



# Geschäftsbericht 2021

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

aachen   
**tourist service**









# Geschäftsbericht 2021

Der Rückblick des aachen tourist service e.v.

Aachen, Juni 2022

# Vorwort des Vorstands

Ein Jahr voller Auf's und Abs



Ins Jahr 2021 starteten wir mit gemischten Gefühlen. Denn obwohl sich nach dem Corona-Schock von 2020 endlich wieder Optimismus breitmachte, war klar, dass es sicherlich noch Zeit brauchen wird, bis wir bzgl. Besucher- und Übernachtungszahlen an richtig gute Zeiten anknüpfen können. Dennoch hofften wir auf eine baldige Rückkehr in den Normalbetrieb und freuten uns auf diverse Projekte, von denen wir einige in diesem Geschäftsbericht darstellen.

Zum Jahresbeginn stimmten uns vor allem die Anfragen im MICE-Bereich optimistisch. Mit 43 geplanten Veranstaltungen jeglicher Größe war die Hoffnung auf eine Verbesserung der Situation groß. Außerdem merkten wir bei den Individualreisenden wieder ein verstärktes Interesse. So wurden erneut Informationen und Materialien angefordert, auch wenn darauf letztendlich noch keine Buchungen folgten.

Der gute Eindruck hielt leider nicht allzu lange an. Denn dadurch, dass der Lockdown in der ersten Jahreshälfte und somit auch das Verbot touristischer Reisen immer wieder verlängert wurde, mussten viele der besagten Events wieder abgesagt oder verschoben werden. Die positive Einschätzung, die wir im Spätsommer 2020 noch hatten, war verfrüht. Daher mussten wir zunächst den Wirtschaftsplan

anpassen und dann die Kurzarbeit, die eigentlich bis April angesetzt war, verlängern – alles, in einer Zeit mit einer ohnehin angespannten Personalsituation.

Unsere personelle Situation war nämlich schon beim Jahreswechsel schwierig. Wir mussten mit 3 Vollzeitkräften und einer Aushilfe weniger auskommen als im Jahr zuvor und die Nachbesetzung war aufgrund der KUG-Regelungen nicht möglich. Hinzu kam, dass die anstehenden Aufgaben nicht weniger waren, sondern einfach nur anders. So mussten diese von den wenigen Mitarbeitenden getragen werden. Erst als zwei weitere Mitarbeiterinnen den at's verließen, konnten bzw. mussten wir die Kurzarbeit für alle anderen aufheben.



Wir ließen uns nicht unterkriegen und setzten mit dem verbleibenden Team den Fokus auf unsere Kernaufgaben, den bevorstehenden Sommer und vor allem auf die beiden Projekte, die uns ganz besonders am Herzen lagen: die neue Tourist Info und die PWA (Progressive Web App). Beide Projekte sind gute Beispiele dafür, dass Corona nicht nur negative Auswirkungen, sondern auch positive Effekte auf den Aachen Tourist Service hatte.

Der Sommer brachte jedoch Freud und Leid zugleich. Deutschlandweit wurde der Restart 2.0 ausgerufen und touristisches Reisen war nicht nur wieder möglich, sondern wurde auch sofort stark nachgefragt. Doch dann kam der nächste Schock: die Hochwasserkatastrophe in der Region. Dies war der nächste Einschnitt, sowohl für die Mitglieder, die davon betroffen waren, als auch für alle anderen. Denn zum ersten Mal konnten wir uns nicht darüber freuen, dass der Name „Aachen“ in den Medien so präsent war. Wieder hagelte es Absagen. Zum einen konnten Gäste die Ausmaße nicht richtig einschätzen und zum anderen wollten sie nicht „schaulustig“ wirken. Im Spätsommer bzw. Herbst schlug das Pendel dann noch mal zur anderen Seite aus, als CHIO, Karlspreis und die Dürer-Ausstellung nachgeholt wurden. Insgesamt war es also ein Auf und Ab.

Konstant blieb und bleibt jedoch eins, nämlich das Wort, mit dem wir unser Team beim Aachen Tourist Service beschreiben: AUSSERGEWÖHNLICH! Bereits letztes Jahr traf dieses Wort hervorragend auf unsere Mitarbeitenden zu und das trifft es nach wie vor. Unser Team ist außergewöhnlich engagiert, außergewöhnlich einsatzstark und wirklich außergewöhnlich krisenfest! Rückblickend haben uns die unterschiedlichen Stolpersteine noch mehr zusammengeschweißt. Wir sind stolz, dankbar und einfach nur glücklich, dass wir euch haben!

Inzwischen konnten wir immerhin Personal aufstocken. Allerdings können wir auch 2022 noch nicht wieder an alte Zeiten anknüpfen. So gibt es immer noch viel zu tun, um Aachen weiterhin als attraktives Reise- und MICE-Ziel zu vermarkten. Wir müssen uns strategisch neu aufstellen und finanziell neu sortieren. Die ersten Schritte sind gemacht und mit Unterstützung unserer Mitglieder und Partner schaffen wir auch alle weiteren Herausforderungen. Darauf freuen wir uns!



Caroline Noerenberg  
Vorstand



Katrin Hissel  
Vorstand



# Unsere Aufgaben - Gemeinsam stark für Aachen

## Wer sind wir?

1949 als Verkehrsverein Bad Aachen e.V. gegründet sind wir erster Ansprechpartner für die Gäste unserer Stadt und seit 1991 für das touristische Marketing der Stadt Aachen verantwortlich. Seit 2007 erfüllen wir diese Aufgabe unter dem international verständlicheren Namen aachen tourist service e.v. Im Jahr 2021 waren wir überwiegend ein rund 17-köpfiges Team, bestehend aus 14 Festangestellten und 3 Auszubildenden. Erst im Herbst konnten wir das Team wieder um zwei Studentische Hilfskräfte und drei Aushilfen aufstocken.

## Wie sind wir organisiert?

Unsere Mitarbeitenden verteilen sich auf die Abteilungen Service Center und Tourist Info, Administration und Finanzbuchhaltung, Marketing und Kommunikation sowie den Geschäftsbereich aachen convention.

## Wo sind wir erreichbar?

Wir sind dort, wo sich die meisten unserer Gäste aufhalten – in der Innenstadt. Die Tourist Info am Elisenbrunnen ist der Anlaufpunkt für Gäste, aber auch für Aachenerinnen und Aachener.

Mit unserem Sitz am Markt sind wir in räumlicher Nähe zueinander, um auch intern schnell interagieren zu können. Während unserer ausgedehnten Servicezeiten sind wir für Gäste und Partner im Servicecenter per Telefon, Mail oder Fax erreichbar. Zudem bieten unsere stetig wachsende Webseite und unsere Social-Media-Kanäle rund um die Uhr umfangreiche Informationen für alle Interessierten.



## Was sind die Aufgaben der einzelnen Abteilungen?

Das Service Center steht bei allen Aachen-Anfragen zur Verfügung und vermittelt Hotelzimmer, Tagesprogramme sowie Stadtführungen. Außerdem unterstützt die Abteilung den Geschäftsbereich aachen convention, der für die Abwicklung des Tagungs- und Kongressgeschäfts zuständig ist. Kongressmarketing und Akquise werden gemeinsam mit der Abteilung Marketing und Kommunikation gestaltet. Dort laufen zudem die Fäden für die gesamte touristische Vermarktung der Stadt Aachen zusammen. Außerdem werden der Internetauftritt sowie die Social-Media-Kanäle gepflegt, touristische Kooperationen und Arbeitsgruppen gebündelt sowie Messen, Präsentationen und Informationsmaterialien gestaltet. Auch die Digitalisierung wird über dieses Team vorangebracht. Die Abteilung Administration und Finanzbuchhaltung hat neben den buchhalterischen Aufgaben die Verantwortung über die EDV, betriebsinterne Verwaltung und Koordination sowie für die Betreuung unserer Mitglieder.

