammen. Hierzu warteten auf die Teilnehmer:innen kulinarische Highlights, zubereitet von der GENUSSWERKSTATT. Bei diesem kleinen Zusammenkommen konnten sich die Teilnehmer:innen austauschen und stärken, bevor sie die atemberaubende Aussicht über Einbeck von der Dachterrasse des Trauzimmers genießen und fotografisch festhalten durften. Anschließend führte der Spaziergang durch die malerische Tiedexer Straße hin zur beeindruckenden Marktkirche. Eine Kirchturmbesteigung bot einen Panoramablick über die Dächer Einbecks und eröffnete bei schönstem Wetter unvergessliche Perspektiven. Den gelungenen Abschluss des Instawalks bildete ein gemeinsames Abendessen im Brodhaus, wo alle die Eindrücke des Tages noch einmal Revue passieren lassen konnten. Begleitet wurde die Gruppe von einer Person des PS.SPEICHER, die interessante Einblicke in die Welt der historischen Fahrzeuge gab, sowie von einem ortskundigen Einbecker Gästeführer, der mit spannenden Geschichten und Anekdoten die Sehenswürdigkeiten der Stadt lebendig werden ließ.

Zahlreiche Teilnehmer:innen teilten ihre fotografischen und videografischen Eindrücke auf Instagram. Unter dem Hashtag #acinstameet2024 entstanden vielfältige Beiträge, Reels und Storys, die die Schönheit und Vielfalt Einbecks auf inspirierende Weise präsentierten.

- „aboutcities“ auf dem Jahresworkshop der Blogger:innen in Stade

Der Blogger:innenworkshop am 22. und 23. Oktober gab Informationen zu den Ergebnissen aus dem Nachhaltigkeitsprojekt „17 Städte, 17 Wege, 17 Lösungen". Zudem erfolgte eine Auseinandersetzung mit dem aktuellen Blog und dem Umgang mit älteren Beiträgen. Des Weiteren gab es einen Rückblick auf das Instameet 2024 anhand von Kennzahlen und Feedbacks der Teilnehmer:innen. Am zweiten Tag fand ein Kreativworkshop mit dem Referenten Thomas Krey von *Kreyativ* zum Thema Fotografie statt, inklusive Theorie und praktischer Umsetzung. Abschließend erfolgte eine Abstimmung zu thematischen Kampagnen für den Blog im Jahr 2025.

- „aboutcities“ auf dem Jahresworkshop der Geschäftsführer.innen Bremerhaven

Einbeck nahm vom 06. bis zum 07. August am Jahresworkshop der „aboutcities“-Geschäftsführerinnen in Bremerhaven teil. Der erste Tag widmete sich dem Nachhaltigkeitsprojekt „17 Städte, 17 Lösungen", an dem Einbeck beteiligt ist. Die 31 Teilprojekte aus neun Handlungsfeldern wurden vorgestellt und evaluiert, übergreifende Impulse gegeben und die Weiterführung in die Adaptions- und Umsetzungsphase geplant. Der Tag endete mit einem touristischen Rahmenprogramm und Abendessen. Am zweiten Tag wurde an den Ergebnissen des Vortages weitergearbeitet und anschließend folgte eine Mitgliederversammlung der „aboutcities“.

- „aboutcities“ auf dem Niedersachsencamp in Osnabrück

Vom 19. bis zum 20. November nahm Einbeck Tourismus am Niedersachsencamp 2024 in Osnabrück teil.

Der erste Tag bot Wissenstransfer durch Expertenvorträge zu nachhaltigem Tourismus, Klimawandel, Wertschöpfungsketten für klimafolgenangepasste Veranstaltungen und Kreislaufwirtschaft für den Hospitality-Bereich. Eine Besonderheit war die Präsentation des „17 Städte, 17 Wege, 17 Lösungen"-Projekts der „aboutcities“, an dem Einbeck beteiligt war.