## Was sind unsere Ziele?

Unser primäres Ziel ist es, den Tourismus in Aachen nachhaltig zu fördern. Möglichst viele Gäste aus der ganzen Welt sollen sehen und erleben, wie attraktiv, lebens- und liebenswert Aachen ist! All diese Gäste bringen Geld in die Stadt: Sie übernachten, essen, kaufen ein, fahren Bus und Taxi ... Daraus resultiert ein jährlicher Primärumsatz von rund 800 Millionen Euro! Durch die Optimierung unserer Dienstleistungen arbeiten wir daher permanent an der Verbesserung des touristischen Produktes „Aachen“.



# Timeline

**1949** Gründung des Verkehrsverein Bad Aachen e.V.

Übernahme der Tourist Info Haus Löwenstein **1983**

**1991** Übernahme des touristischen Marketings  
Umzug der Tourist Info zum Elisenbrunnen

Umzug des Backoffice von der Monheimsallee  
in die Krefelder Straße **1999**

**2006** Zertifizierung der Tourist Info mit der „i-Marke“

Zertifizierung mit dem „Service Q“ **2009**

**2013** Einführung der neuen Corporate Identity

Satzungsänderung und erstmalige Wahl  
von Aufsichtsrat und Vorstand **2015**

**2018** Livegang aachen convention

Umzug in die Räumlichkeiten am Markt **2019**

**2021** Neueröffnung Tourist Info am Elisenbrunnen



# Unternehmenssituation

## Arbeiten unter Corona

Die tägliche Arbeit beim aachen tourist service wurde 2021 - wie schon im Jahr zuvor - in großen Teilen von Corona beeinflusst. Die Pandemie bescherte uns Veränderungen, gab uns allerdings auch den Antrieb für neue Wege und Lösungsansätze.

Da die neuen Gegebenheiten im Arbeitsalltag digitale Arbeitsmethoden erforderten, investierten wir auch 2021 weiter in die technische Ausstattung. In der ersten Jahreshälfte führten wir dafür zunächst Microsoft 365 ein, wozu im April eine Online-Schulung für alle Mitarbeitenden stattfand. Seit Mai 2021 sind die neuen Programme fester Bestandteil unserer Arbeit und Microsoft Teams wissen wir als internes Kommunikations- und Informationssystem abteilungsübergreifend besonders zu schätzen. Zum Jahresende begannen wir dann auch mit der Vorbereitung einer Serverumstellung, wodurch wir zukünftig hoffentlich Kosten einsparen werden.

## Corona-Webseite

Schnell und regelmäßig zu informieren – das war eine der wichtigsten Aufgaben von Beginn an der Pandemie. 2020 wurde dafür eine eigene Landing-Page auf unserer Webseite erstellt, die natürlich auch 2021 und bis heute regelmäßig angepasst wird.

**[www.aachen-tourismus.de/aktuelle-hinweise-coronavirus](http://www.aachen-tourismus.de/aktuelle-hinweise-coronavirus)**

Die von der Regierung vorgeschriebenen Regelungen zu Masken, Schnelltests und Homeoffice setzten wir kontinuierlich um. Seit November 2021 galt zudem die 3G-Regel am Arbeitsplatz. Nennenswerte Ausfälle durch Quarantäne oder coronabedingte Krankheitsfälle hatten wir tatsächlich kaum zu beklagen. Durch die finanziellen Hilfen vom Bund und die Einsparungen durch Kurzarbeit, die für alle Mitarbeitenden zum Juli 2021 aufgehoben wurde, konnten wir auch das zweite Pandemie-Jahr letztendlich besser als erwartet abschließen.

# Umbau und Neueröffnung Tourist Info



## Persönliche Beratung, moderne Technologien & regionaler Genuss

Wir haben eröffnet! Im Juni, also pünktlich zum Restart des Tourismus in der Region, öffnete unsere komplett neugestaltete Tourist Info Elisenbrunnen mit neuem Interieur, modernem Café und vielen interessanten Angeboten ihre Türen – diesmal sogar mit zwei Eingängen. Denn die neue Tourist Info im linken Flügel des Elisenbrunnens ist jetzt sowohl vom Friedrich-Wilhelm-Platz aus als auch vom Elisengarten aus zugänglich.

Gemeinsam mit unserem neuen Partner, der unser touristisches Angebot mit dem Café Ferbers am Elisengarten gastronomisch ergänzt, starteten wir im Januar 2021 mit dem Umbau. Unterstützt wurden wir dabei von Chanté Nöhlen von der Marken- & Interieurberatung Charaktere aus Aachen. Sie sollte bei der Raumgestaltung das traditionelle Beratungsangebot mit modernen Medien und neuem Stil verbinden.





Der Umfang des Umbaus war nicht gerade klein: geänderte Wasseranschlüsse, Kabelverlegungen für die Elektrik, Bodenrenewerung sowie Anstrich und das fast vollständig maßangefertigte Interieur sorgten für ausreichend Arbeit. Die Abstimmung der Gewerke, die Koordination der Handwerker und auch die Abwicklung von Reklamationen übernahm „Charaktere“. Und wie bei solchen Projekten üblich, dauerte es doch länger als geplant.

Aber wir hatten quasi Glück im Unglück: Der Umbau fiel zeitlich in die Schließphasen im Lockdown und so war zumindest keine provisorische Tourist Info in dieser Zeit notwendig.



Inzwischen werden unsere Gäste in herzlicher und zeitgemäßer Atmosphäre empfangen, können auf einer Sitzinsel Platz nehmen und sich ausgiebig über Aachen informieren. Digitaler und persönlicher Service wurden an das heutige Nutzerverhalten und die Serviceerwartungen angepasst. Neben der direkten Beratung liefern nun auch Touchscreens als Selbstbedienungs-Terminals umfangreiche Infos in digitaler Form. Auf der gut sortierten „Produktinsel“ mit dem angepassten Souvenirsortiment sind mehr regionale und nachhaltige Produkte zu finden – natürlich immer mit Aachen-Bezug.



Im angeschlossenen Café Ferbers am Elisengarten runden die regionaltypischen Leckereien wie Gebäck und in Aachen gerösteter Kaffee das Angebot ab – egal, ob „to go“ oder mit Blick auf das Geschehen an einem der Tische gleich vor der Tür.

Das Konzept der neuen Tourist Info fand NRW-weit Aufmerksamkeit. Daher wurde der ats von Tourismus NRW dazu eingeladen, das Konzept auf dem Fachkongress «Smart Destination» am 5.10.2021 in Düsseldorf vor 150 Touristiker\*innen unter dem Themenschwerpunkt «Tourist Info der Zukunft» vorzustellen. Die Präsentation war ein voller Erfolg! Während es bereits vor Ort ein sehr gutes Feedback von den Teilnehmenden gab, bekommt der ats seitdem auch immer wieder Anfragen zum Konzept. Außerdem sind wir besonders stolz, dass unsere TI im Leitfaden Smart Destination von Tourismus NRW als „Best Practice“-Beispiel vorgesehen ist (Erscheinungstermin 2023).

# Drei Fragen an...

Chanté Nöhlen, Markenberaterin & Interior Designerin

## 1. Wie ist die Idee zur neuen Tourist Info entstanden und welches Ziel hat das Konzept?

Als Markenpsychologin ging es für mich vor allen Dingen darum, einen Ort zu schaffen, der Aachen und die Marke aachen tourist service authentisch und zielführend symbolisiert und stärkt. Vision war es, mit einem passenden Raumkonzept und Interior Design einen Ort des Austausches zu kreieren, der unsere (Lieblings-) Stadt widerspiegelt und damit den Touristen\*innen den passenden Eindruck vermittelt. Ebenso aber auch die Aachener\*innen zum Besuch einlädt und mit Stolz erfüllt. Diese Symbiose aus Ankommen, Informationsbedarf und Cafébesuch galt es zu erreichen.

## 2. Welche Herausforderungen gab es während des Umbaus?

Der Umbau der TI lief in Anbetracht der gegebenen Herausforderungen, wie Lieferengpässe auf Grund von COVID und des Denkmalschutzes und den damit besonderen Gegebenheiten, wirklich glücklich ab. Natürlich hatten wir mit den genannten Herausforderungen einige individuelle Challenges zu lösen, fanden hier aber auf Grund von harmonischer Zusammenarbeit und Vertrauen immer schnell zum Ziel - und das sogar, ohne den Zeitplan über den Puffer hinaus erweitern zu müssen.

## 3. Entspricht das Ergebnis deinen Vorstellungen?

Bei gefühlt jedem meiner immer noch regelmäßig stattfindenden Besuche der TI erlebe ich diesen kurzen Moment der Faszination und Demut. Das mag vielleicht gefühlswidrig klingen, aber genauso ist es. Diese besonderen Räumlichkeiten, als Teil des Elisenbrunnens und als elementarer Eindrucks-Anker für einen jeden Touristen, mitgestalten zu dürfen, ist eine sehr große Ehre für mich gewesen. Dieser authentische, offene und auch im internationalen Vergleich herausstechende Ort der Aachener Tourist Info ist nun eine weitere Stärke unserer Marke Aachen.





Chanté Nöhlen

Konsumentenpsychologin & Interior Designerin  
Geschäftsführung | Charaktere. Markenberatung & Inneneinrichtung

[www.charaktere-online.de](http://www.charaktere-online.de)

# Digitale Weiterentwicklung

Die digitale Weiterentwicklung war auch 2021 von großer Bedeutung für uns. Der Fokus lag auf unseren großen Projekten, wie unserer PWA „Visit Aachen“ und die damit verbundene Open Data Datenbank. Selbstverständlich wurden aber auch die im Umfang kleineren Projekte zur Optimierung unserer Sichtbarkeit, der Serviceangebote und der Arbeitsabläufe vorangebracht.

## Open Data

In Zusammenarbeit mit Tourismus NRW wurde auch 2021 weiterhin am Projekt „Touristisches Datenmanagement NRW: offen, vernetzt, digital“ gearbeitet. Innerhalb dieses Projektes bauten wir die Open Data Datenbank (Data Hub NRW) auf, die den Grundstein für den digitalen Wandel legte. Während wir unsere Datenbank im Jahr 2020 mit Informationen zu den Sehenswürdigkeiten der Stadt gefüllt haben, folgten 2021 die Daten zu Veranstaltungen, Gastronomie, Unterkünften und Touren. Zudem gab es verschiedene Neuerungen, die in Zukunft einen Mehrwert für die Nutzer bieten sollen. So wurde die Datenbank an Maq-nify, einem touristischen Live-Hörbuch für unterwegs, angebunden, damit Audiocontent für den Erlebnisguide genutzt werden kann. Weiterhin gab es eine Anbindung an „Reisen für Alle“, die bundesweit gültige Kennzeichnung im Bereich Barrierefreiheit, die es ermöglicht, Daten aus dem Hub mit Informationen dazu zu ergänzen. Durch ein neues Reportingtool besteht zudem die Möglichkeit, die bestehenden Datensätze und deren Datenqualität zu analysieren und somit auch zu prüfen, welche Datensätze noch verbessert werden können. Stand Mai 2022 werden 164 Datensätze in den Hub gespielt. Außerdem wurden inzwischen 475 Datensätze in der ats-internen Datenbank hinterlegt.





## Neues in TOMAS

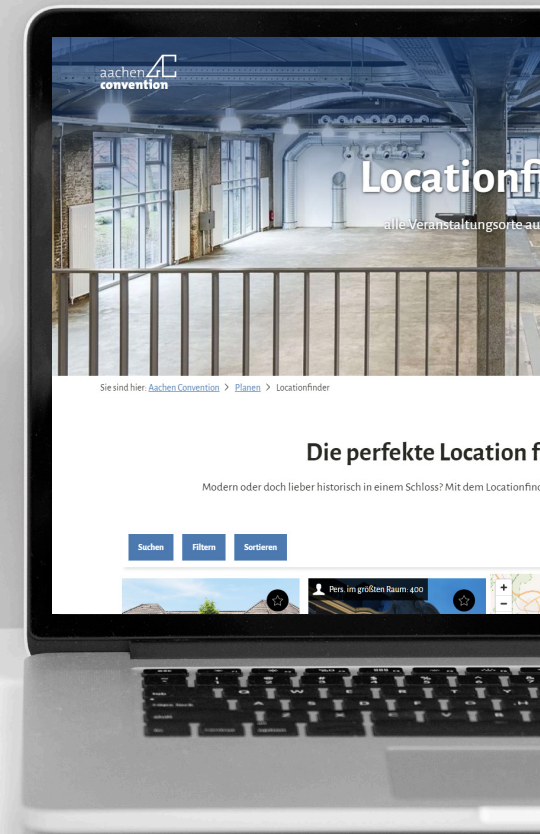
Zur digitalen Weiterentwicklung gehört natürlich nicht nur das „Sichtbare“. Auch unser altbewährtes Buchungssystem TOMAS wurde im Jahr 2021 weiterentwickelt. So können wir inzwischen die Pauschalen des ats über TOMAS online bearbeiten. Pünktlich zum Restart unserer Führungen wurde mit dem TVoucher-T-Scan ab Juni außerdem die Erstellung von Vouchertickets für die Führungen online möglich. Seit Juli sind über eine TOMAS-Schnittstelle zu Palisis zudem die Hop-on-Hop-off-Tickets online buchbar.

## PWA „Visit Aachen“ – Digitalisierte Customer Journey

Es ist vollbracht. 2021 war die erste Version unserer PWA (Progressive Web App) „Visit Aachen“ quasi fertig und somit sollte ein großer Schritt in Richtung digitalisierter Customer Journey gemacht sein. Doch es kam anders: Das fertige Produkt entsprach leider nicht unseren Vorstellungen und tatsächlich auch nicht ganz unserer Leistungsbeauftragung. Viel Hin und Her mit der Agentur, nicht erfüllte Anforderungen - ein Gefühl der Resignation machte sich vor allem bei den Mitarbeitenden breit, hatten sie doch viel Arbeit und Herzblut in das Projekt gesteckt. Und auch der Vorstand war enttäuscht und „not amused“. Denn der ats hatte nicht nur Arbeitszeit, sondern auch Geld in das Projekt gesteckt. Es folgten Austauschgespräche, Beratungstermine mit neuen Agenturen, mit Rechtsanwälten und wieder mit der alten Agentur. Letztendlich einigten wir uns auf eine angemessene Regressumme, erhielten Zusagen zur weiteren Verbesserung des Produktes und konnten dann im Frühjahr 2022 mit einer ersten Vorläuferversion live gehen. In 2022 wird die PWA mit Fokus auf bessere Usability und durch mehr hochwertige Inhalte selbstverständlich weiterentwickelt und stetig verbessert.

## Neues auf der Webseite aachen convention

Mitte Juli 2021 wurde die Webseite von aachen convention technisch auf den neuesten Stand gebracht. Seitdem finden Veranstalter dort auch unseren neuen Locationfinder, der nun nicht mehr über ein separates System läuft, sondern im Paket der Webseite enthalten ist. Der Umzug der Daten hat uns viel Arbeit gekostet, bietet aber mit neuen Funktionen und verbesserter Usability einen Mehrwert für alle. Außer der Möglichkeit einer attraktiveren Darstellung der Locations und der jeweiligen Leistungen können nun auch praktische Merklisten angelegt und PDF-Ansichten zum Ausdrucken erstellt werden. Eine weitere Änderung auf [www.aachen-convention.de](http://www.aachen-convention.de) war die Integration der Landingpage „Sicher tagen“, die Tipps und Hinweise zu Sicherheits- und Hygieneregeln für Veranstalter sowie einen Leitfaden für hybride Veranstaltungen von Tourismus NRW enthält.