Der darauffolgende Tag setzte auf aktive Beteiligung im Barcamp-Format. In verschiedenen Sessions wurden Herausforderungen und Lösungsansätze zu Themen wie Statistiken im Tourismus, Kommunikation von Nachhaltigkeit und Integration von Gamification in Produkte erarbeitet. Die Ergebnisse wurden zum Abschluss den Niedersachsencamps im Plenum vorgestellt.

- Nachhaltigkeitsprojekt „17 Städte, 17 Wege, 17 Lösungen“ (M 13)

Im Rahmen der Verbandsarbeit nahm Einbeck Tourismus aufbauend auf den Grundlagen aus dem Jahr 2023 an dem Förderprojekt „17 Städte, 17 Wege, 17 Lösungen“ teil. Das Projekt wird begleitet von den Unternehmen BTE und Teejit. Bereits im Vorjahr wurde das Ziel verfolgt, im Netzwerk der „aboutcities“ die Kräfte einzelner Städte zu bündeln und einen gezielten Wissenstransfer zu Nachhaltigkeits- und Klimafolgeaspekten zu schaffen. In Arbeitsgruppen, die sich nach dem Laborcharakter formierten, wurden Schwerpunktthemen der Nachhaltigkeit und des Klimaschutzes mit dem Ziel bearbeitet, für andere Städte übertragbare Lösungsansätze zu entwickeln.

Nachdem 2023 ein gemeinsames Verständnis für die drei Säulen der Nachhaltigkeit – Ökonomie, Ökologie und Soziales – im Tourismus und in Betrieben geschaffen wurde, bildete dies die Basis für den Kick-off-Termin in 2024. Dieser Auftakt umfasste Impulsvorträge der Projektbegleitung und Werkstattarbeiten zur Identifizierung von Handlungsfeldern und zur Konstituierung der Arbeitsgruppen.

Im weiteren Projektverlauf des Jahres engagierte sich Einbeck aktiv in seinen Arbeitsgruppen, um spezifische Herausforderungen im Bereich der Nachhaltigkeit zu bearbeiten und innovative Lösungsansätze zu entwickeln. Die intensive Arbeit in den Gruppen mündete in 31 konkreten Maßnahmen, die sich neun zentralen Handlungsfeldern zuordnen lassen. Dazu zählen beispielsweise Initiativen zur Förderung des Stadtgrüns, Ideen für Green Meetings, die Entwicklung nachhaltiger touristischer Angebote, Strategien für eine einwegfreie Stadt sowie die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten in der Beschaffung und die Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe.

Die Ergebnisse dieser intensiven Projektarbeiten wurden schließlich im Herbst auf dem Niedersachsencamp in Osnabrück präsentiert und damit einem breiten Fachpublikum zugänglich gemacht. Dort unterschrieben die „aboutcities"-Städte gemeinsam das entwickelte Nachhaltigkeitsleitbild. Der erfolgreiche Abschluss des Projekts mit der Online-Plattform www.nachhaltigkeitskompass-neidersachsen.de unterstreicht das Engagement Einbecks für eine zukunftsfähige und nachhaltige Entwicklung im Rahmen der Städtekooperation „aboutcities".

Weserbergland Tourismus e.V.

Im Jahr 2024 nahm Einbeck Tourismus an den Sitzungen des Marketingausschusses am 10. April, sowie am 03. Juni teil. Die Mitgliederversammlung des „Weserbergland Tourismus e. V." fand am 28. November im Fagus-Werk in Alfeld statt.

Diese Weserbergland-Broschüren wurden im Jahr 2024 aktualisiert: Urlaubsmagazin, Radfahren, Wandern, Tipps für Entdecker und ein Flyer mit der Auswahl der schönsten Weihnachtsmärkte aus dem Weserbergland.

Außerdem fanden folgende Aktivitäten statt:

- Souvenirpaket zum Adventskalender:

  Einbeck Tourismus stellte ein Souvenirpaket zusammen und nahm damit erneut am Weserbergland-Adventskalender über die Plattform Instagram im Dezember teil. Das Einbeck-Türchen war am 21. Dezember 2024. Die Inhalte des Paketes waren neben ein paar regionalen Köstlichkeiten, zwei Tagestickets für den Eintritt in den PS.SPEICHER sowie eine Familienkarte für das StadtMuseum.