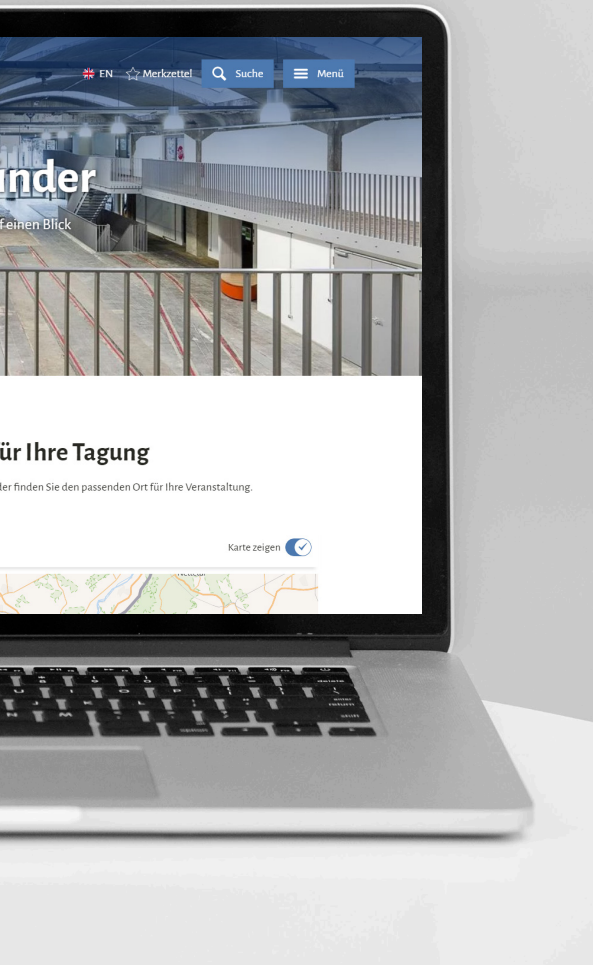


# Mitgliederthemen

Am 31.12.2021 hatte der aachen tourist service e.v. 240 Mitglieder, unter anderem aus den Bereichen Hotellerie, Veranstaltungsdienstleister, Gastronomie und Einzelhandel.

## Neue Kategorie „MICE-PARTNER“

Um der Neuausrichtung des Bereichs aachen convention gerecht zu werden, haben wir im Jahr 2020 unsere Beitragsordnung überarbeitet und die neue Kategorie „MICE-Partner“ mit diversen Unterkategorien hinzugefügt. Zum Jahr 2021 ist die neue Beitragsordnung dann in Kraft getreten. Insbesondere durch die Unterkategorie „Location“ konnten wir Leistungspartnern, die bis zu diesem Zeitpunkt über eine Zusatzvereinbarung im Locationfinder gelistet waren, die Möglichkeit geben, Mitglied bei uns zu werden. Außerdem können Mitglieder aus anderen Kategorien, die auch eine Veranstaltungslocation haben, diese zusätzlich in den Umfang ihrer Mitgliedschaft mitaufnehmen.



## Willkommen beim ats!

Im Jahr 2021 zählte der aachen tourist service e.v. 24 Zugänge. Wir freuen uns sehr, Sie als neue Mitglieder bei uns begrüßen zu dürfen!



### Unterkünfte

- Boarding House Elisabethstraße
- Chez Coco Apartments
- Kloster Heidberg
- Privatvermieterin Dagmar Ganssaug



### Gastronomie

- Ferbers am Elisengarten



### Shopping

- Jean-Pierre Käse Wein Delikatessen
- Weltladen Aachen UG



### Veranstaltungslocation

- Charles
- DAS LIEBIG
- ENERGETICON gGmbH
- Forum M
- Kerres Catering
- RWTH Interational Academy
- Tagungshaus Gut Obermühle
- TZA Technologiezentrum



### Erweiterte Mitgliedschaft für Location

- Dorint Hotel Düren
- La Butte aux Bois
- Novotel Aachen City
- Parkhotel Quellenhof Aachen



### Leistungspartner und Unterstützer

- DAS DA THEATER gGmbH
- event probat GmbH
- Nicole Blumentrath - Naschfest
- Siepen Reisen GmbH
- StädteRegion Aachen



## Hochwasserkatastrophe - schwere Zeiten

Mitte des Jahres hatten wir uns den Restart in unserer Branche gewiss anders vorgestellt. Gerade mal ein paar Wochen nach Ende des zweiten, fast sechsmonatigen coronabedingten Lockdowns in Deutschland stand aber schon die nächste Katastrophe vor der Tür. Das Hochwasser vom 14. und 15. Juli, das nicht nur bei uns, sondern auch in anderen Regionen Westdeutschlands unvorstellbare Schäden hinterlassen hatte, wird uns sicherlich noch lange im Gedächtnis bleiben. Viele Gäste waren unsicher. Wieder wurden Reisen und Führungen umbucht oder storniert. Unser Service Center wurde einmal mehr zur Anlaufstelle für Gäste und Aachener, die sich über die aktuelle Situation in und um Aachen informierten, sowie für die Stadtverwaltung, die wir gerne bei der Abfrage von Hotelkapazitäten für Betroffene unterstützt haben.

Auch neun unserer Mitglieder hatte es schwer getroffen. Um ihnen in dieser schwierigen Zeit zur Seite zu stehen, boten wir unsere Unterstützung im Rahmen des Vereinszwecks an. In der Hoffnung, zumindest einen kleinen Beitrag zum Fortbestand dieser Unternehmen leisten zu können, haben wir ihnen den Beitrag für das Jahr 2022 erlassen und ihre Mitgliedschaft befristet beitragsfrei gestellt.

## Mitglieder-Mittwoch

Der Aachener Markt lebt von touristischen Attraktionen und Events, aber natürlich auch von der hohen Anzahl der Mitgliedsbetriebe und ihrer Vielfältigkeit. Da es während der Pandemie zu Events und Attraktionen leider wenig zu berichten gab, wollten wir andere Inhalte für unsere Social-Media-Kanäle generieren. Auch um unsere Mitglieder zu unterstützen, haben wir den „Mitglieder-Mittwoch“ ins Leben gerufen. Denn sie sind es, die unsere tägliche Arbeit am touristischen Markt für die Stadt Aachen auszeichnen, und diese Diversität wollten wir gerne auch unseren Follower\*innen bei Facebook und Instagram näherbringen.

Alle Mitglieder wurden eingeladen, sich zu beteiligen. Wir stießen auf großes Interesse und erhielten viel Material, also Bild und Text, das wir im Namen des jeweiligen Betriebs auf unseren Kanälen posteten. Die Mitglieder profitierten von unserer Reichweite und bekamen die Möglichkeit, ihren Bekanntheitsgrad mit geringem Aufwand zu steigern. Gepostet wurde, wie der Name schon sagt, jede Woche am Mittwoch. Auf diese Weise konnten wir insgesamt vierzig Mitgliedsbetriebe präsentieren.

# Angebote und Aktionen

## „3 für 2! Die dritte Nacht geschenkt!“

Um zum Restart den Tourismus in Aachen wieder anzukurbeln und auch, um den Touristen und Touristinnen nach den Corona-Einschränkungen ein „Willkommens-Geschenk“ zu machen, haben wir gemeinsam mit einigen Hotelpartnern ein neues Angebot eingeführt. Durch dieses erhielten unsere Gäste die dritte Nacht gratis. Das Angebot, das für alle von uns angebotenen Pauschalreisen galt, sollte Menschen nicht nur nach Aachen locken. Unsere Gäste sollten auch länger in der Stadt verweilen, so dass so viele Betriebe wie möglich davon profitieren konnten. Das Angebot wurde sehr gut angenommen und vor allem in den Sommermonaten gut gebucht.