- Weiterbildungen im Rahmen des Weserberglandes:

  Aufgrund der wachsenden Herausforderungen im Tourismus erstellte das Weserbergland in Zusammenarbeit mit dem Unternehmen „Teejit GmbH" eine E-Learning-Plattform für diese Branche. Ziel der Plattform ist es, Nutzer:innen einen Mehrwert zu bieten und sie bei konkreten Arbeitsprozessen weiterzubringen. Sie bietet Partner:innen der Tourismuswirtschaft die Möglichkeit, sich digital und zeitlich flexibel mittels einzelner Videos zu aktuellen und touristisch relevanten Themen fortzubilden. Themen können sich verändernde Gästebedürfnisse, Marktanforderungen, Trends oder Kommunikationsplattformen und -strategien sein. Die Plattform wird Mitglieder:innen und Betrieben des Weserberglandes kostenfrei zur Verfügung gestellt und vor der Nutzung ist eine einmalige Registrierung notwendig.

Historisches Weserbergland

Die letzte Sitzung „Historisches Weserbergland" hat im April 2023 stattgefunden. Für das Jahr 2025 ist eine inhaltliche Überarbeitung der Daten der jeweiligen historischen Städte und Stätten geplant.

Diese Broschüren wurden im Jahr 2024 aktualisiert: Magalog sowie der Touristische Tagstourenplaner.

Fachwerk5Eck (F5E)

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

Im Verlaufe des Jahres wurde der Reiseführer des F5E weiter überarbeitet und inhaltlich sowie gestalterisch erneuert. Das Ziel ist der Druck der Printauflage im Folgejahr.

Ende August rief Einbeck Tourismus Familien zu einem professionellen Fotoshooting in der Altstadt auf. Dieses wurde im September vom Fotografen Florian Spieker von „Spieker Fotografie" in der Einbecker Altstadt vor Fachwerkhäusern, imposanten Bauwerken und an grünen Orten umgesetzt. Dabei entstanden mehr als 80 hochwertige Bildaufnahmen. Das Shooting wurde vom F5E finanziert, um die Bildqualität bei der Vermarktung in Bezug auf Fachwerkmotive zu verbessern und aktuelles sowie zielgruppengerechtes Bildmaterial verwenden zu können.

Der 122. Deutsche Wandertag als weltweit größtes Wanderfest fand vom 19. bis 22. September 2024 in Heilbad Heiligenstadt im Eichsfeld statt. Dabei präsentierte das F5E die fünf Mitgliedsstädte an einem Messestand.

Zudem wurde das jährliche Gästeführer:innen-Treffen vom F5E fand am 02. November 2024 in Einbeck durchgeführt. Bei einer Führung durch die Altstadt und einer Einkehr im Brodhaus konnte Fachwissen untereinander ausgetauscht werden und mehr Wissen über die Einbecker Altstadt wurde erlangt.

Einbeck Tourismus liefert dem F5E für den Social-Media-Auftritt regelmäßig Inhalte wie Bilder und Texte zur Vermarktung der Stadt zum welche in regelmäßigen Abständen veröffentlicht werden.

Deutsche Fachwerkstraße (DFS)

Einbeck ist Mitglied des im Jahre 1990 gegründeten „Deutschen Fachwerkstraße e. V." (kurz: DFS) als Verein einer der bedeutendsten Ferien- und Kulturstraßen. Die DFS führt heute auf acht Regionalstrecken von der Elbe im Norden über die Oberlausitz bis ins östliche Sachsen weiter bis zum Bodensee. Der Regionalstreckenabschnitt „Von der Elbe bis zum Harz" geht durch Einbeck hindurch.

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

Am 25. April 2024 fand die Ausschussversammlung der Arbeitsgemeinschaft der DFS in Bad Windsheim statt, an der Einbeck Tourismus sich aufgrund anderer Paralleltermine entschuldigen ließ.