## Kulinarisch unterwegs - Öcher Spezialitäten Tour

Bereits Ende 2019 hatten wir gemeinsam mit der Aachener Kochbuchautorin Katja Esser angefangen, eine neue Spezialitätentour auszuarbeiten. Leider konnte diese 2020 nicht neu eingeführt werden. Ende 2021 wollten wir den Versuch dann erneut starten. Das Konzept lag bereits vor: Bei einer 2,5-stündigen kulinarischen Stadtführung entlang neun Stationen können unsere Gäste Aachen mit allen Sinnen entdecken, viel über verschiedene regionale Leckereien erfahren und diese natürlich auch gleich vor Ort probieren. Doch erst einmal musste mit den Lokalitäten, die hier auf dem Programm stehen, neu verhandelt bzw. der eine oder andere Betrieb ausgetauscht werden. Dann wurden passende Gästeführer\*innen akquiriert und die Texte nochmal nachgearbeitet. Inzwischen ist die Tour buchbar.



## Musikalisch unterwegs - Aachen Musical-Sommer

Eine weitere neue Kooperation ist unserem neuen Mitglied, dem DAS DA Theater, zu verdanken. Diesbezüglich kam Theaterleiter Tom Hirtz im Sommer 2021 auf uns zu. Denn kurze Städtetrips werden von vielen Menschen gern mit einem Musicalbesuch verknüpft. Warum also nicht auch in Aachen? Wir waren begeistert und konnten auch einige unserer Partnerhotels von der Idee überzeugen. So ist eine neue Pauschale entstanden, die für 2022 erstmals buchbar ist. Highlight der Reise ist der Besuch des Sommermusicals, das auf Burg Wilhelmstein aufgeführt wird. Außerdem enthält das Angebot den Hotelaufenthalt sowie eine Dom- und Altstadtführung.

*„Wir freuen uns, unser Sommer-Musical auf Burg Wilhelmstein durch die Kooperation mit dem aachen tourist service auch über die Region hinaus bekannt zu machen. Mithilfe des Pauschalreiseangebotes können wir neue Zielgruppen erschließen und für unser Theater und die Stadt Aachen begeistern.“*

*Tom Hirtz, DAS DA Theater*



# Aachen in aller Munde

## Netzwerkmarketing

Messen, Workshops und Webinare gaben uns im Jahr 2021 endlich wieder die Möglichkeit, besser und bei dem einen oder anderen Termin sogar in Präsenz, zu netzwerken. Der direkte Kontakt zu Endverbrauchern, Fachbesuchern und Geschäftspartnern hatte uns als Bestandteil unserer täglichen Arbeit sehr gefehlt. Denn auf solchen Events präsentieren wir Aachen als touristische Destination sowie als Kongress- und Tagungsort einfach am besten. Im Jahr 2021 informierten wir uns über aktuelle Trends und touristische Neuigkeiten wie z.B. den Umgang mit der Pandemie, digitale Themen wie Open Data und Nachhaltigkeit.

## Mitgliedschaften

Der aachen tourist service e.v. ist in verschiedenen Vereinen und Verbänden Mitglied:

- Aachener Geschichtsverein e.V.
- Club Aachen International
- Deutscher Reiseverband e.V. (DRV)
- Deutscher Tourismusverband e.V. (DTV)
- Historic Highlights of Germany e.V.
- Karlsverein (Dombauverein) Aachen
- Kongress Initiative Aachen
- Marketing Club Aachen e.V.
- proRWTH
- Tourismus NRW e.v.
- Unesco-Welterbestätten Deutschland e.V.
- Verein Oecher Platt e.V.



## Unsere Teilnahmen 2021:

- Arbeitskreis Marktforschung, Tourismus NRW (digital)
- Arbeitskreis Tourismus Metropolregion Rheinland e.V.
- Ausschuss für Destinationsmanagement, Tourismus NRW (digital)
- Austauschrunde Tourismus und Gastgewerbe der IHK Aachen
- DZT Deutschland-Workshop (in Präsenz, Brüssel)
- Fachkongress Smart Destination
- Fachkongress Standort:Stadt:Destination - Auf dem Weg zu einem Ökosystem der Gastlichkeit (digital)
- Fokusgruppe Open Data vom Digital Hub (digital)
- Fokusgruppe Smart City vom Digital Hub (digital)
- ITB Now (digital)
- Market Insight Webinar Belgien (digital)
- Marketing- und Strategiesitzungen Historic Highlights of Germany
- Netzwerkforum Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus (digital)
- Open Data Lab Aachen (digital)
- Round Table NRW Convention
- Social Media und PR Austausch, Tourismus NRW (digital)
- Tourismuscamp 2021 (in Präsenz, Magdeburg)
- User-Austausch-Meeting TOMAS verschiedener Städte
- Virtual GTM (digital)
- Webinar „Technische Lösungen für aktuelle Wiedereröffnungsstrategien“ DTV
- Webinar Zukunftstag #Perspektive2025 - Tourismuszukunft (jetzt: Realizing Progress)

## Kampagne „Magische Herbst“

Eine weitere Kampagne, die im Jahr 2021 von Tourismus NRW e.V. initiiert wurde, richtete sich im Herbst an unsere Nachbarn aus Belgien und den Niederlanden. Die Herbstkampagne „Magische Herbst in NRW“, die 33 Geheimtipps in 5 Themenclustern für die Herbstferien in Nordrhein-Westfalen präsentierte, startete zum 1. September. Wir waren selbstverständlich dabei und freuten uns über die Marketing-Maßnahmen von Tourismus NRW. Die Kampagne sorgte für Aufmerksamkeit, erreichte mehr als 1 Mio. Personen über Social Media und zählte knapp 15.000 Seitenaufrufe.



## Kampagne „Sicher sehen wir uns wieder“

Pünktlich zum Restart des Tourismus im Juli förderte die Landesregierung mit rund 800.000 € die crossmediale Sommerkampagne „Sicher sehen wir uns wieder“, die sich an Menschen aus NRW und an potenzielle Gäste aus anderen Bundesländern richtete. Entwickelt wurde die Kampagne, die NRW als sicheres und vielfältiges Reiseland präsentierte, von Tourismus NRW e.V. und weiteren Partnern. Auch wir haben uns beteiligt und waren unter dem Hashtag #rauszeitlust mit mehreren Freizeittipps vertreten. Auf der dazugehörigen Pressekonferenz hat sich der Vorstand intensiv mit Wirtschafts- und Digitalminister Prof. Dr. Pinkwart über die Kampagne und Aachen ausgetauscht. Außerdem haben uns Gespräche mit Geschäftsführern anderer TMOs noch einmal bestätigt, wie wichtig unsere Netzwerke sind.





## MERIAN Scout Aachen

Im April 2021 wurde er veröffentlicht, der MERIAN Scout Aachen, der sich nach Metropolen wie Berlin oder Hamburg auch für eine Aachen-Ausgabe entschieden hatte. Ganz im Trend der Zeit zeigt das Magazin unsere Stadt von ihrer jungen, urbanen Seite. Damit wendet sich der MERIAN Scout an eine Zielgruppe, die auch beim ats immer mehr in den Fokus rückt, nämlich an junge Menschen, Familien und Individualreisende, die bei ihrem Kurztrip tiefer in die Stadt eintauchen möchten. Der ats hat dieses Projekt sehr gern unterstützt. Schließlich diente es mit einer Auflage von 50.000 Stück hervorragend dem touristischen Standort-Marketing.

## MERIAN Podcast

Auf den MERIAN Scout Aachen folgte Anfang September der MERIAN Podcast „Reisen beginnt im Kopf“, den wir gemeinsam mit der Stadt Aachen mit großer Freude redaktionell begleiteten. In dem Podcast haben die MERIAN-Redakteurin Inka Schmeling, die schon den MERIAN Scout begleitet hat und übrigens selbst Aachenerin ist, sowie die stellvertretende MERIAN-Chefredakteurin Kathrin Sander das Publikum in 30 Minuten gedanklich durch Aachen geführt. Die persönlichen Tipps der Redakteurinnen zu Sehenswürdigkeiten, Ausgehen, Shopping und Erlebnissen sorgten bei potentiellen Gästen für Inspiration und natürlich auch als Planungshilfe für ein tolles Wochenende in Aachen.



# aachen convention

## Die große Vision von aachen convention

Obwohl Veranstaltungsmarketing in einer Zeit, in der Veranstaltungen kaum in Präsenz stattfinden konnten, eine Herausforderung war, hielten wir auch in den beiden Pandemie Jahren an der Vision von aachen convention fest: Ein Team, das sich dem Veranstaltungsmarketing und der Akquise von Events für Aachen verschreibt. Wir möchten damit Veranstalter von außen nach Aachen holen und zum anderen die Aachener Unternehmen davon überzeugen, ihre Veranstaltungen in Kooperation mit uns zu organisieren. Obwohl oder gerade, weil die Perspektiven im MICE-Bereich noch unklar sind, war es uns wichtig, Aachen durch unsere kontinuierliche Arbeit als Standort im Bewusstsein der Veranstalter zu erhalten.

## Was bietet aachen convention den Veranstaltern?

Als Profis können wir allen individuellen Bedürfnissen gerecht werden und maßgeschneiderte Lösungen bieten, sowohl für nationale als auch für internationale Unternehmen. Zudem verfügt der ats über viele Kontakte, die insbesondere Veranstalter von auswärts selbst meist nicht haben. Beratung und Service ist dabei kostenlos und so sind wir auch neutraler Partner aller lokaler Akteure. Zu guter Letzt betreuen wir auch Veranstaltungen im Rahmen einer Full-Service-Abwicklung.

Als offizieller Hotelvermittlungspartner betreuen wir schon seit über 20 Jahren Aachens große Veranstaltungen wie CHIO und Karlspreis und wissen somit auch gut mit sensiblen Daten und hochrangiger Klientel umzugehen. Gebündelt und komprimiert nehmen wir Veranstaltern also einen großen Teil der Arbeit ab, vermitteln die passenden Locations und Hotels und erstellen das Rahmenprogramm.

## Warum wählen Veranstalter Aachen eigentlich für ihre Events?

Die im MICE-Bereich etablierten Großstädte sind mittlerweile häufig überlaufen und teuer. So suchen Veranstalter inzwischen gern nach Alternativen und Aachen ist dafür ideal. Unsere Stadt bietet viele abwechslungsreiche Locations und Interessantes fürs Rahmenprogramm. Außerdem sind die Wege kurz, sodass Teilnehmer nach langen Veranstaltungstagen noch etwas Bewegung aber auch eine lebendige Stadt mit schönem gastronomischem Angebot genießen können.

## Was hat aachen convention im Jahr 2021 gemacht?

Obwohl im MICE-Bereich auch 2021 noch vieles unklar war, hatten sowohl wir als auch die Veranstalter die Hoffnung, dass Events wieder stattfinden werden. Trotz großer Unsicherheit haben wir aber insgesamt 43 Veranstaltungen, Tagungen und Kongresse betreut, auch wenn sie dann teilweise kurzfristig abgesagt werden mussten bzw. online oder hybrid stattfanden. In Zahlen heißt das: Von den 43 Veranstaltungen wurden 12 abgesagt, 6 auf einen späteren Termin verschoben und 10 digital durchgeführt. Für die digitalen Veranstaltungen haben wir die Veranstalter mit Material aus Aachen wie z.B. Texten, Bildern und kleinen Videos unterstützt, die etwa bei Pausen eingespielt wurden. Für uns war dies eine weitere Methode, um Werbung für unsere Stadt zu machen. 15 Veranstaltungen haben zwischen Mitte September und Dezember zur Freude aller dann doch in Präsenz stattgefunden. Wir haben also trotz allem mit Veranstaltern gesprochen, Planungen gemacht, Locations vermittelt und Hotelkontingente angefragt. Und trotz Corona sind sowohl die stattgefundenen Präsenzveranstaltungen als auch die digitalen

und die hybriden Veranstaltungen gut verlaufen. Besonders wichtig war in dieser Zeit aber auch, dass wir weiterhin mit den Veranstaltern und potenziellen Kunden in Kontakt standen, sowohl persönlich als auch mit Anzeigen und Berichten in Fachzeitschriften.

### **Und wie stand es 2021 um die renommierten Aachener Großveranstaltungen?**

Als das CHIO, das Weltfest des Pferdesports, in den September verschoben wurde, hieß es für uns: Umbuchungen, Stornierungen und viele offene Fragen, mit denen wir konfrontiert wurden. Wir wussten damit umzugehen, sodass viele Reservierungen, meist zu ähnlichen Preisen, auf den neuen Termin bzw. auf das CHIO 2022 umgebucht werden konnten. Insgesamt wurden sogar drei Reitveranstaltungen (CHIO / Youngstars Jumping / Youngstars Dressage) mit unserem Partner, dem ALRV durchgeführt.

Der Karlspreis wurde ebenfalls verlegt und fand kurz danach Anfang Oktober statt. Der ats übernimmt auch für diese Veranstaltung seit Jahren die Hotelvermittlung. So konnten wir auch hier dafür sorgen, dass alle Gäste und Karlspreisträger Klaus Iohannis einen gelungenen Aufenthalt in Aachen verbringen konnten.

Nach September Special light, NetAachen Domspringen, Reitturnier, Karlspreis und den vielen Gästen der Dürer-Ausstellung folgte dann noch der Aachener Weihnachtsmarkt und sorgte damit für ein ereignisreiches Jahresende.





# Aachen zur Weihnachtszeit

## Das Weihnachtsgeschäft zieht wieder an

Auch, oder vielleicht gerade, weil die Einschränkungen zur Weihnachtszeit wieder zunahmten, hatten wir im Service Center einen deutlichen Anstieg an Anfragen zu verzeichnen. Glücklicherweise wurden aber auch wieder verstärkt Stadtführungen und unsere Pauschale „Aachen weihnachtlich“ gebucht. Natürlich sprechen wir nicht von „Vor-Corona-Zahlen“. Denn viele internationale Gäste blieben aus. Unsere Weihnachtszauber-Geschenkbbox vom letzten Jahr konnten wir aufgrund der sonstigen Arbeit nicht wieder aufleben lassen. Auf Anfrage eines Aachener Unternehmens haben wir dann aber doch eine eigens für sie erstellte Weihnachtsbox gepackt und konnten so unseren Warenverkauf noch mal steigern.

## Zeit für Geschenke

In der Tourist Info wurden wieder verstärkt Souvenirs nachgefragt. Das absolute Highlight war in diesem Jahr aber der Schenk-Lokal-Gutschein. Die lokalen Einkaufsgutscheine, die dank städtischer Subventionierung mit einem Rabatt von 20 Prozent günstiger erworben werden konnten, gab es nur online und bei uns in der Tourist Info als hübsches Kärtchen zu kaufen. Der Ansturm war enorm! Deswegen und auch wegen der Ausgabe der Kontrollbändchen mussten wir in der Tourist Info das Personal aufstocken.

## Endlich wieder Weihnachtsmarkt

Wir alle haben ihn im Jahr 2020 vermisst – den Aachener Weihnachtsmarkt. Zu unserer großen Freude fand er 2021 endlich wieder statt, wenn auch mit Einschränkungen. Aufgrund der steigenden Infektionszahlen wurde von der Stadt Aachen und vom Märkte und Aktionskreis City e.V. (MAC) kurzfristig entschieden, dass auf dem Aachener Weihnachtsmarkt ausschließlich die 2G-Regelung greift. Diese wurde kurze Zeit später auch auf den Einzelhandel ausgeweitet. Für alle bedeutete dies mehr Aufwand.