Erstmalig hat die DFS ab Mai 2024 bis September 2024 einen Fachwerksommer ausgerichtet. Der Startschuss dieser Veranstaltung fiel mit dem Dt. Fachwerktag. In diesem Zuge wurden Thematisch passende Veranstaltungen der Mitgliedsstädte abgefragt. Einbeck lieferte Informationen zu den nachfolgenden Veranstaltungen zu: Einbecker Bierstadtlauf, Stukenbroks Biergarten, Einbecker Oldtimertage, Sommerfest im Fachwerk, Street Art Meile sowie die Music-Night. Neben der eigenen Bewerbung über die Kanäle von Einbeck Tourismus rund um das Thema Fachwerk wurde auf der Webseite der Deutschen Fachwerkstraße eine neue Rubrik mit allen Themenführungen zum Deutschen Fachwerktag sowie Inhalten zum Fachwerksommer angelegt.

Am 26. Mai 2024 fand der Deutsche Fachwerktag statt. Zu diesem Anlass hat Einbeck Tourismus zwei spannende öffentliche Führungen rund um das Thema Fachwerk angeboten, um die Geheimnisse des Wolpeterhauses, einem sich in der Sanierung befindenden Fachwerkhaus, zu enthüllen.
An der Regionalstreckensitzung „Von der Elbe zum Harz" am 14. November 2024 in Königslutter, wurde aufgrund zahlreicher Krankheitsfälle kurzfristig abgesagt. Ein neuer Termin ist für das Frühjahr im Mai 2025 geplant.

TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN)

Die TMN spielt eine zentrale Rolle in der Förderung des Tourismus in Niedersachsen und stellt Destinationen des Landes Niedersachsen, darunter Einbeck, in den Fokus. Nachfolgend sind die beispielhaften Aspekte ihrer Arbeit in Zusammenhang mit Einbeck als Destination in Niedersachsen im Jahr 2024 zusammengefasst:

Überregionale Vermarktung:

- Die TMN nutzt ihren Newsletter, um die Destination Niedersachsen überregional zu vermarkten. Dies dient dazu, die Attraktivität Niedersachsens als Reiseziel hervorzuheben und potenzielle Touristen anzusprechen.
  Für den Newsletter reichte Einbeck 2024 monatlich relevante und neue touristische Inhalte über den Dachverband des Weserbergland e. V. bei der TMN ein.
- Die Nutzung von Newslettern ist ein wichtiges Instrument im modernen Tourismusmarketing, um Kund:innen direkt und persönlich anzusprechen.

Digitales Management System (DMS):

- Die TMN bietet in Zusammenarbeit mit Neusta ein Framework (= Rahmenwerk als dienende Grundstruktur) als sogenanntes Rahmenmodell für das DMS TYPO3 zur Bearbeitung einer Website an. Dies unterstützt Städte in Niedersachsen bei der digitalen Präsentation ihrer touristischen Angebote und bewirkt, dass alle dieselben Funktionen des Frameworks nutzen können.
- Einbeck schloss sich im Jahr 2024 dem TMN-Framework für die touristische Website an, die im Jahr 2025 ihren Relaunch haben soll.

NaturTrip Niedersachsen:

- Die TMN fördert den Naturtourismus in Niedersachsen.
- Die Seite www.naturtrip-niedersachsen.de der TMN bietet Ausflugstipps in Niedersachsen, die bequem mit Bus und Bahn erreichbar sind. Sie ermöglicht es Benutzer:innen, einen Startort in Niedersachsen auszuwählen und leicht erreichbare Ziele mit minimalen Umstiegen zu entdecken. Darüber können nachhaltige Reisen nach Einbeck unternommen werden, aber auch Ausflugsziele, die von Einbeck aus mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen sind, können mithilfe der Plattform aufgesucht werden. Die Plattform bietet verschiedene Kategorien von Aktivitäten an, darunter Veranstaltungen, Wasseraktivitäten, Museen und Kultur, Naturerlebnisse, Wandern, Radtouren, Kulinarisches und mehr als Ausflugstipps.
- Einbeck bewarb die Website NaturTrip Niedersachsen 2024 auf der touristischen Website Einbecks.