So entstand die Idee von Till Schüler (MAC), dass die zunächst nur für den Weihnachtsmarkt gedachten 2G-Kontrollbändchen auch für Gastronomie und Einzelhandel verwendet werden konnten. Gesagt, getan: Nach Rücksprache mit den entsprechenden Behörden konnten mit den Bändchen Zugänge und Kontrollen vereinfacht und komprimiert werden.

Als Anlaufstelle für auswärtige Gäste und auch, um unsere Partner zu unterstützen, wurde die Tourist Info eine von wenigen offiziellen Kontrollbändchen-Ausgabestationen, ein Service, den wir gerne für unsere Besucher\*innen aber auch für unsere Partner übernommen haben.



*„Wir haben in einer beispiellosen Aktion innerhalb nur weniger Tage gemeinsam mit der Stadt Aachen und dem aachen tourist service ein 2G-Kontrollsystem für Kund\*innen des Aachener Einzelhandels entwickelt, das den Geschäften in der Innenstadt während der Coronazeit eine nachhaltige Unterstützung bot. Insbesondere die logistische Unterstützung und die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit dem ats und seiner zentral gelegenen Tourist Info am Elisenbrunnen waren für die Realisation der Aktion von großer Bedeutung. Da sieht man, wie wichtig solche Partner sind.“*

*Till Schüler, MAC*



# Zahlen und Statistiken

## Beherbergungsstatistik 2021

Die Beherbergungstatistiken für das Jahr 2021 sind im Vergleich mit 2020 nur bedingt aussagekräftig. Sowohl die Lockdown-Zeiten als auch die Reiseregeln waren sehr unterschiedlich und wurden oft verschärft und wieder gelockert. Ein leichter Anstieg der Zahlen ist vor allem im Sommer zu verzeichnen, insgesamt aber liegt das Niveau nur bei ca. 50% im Vergleich zu den Werten vor der Pandemie.

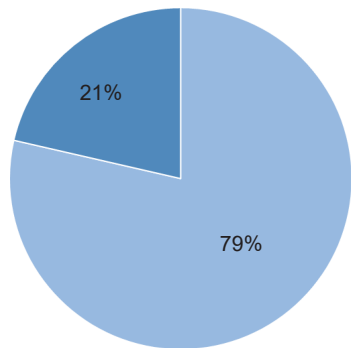
### Ankünfte

| Betriebsgruppe                 | 2021           | 2020           | +/- %       |
|--------------------------------|----------------|----------------|-------------|
| Gewerbl. Beherbergungsbetriebe | 221.675        | 200.894        | 10,3%       |
| Sonstige Beherbergungsbetriebe | 4.290          | 4.548          | -5,7%       |
| Kurwesen                       | 3.500          | 2.442          | 43,3%       |
| Campingplatz                   | 8.863          | 8.489          | 4,4%        |
| <b>Gesamtsumme</b>             | <b>238.328</b> | <b>216.373</b> | <b>9,2%</b> |

### Übernachtungen

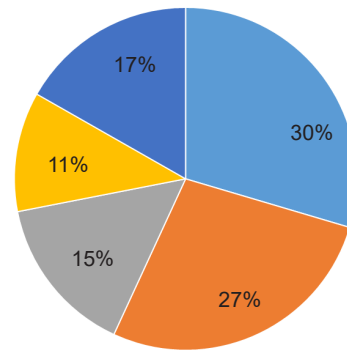
| Betriebsgruppe                 | 2021           | 2020           | +/- %        |
|--------------------------------|----------------|----------------|--------------|
| Gewerbl. Beherbergungsbetriebe | 395.901        | 353.679        | 11,9%        |
| Sonstige Beherbergungsbetriebe | 13.538         | 17.516         | -22,7%       |
| Kurwesen                       | 81.489         | 47.240         | 72,5%        |
| Campingplatz                   | 15.721         | 15.443         | 1,8%         |
| <b>Gesamtsumme</b>             | <b>506.649</b> | <b>433.878</b> | <b>16,7%</b> |

## Anteil Übernachtungsgäste In- und Ausland



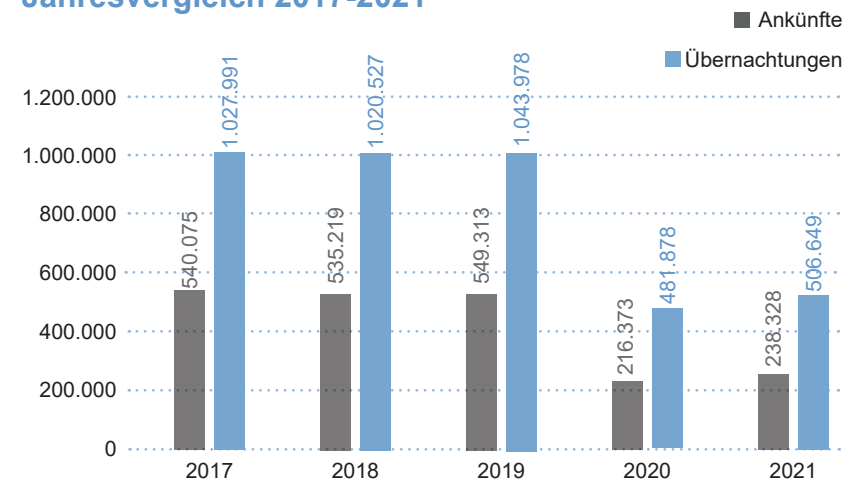
■ Inland  
■ Ausland

## Herkunftsländer ausländischer Übernachtungsgäste



■ Niederlande ■ Frankreich ■ Sonstige  
■ Belgien ■ USA

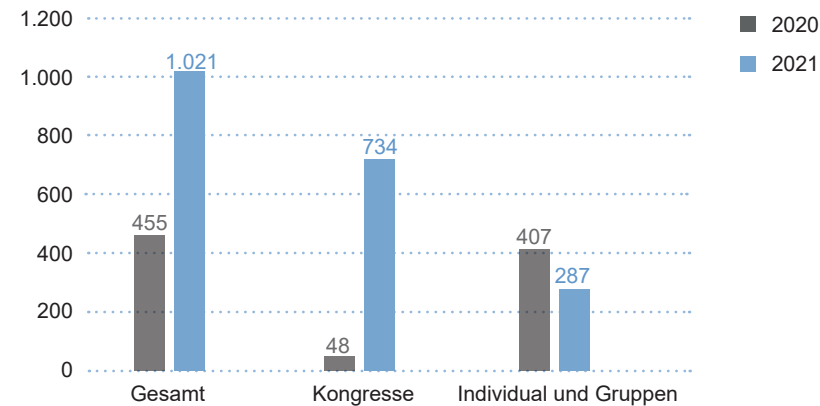
## Jahresvergleich 2017-2021





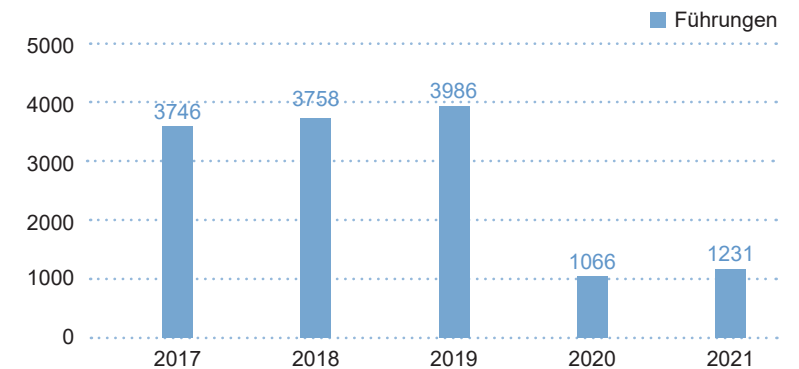
## Anzahl vermittelter Hotelbuchungen 2021

Die direkte Hotelvermittlung durch den ats wird statistisch unterteilt in touristisch motivierte Reisen (Individual- und Gruppenbuchungen) sowie geschäftlich motivierte Reisen (Kongressbuchungen).