KORA Tourismusnetzwerk:

- Das KORA Tourismusnetzwerk dient als digitales Austauschformat für Städte in Niedersachsen. Hier können sich Städte vernetzen, Erfahrungen austauschen und gemeinsam touristische Strategien entwickeln. Auch Einbeck war im Jahr 2024 dort aktiv und hat sich mit anderen Städten und der TMN ausgetauscht.

Die TMN war im Jahr 2024 ein wichtiger Akteur für Einbeck und in der niedersächsischen Tourismusbranche. Durch vielfältige Maßnahmen half sie unter anderem dabei, die Attraktivität Einbecks als Reiseziel überregional hervorzuheben und sorgte für den Austausch von Know-how innerhalb der Tourismusorganisationen in Niedersachsen.

Netzwerke

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

- Arbeitsgruppe Alt-Opel-Freunde
  Der Alt-Opel-Freunde e.V. war zur Saisoneröffnung im Mai 2024 nach einer Ausfahrt in den Harz mit knapp 100 historischen Fahrzeugen auf dem Einbecker Marktplatz zu Besuch. Vor dem Alten Rathaus erfolgte im Anschluss auch die Siegerehrung der Wertungsprüfungen und es fand eine Vorstellung der Fahrzeuge vor dem historischen Gebäude statt. Zum Empfang in Einbeck gab es für jedes anreisende Fahrzeug eine Willkommenstüte mit reichlich Prospektmaterialien zur Stadt und einem Willkommensschreiben.
- Arbeitsgruppe Themenjahre
  Einbeck wirkte in einer Arbeitsgruppe an der aktiven Gestaltung des Themenjahres „Jahr der Mobilität – 10 Jahre PS.SPEICHER“ 2024 mit und nahm an regelmäßigen Treffen zum Austausch teil.

4. SCHLUSSBEMERKUNG

Das Tourismusjahr 2024 war für uns geprägt vom Themenjahr „Jahr der Mobilität – 10 Jahre PS.SPEICHER“, ein **voller Erfolg**. Die beeindruckenden touristischen Kennzahlen und die detaillierten Auswertungen der Tourist-Information untermauern diese positive Bilanz. Mit 48.341 Gästeankünften konnten wir das Vorjahresergebnis nicht nur erneut übertreffen, sondern auch einen bemerkenswerten Anstieg von 18,1 Prozent im Vergleich zum Vor-Pandemie-Niveau von 2019 verzeichnen. Auch wenn die 97.049 Übernachtungen den Rekordwert von 2023 knapp verfehlten, so belegen sie dennoch die anhaltend **hohe Beliebtheit der Stadt Einbeck als Reiseziel**.
Das Themenjahr 2024 hat maßgeblich dazu beigetragen, Einbeck mit einem Fokus auf Mobilität als attraktives Reiseziel zu präsentieren. Dies wurde durch die weitere **konsequente Umsetzung von Einbecks Corporate Design und die Stärkung der Marke Einbeck** mit ihren Kernthemen unterstützt. Neue Kampagnen, Momente in sozialen Medien, gemeinsame Projekte mit Partner:innen und ein gelungener Instawalk zum Themenjahr haben die Sichtbarkeit unserer Stadt weiter erhöht.

Ein Großteil der im touristischen **Marketingplan 2024** verankerten Maßnahmen für eine zielgerichtete touristische Arbeit wurde erfolgreich umgesetzt. Die kontinuierliche Investition in unsere **touristische Infrastruktur**, sei es durch die Stärkung der digitalen Präsenz oder die Entwicklung neuer Angebote, zeigt sich in den positiven Ergebnissen. Die Onlinebuchungen über OBS konnten signifikant um 10,4 Prozent gesteigert werden, was unsere Bemühungen im Bereich der **Digitalisierung** bestätigt. Auch wenn der Start des Online-Souvenirshops und des Online-Shops für Gästeführungen auf das Jahr 2025 verschoben werden musste, blicken wir mit großer Vorfreude auf dessen Implementierung.

Im Jahr 2024 konnten **neun neue Gästeführer:innen** erfolgreich ausgebildet werden und das Gästeführer:innentreffen des F5E fand in Einbeck statt. Zudem konnten wir wichtige Schritte in der nachhaltigen Tourismusentwicklung gehen: Wir beteiligten uns aktiv am „aboutcities“-Projekt für **Nachhaltigkeit** in Städten und erarbeiteten wertvolle Lösungen und Vorgehensweisen zu verschiedenen Themen der Nachhaltigkeit. Die Workshops zur Entwicklung des Tourismuskonzepts Einbeck 2030 legten den Grundstein für unsere zukünftige strategische Ausrichtung. Ein weiterer Erfolg war die Schulung zu Busgruppenreisen und ein Event mit **Busreiseveranstalter:innen**, um diese Zielgruppe künftig noch bedürfnisorientierter ansprechen zu können. Auch die Umsetzung des Rad- und Wanderkonzeptes wurde erfolgreich gestartet, was unser Angebot für den Aktivtourismus verbessert. Besonders die **Zusammenarbeit mit unseren Partner:innen** der touristischen Leistungskette und den regionalen Betrieben ist und bleibt der **Schlüssel zu unserem Erfolg**. Gemeinsame Projekte haben das touristische Angebot über das Jahr 2024 hinweg optimiert und neue, spannende Erlebnisse geschaffen.

Insgesamt blickt Einbeck Tourismus sehr zufrieden auf das Tourismusjahr 2024 zurück. Mit diesen positiven Entwicklungen, die uns für die Zukunft wappnen, schauen wir **voller Optimismus in Richtung 2025**, um unsere Stadt mit neuen Impulsen und einem noch stärkeren digitalen Auftritt weiterzuentwickeln.

ANHANG

Untenstehend ist die Abbildung des Touristischen Maßnahmenplan aus dem Marketingplan für das Jahr 2024, der Einfachheit in gekürzter Form, aufgeführt. Das bedeutet, dass in dieser Darstellung keine Unterthemen und keine Begründungen zur Umsetzung der Maßnahme genannt werden.

#	Maßnahme Einbeck Tourismus	Ziel	Handlungsfeld	Status
1 (1)*	Umsetzung von zwei Tourismusstammtischen. Der erste Termin findet im Sommer 2024 als Austauschformat statt und der zweite Stammtisch wird im Winter mit einem fachspezifischen Impulsvortrag veranstaltet	Etablieren eines regelmäßigen Tourismusabends	KOOPERATION UND STAKEHOLDER MANAGEMENT	Erledigt
2	In den Austausch mit einzelnen Akteuren treten, Bedarfe zur Unterstützung ermitteln und entsprechend Unterstützung in touristischen Bereichen anbieten	Touristische Infrastruktur entwickeln und unterstützen	KOOPERATION UND STAKEHOLDER MANAGEMENT	Erledigt
3	Entwicklung einer überregionalen Themenkampagne zum Jahr der Mobilität 2024. Außerdem erfolgt die aktive Mitwirkung in der Arbeitsgruppe mit allen Aktionen zum Themenjahr (z. B. Flyergestaltung).	Hervorheben der identitätsstiftenden Merkmale Einbecks in der Innen- und Außenwahrnehmung	MARKETING UND KOMMUNIKATION	Erledigt
4 (2)*	Versand eines Business-to-Business-Themennewsletters sowie Darstellung auf der Website. Denkbare Themen: DTV FeWo-Klassifizierung, Reisen für Alle, Bett&Bike, Pfoten-Klassifizierung oder Nachhaltigkeitssiegel.	Einrichten eines monatlichen Newsletters an Leistungsträger und Gastgeber	MARKETING UND KOMMUNIKATION	Weiterbearbeitung erfolgt im Jahr 2025
5 (4)*	Nach einem ersten internen Produktworkshop im August 2023 zur Definition von Leitprodukten und was ihren Kern ausmacht, wird 2024 ein Workshop mit Anbietern der Tourismuswirtschaft die Leitprodukte Einbecks inhaltlich ausgestalten. Darauffolgend wird in internen Workshops eine Strategie für die Marketing- und Pressearbeit von Einbeck Tourismus erarbeitet. Abschließende Ergebnisse werden der Stadtgesellschaft vorgestellt. Begleitet wird die Erstellung des Tourismuskonzeptes von Realizing Progress.	Erstellung ganzheitliches Tourismuskonzept	MARKETING UND KOMMUNIKATION	Weiterbearbeitung erfolgt im Jahr 2025
6	Aktualisierung von vorhandenen Schildern an Einbecks Ortseingängen. Außerdem werden Begrüßungs- und Verabschiedungsschilder aufgestellt	Aktualisieren und Implementieren des Corporate Designs	MARKETING UND KOMMUNIKATION	Weiterbearbeitung erfolgt im Jahr 2025
7	Implementierung von Onlinewerbung über Google und Native Advertising.	Steigerung der Online-Sichtbarkeit von Einbeck Tourismus	MARKETING UND KOMMUNIKATION	Planung in 2024 mit Start in 2025