## Entwicklung Anzahl der Führungen 2017 bis 2021

In den Jahren vor Corona bewegte sich die Zahl der durch den ats in Aachen angebotenen Stadtführungen auf konstant hohem Niveau. Nachdem die Zahlen 2018 und 2019 sogar gestiegen sind, müssen wir auch hier für 2020 und 2021 einen deutlichen Einbruch konstatieren. Begründet ist dies in den unterschiedlichen Phasen des Pandemiegeschens und der Verunsicherung der Gäste. Nachdem 2020 die Gruppengröße für die Führungen auf maximal 10 Personen festgelegt wurde, konnten wir im August 2021 auf Basis der 3G-Regel die Maßnahmen lockern und die Teilnehmerzahl auf 20 Personen hochsetzen. Die Gäste haben dies begrüßt und somit können wir für 2021 eine positive Resonanz der Gruppenführungen vermerken.

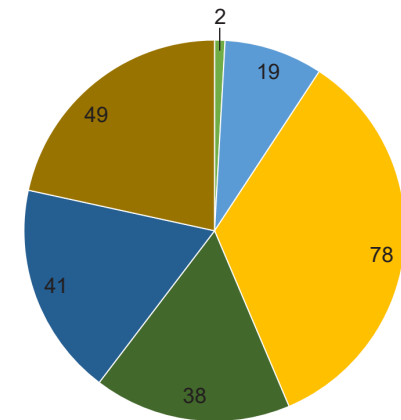
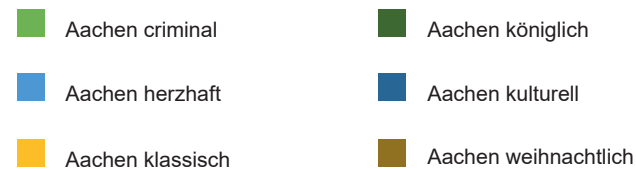


## Pauschalen 2021

In 2021 wurden insgesamt 103 Pauschalen mit 227 Personen gebucht.

Im Vergleich zu 2020 lässt sich ein Anstieg verzeichnen. Denn 2020 wurden 34 Pauschalen mit 118 Personen gebucht.

Anzahl von Personen je gebuchter Pauschale:



## aachen convention in Zahlen

Für das Jahr 2021 konnten 43 Veranstaltungen jeglicher Größe akquiriert werden.

Davon haben 25 Veranstaltungen stattgefunden:

- 15 in Präsenz
- 10 digital/ hybrid
- 6 verschoben
- 12 abgesagt

An den 25 Veranstaltungen haben ca. 4000 Personen teilgenommen. Diese verteilen sich wie folgt:

- 13 Veranstaltungen mit bis zu 100 TN\*
- 12 Veranstaltungen mit 101 bis 500 TN\*

\* Angaben laut Veranstalter

## Kontakte des aachen tourist service e.v.





# Aufsichtsrat und Beirat

## Unser Aufsichtsrat

Der aus Mitgliedern bestehende Aufsichtsrat des aachen tourist service ist das Kontrollgremium des Vorstands. Er ist unter anderem für die Bestellung und Abberufung sowie die Beratung und Entlastung von diesem zuständig. Zudem legt der Aufsichtsrat die Geschäftsordnung fest, stellt den Jahresabschluss fest und genehmigt den Wirtschaftsplan des Vereins.

## Mitglieder des Aufsichtsrats

- Harald Baal, CDU-Fraktion, Vorsitz
- Lara Neumark, Hotellerie, Stellvertretung
- Dr. Jutta Bacher, Stadt Aachen
- Dieter Becker, Gastronomie
- Dr. Susanne Kütke, Fraktion DIE GRÜNEN
- Boris Linden, SPD-Fraktion
- Prof. Dr. Manfred Sicking, Stadt Aachen
- Wolfgang Winkler, Hotellerie
- Klaas Wolters, Einzelhandel

## Unser Beirat

Dem Beirat gehören Vertreter der Stadtverwaltung Aachen, der Kur- und Badebetriebe, des öffentlichen Personennahverkehrs, der Industrie- und Handelskammer, der Presse, der Kreishandwerkerschaft, des Hotel- und Gaststättenverbandes, des Sports und der Aachener Hochschulen an. Sie alle sprechen Empfehlungen für die Entscheidungsfindung des Vorstands und der Mitgliederversammlung aus.

### Mitglieder des Beirats

- Philipp Piecha, IHK Aachen, Vorsitz
- Nicole Tomys, Handwerkskammer Aachen, Stellvertretung
- Christoph Becker, DEHOGA Nordrhein e.V.
- Frauke Burgdorff, Stadt Aachen Planungsdezernat
- Michael Carmincke, ASEAG
- Ursula Epstein, Fraktion DIE LINKE
- Caroline Fister-Hartmann, VWB Media Service
- Hans-Peter Geulen, AVV
- Anja Haas, Stadtführerin
- Jörg Hamel, Einzelhandelsverband Aachen-Düren-Köln e.V.
- Alexander Heyn, FDP-Fraktion
- Björn Jansen, Carolus Thermen Bad Aachen
- Andreas Maul, STAWAG
- Andreas Müller, Medienhaus Aachen
- Olaf Müller, Kulturbetrieb der Stadt Aachen
- Sven Pennings, AGIT mbH
- Frank Prömpeler, Festausschuss Aachener Karneval
- Alexandra Radermacher, Fraktion ZUKUNFT
- Helen Rombach-Schwartz, ALRV
- Werner Schlösser, ehem. Kurdirektor und ehem. GF ats
- Kerstin Skerletopoulos, Aachener Bank
- Erich Timmermanns, Sparkasse Aachen
- Dr. Roger Uhle, Pressestelle der FH Aachen
- Werner Weishaupt, Stadtführer
- Kristina Wulf, Eurogress Aachen

# Das Team des aachen tourist service e.v.

## Vorstand

[vorstand@aachen-tourismus.de](mailto:vorstand@aachen-tourismus.de)



Katrin Hissel



Caroline Noerenberg

## Administration

[sekreteriat@aachen-tourismus.de](mailto:sekreteriat@aachen-tourismus.de)



Anne-Valérie Houssard-Teltscher



Bärbel Reinhardt



Nina Seiser



Carina Winkel

## Marketing

[marketing@aachen-tourismus.de](mailto:marketing@aachen-tourismus.de)



Corinna Hallek



Anna Kysil



Dr. Kathrin Steinhauer-Tepütt



Linda Warot



## Sercive Center und Tourist Info

booking@aachen-tourismus.de



Susanne Braunsdorf



Petra Thelen



Marcel Farhbach



Mirjam Vorhagen



Sophie Gietz



Jacqueline Wirthen



Katrin Labus



Erik Steinwede

## Convention

info@aachen-tourismus.de



Karolin Meierrose

## Ausbildung



Emma Gerards



Theresa Pastor



Sebastian Voss









# Impressum

**Herausgeber:** aachen tourist service e.v., Markt 45-47, 52062 Aachen

**Telefon:** +49 (0)241 18029-21

**Verantwortlich:** Katrin Hissel, Caroline Noerenberg

**Redaktion:** Klio Verigou

**Fotos und Grafiken:** aachen tourist service (S.1,18,33), Corinna Strunk (S. 2,3,10,11,15,29),  
Thorsten Kohlhaas (S. 4,36,37), Chanté Nöhlen (S.11,13), Pexels (S.16,17),  
DasDa Theater (S.21), Stadt Aachen Annika Lobergh (S.25),  
WBA (S.27), Hannah Gatzweiler (S.38,39)

**Gestaltung:** ats

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



# Geschäftsbericht 2021

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

aachen   
**tourist service**