8 (12)*	Bildung von Arbeitsgruppen mit zuständigen Akteuren sowie Ausarbeitung erster Handlungsempfehlungen und Maßnahmen aus dem Konzept als Vorschlag für die Politik	Rad- und Wanderrouten an der Marke Einbeck ausrichten und Radvermarktung strategisch einordnen	ANGEBOTS- UND PRODUKTENTWICKLUNG	Weiterbearbeitung erfolgt im Jahr 2025
9 (14)*	Verstetigung der Themenkampagne „Sei Gast in deiner Stadt“ inklusive Umsetzung dazugehöriger Marketingaktivitäten	Auslastung der Hotels in der Nebensaison steigern	ANGEBOTS- UND PRODUKTENTWICKLUNG	Erledigt, jedoch ohne Umsetzung für 2025
10	Entwicklung einer touristischen Führung und außerdem Erstellung von Pauschalarrangements für das Themenjahr 2024 „Jahr der Mobilität“ sowie ihre Umsetzung.	Anbieten von Führungen und Pauschalreiseangeboten für definierte Zielgruppen	ANGEBOTS- UND PRODUKTENTWICKLUNG	Erledigt
11	Eine aktive Ansprache von Busreiseveranstaltern (im Radius von drei Stunden Fahrzeit ab Einbeck) erzielen, Interesse an dem Busgruppenreisesegment zeigen und passende touristische Programme für große Gruppen entwickeln, um den touristischen Busgruppenmarkt zu stärken.	Busgruppentouristik ausbauen	ANGEBOTS- UND PRODUKTENTWICKLUNG	Erledigt
12	Alle fünf Jahre erfolgt eine Wirtschaftsfaktoranalyse für Einbeck. Dieses Jahr erstellt die dwif-Consulting GmbH diese auf der Zahlengrundlage aus dem Jahr 2023. Es erfolgen unter anderem Aussagen zu nachfolgenden Aspekten: Quantifizierung des Tagestourismus, Daten zum Beherbergungsmarkt und zur Wertschöpfung der Tourismuswirtschaft.	Fakten zur ökonomischen Bedeutung des Tourismus in Einbeck erhalten	MARKTFORSCHUNG	Erledigt
13 (17)*	Projektgruppen zur Nachhaltigkeit werden im Januar in einem Workshop von den „aboutcities“ und der TourismusmarketingNiedersachen (TMN) erarbeitet. Anschließend erfolgt die Umsetzung nachhaltiger Projekte in Kleingruppen, zusammengesetzt aus verschiedenen niedersächsischen Städten.	Entwicklung von Nachhaltigkeitsaspekten in Städten Niedersachsens	ANGEBOTS- UND PRODUKTENTWICKLUNG	Erledigt

Quelle: Eigene Darstellung von Einbeck Tourismus.

*Maßnahme aus 2023 übernommen. Begründung und Maßnahme wurden bei Bedarf angepasst.