

MACH MAL
AACHEN!



Geschäftsbericht 2020

Projekte, Zahlen, Menschen

aachen tourist service e.v.

Vorwort des Vorstands



Ein Jahr wie nie zuvor ...

In das Jahr 2020 starteten wir mit dem positiven Rückenwind aus 2019. Wir freuten uns auf bevorstehende Großveranstaltungen, wie die Dürer-Ausstellung und das RWTH-Jubiläum und auch, dass wir bereits zu Beginn des Jahres mehr als 50 weitere Veranstaltungen aller Größenordnung akquiriert hatten. Wir waren optimistisch und bestens vorbereitet.

Umso drastischer war für uns der Einschnitt, als wir aufgrund des Pandemiegeschehens nicht nur die ersten Absagen und Stornierungen erhielten, sondern auch unsere Stadtführungen absagen und die Tourist Info am Elisenbrunnen schließen mussten.

2020 war alles anders. Wie oft hat man diesen Satz inzwischen gehört und gelesen? Das Coronavirus hat nicht nur unser aller Alltag

beeinflusst, sondern im aachen tourist service auch unsere tägliche Arbeit:
Zunächst haben wir nicht mehr gebucht, sondern storniert. Beraten haben wir weiterhin, aber nicht mehr zu Sehenswürdigkeiten und Ausflugszielen, sondern zu Einschränkungen bei touristischen Angeboten, zu Schutzverordnungen und Testzentren. Und im Marketing war das Ziel nicht mehr, die Menschen zu uns zu locken, sondern vor allem, ihnen im Gedächtnis zu bleiben.

Wie genau wir das angestellt haben, wird in diesem Geschäftsbericht dargestellt. Und wenn wir uns das Ergebnis angucken, dann staunen wir auch mit zeitlichem Abstand noch:

Dank finanzieller Hilfen von Bund, Land und Stadt Aachen, sowie Einsparungen durch die Kurzarbeit können wir das Jahr, wenn auch mit einem Defizit, so doch mit einer soliden

Finanzlage abschließen. Dank reichweitenstarker Marketing-Kampagnen konnten wir die Zahl der Abonnenten und Follower auf unseren Social-Media-Kanälen verdoppeln. Dank gemeinsamen Aktionen mit unseren bestehenden Leistungspartnern, aber auch dank neuer Kooperationen, betreuten wir bereits 2020 wieder erste Gäste und standen auch pünktlich zum Restart 2021 in den Startlöchern, um das Mögliche auch tatsächlich möglich zu machen.

Außergewöhnliche Zeiten erfordern außergewöhnliche Maßnahmen. Aber vor allem ein außergewöhnliches Team. Wenn wir rückblickend sehen, was in dieser Zeit alles gelungen ist, dann überkommt uns ein Gefühl von Dankbarkeit und Stolz auf unser absolut außergewöhnliches Team. Dank diesem Team haben wir es nicht nur geschafft unserem Vereinszweck auch in Zeiten einer Pande-

mie gerecht zu werden, wir haben uns auch technisch neu aufgestellt, inhaltlich weiterentwickelt, wir haben digitalisiert, innoviert und investiert.

Inzwischen freuen wir uns über die sinkenden Inzidenzzahlen und die damit verbundenen Öffnungen im Tourismus. Wir freuen uns über die Solidarität unserer Mitglieder und eine Vielzahl von Neumitgliedern. Und so blicken wir, wohlwissend, dass es noch Zeit braucht, bis wir bzgl. Übernachtungszahlen an alte Zeiten anknüpfen können, optimistisch auf das Jahr 2021 und auch schon auf 2022.

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. Derzeit sind wir ein rund 20-köpfiges Team, bestehend aus 15 Festangestellten, 3 Auszubildenden und mehreren Aushilfen.

Wie sind wir organisiert?

Unsere Mitarbeitenden verteilen sich auf die Abteilungen Service Center und Tourist Info, Administration und Finanzbuchhaltung, Marketing und Kommunikation sowie aachen convention. Die Büroräume sind am Aachener Marktplatz. Die öffentlich zugängliche Tourist Info befindet sich am Elisenbrunnen.

Was sind die Aufgaben der einzelnen Abteilungen?

Das Service Center steht bei allen Aachen-Anfragen zur Verfügung und vermittelt Hotel-

zimmer, Tagesprogramme sowie Stadtführungen. aachen convention ist für das Tagungs- und Kongressgeschäft verantwortlich.

In der Marketingabteilung laufen die Fäden für die gesamte touristische Vermarktung der Stadt Aachen zusammen. Hier wird der Internetauftritt sowie die Social-Media-Kanäle gepflegt, touristische Kooperationen und Arbeitsgruppen gebündelt sowie Messen, Präsentationen und Informationsmaterialien gestaltet.

Die Abteilung Administration und Finanzbuchhaltung hat neben den üblichen buchhalterischen Aufgaben die Verantwortung über die EDV, betriebsinterne Verwaltung und Koordination sowie über die Betreuung unserer Mitglieder.

Wo sind wir erreichbar?

Wir sind dort, wo sich die meisten unserer Gäste aufhalten – in der Innenstadt. Zwar bleibt die Tourist Info am Elisenbrunnen auch weiterhin der Anlaufpunkt für die Touristen, jedoch sind die durch die räumliche Nähe mit unserem Sitz am Markt entstandenen Syner-

gieeffekte ein Gewinn für alle – Mitarbeiter, Mitglieder und Touristen.

Außerdem sind wir auch weiterhin während unserer ausgedehnten Servicezeiten im Servicecenter per Telefon, Mail oder Fax erreichbar. Zudem bietet unsere seit Dezember 2017 neue und stetig wachsende Webseite und unsere Social-Media-Kanäle rund um die Uhr umfangreiche Informationen für Touristen.

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! Wir arbeiten daher permanent an der Verbesserung des touristischen Produktes „Aachen“ durch eine Optimierung unserer Dienstleistungen.

Timeline

1949

Gründung des Verkehrsverein Bad Aachen e.V.

1983

Übernahme der
Tourist Info Haus Löwenstein

1991

Übernahme des touris-
tischen Marketings
Umzug der Tourist Info
zum Eisenbrunnen



1999

Umzug des Backoffice von der
Monheimsallee in die Krefelder Straße

2006

Zertifizierung der Tourist Info
mit der „i-Marke“



2009

Zertifizierung mit dem „Service Q“



2013

Einführung neues
Erscheinungsbild



2015

Satzungsänderung und erstmalige
Wahl von Aufsichtsrat und Vorstand

2018

Freischaltung der Onlinebuchung
öffentlicher Führungen
Livegang
aachen convention

2019

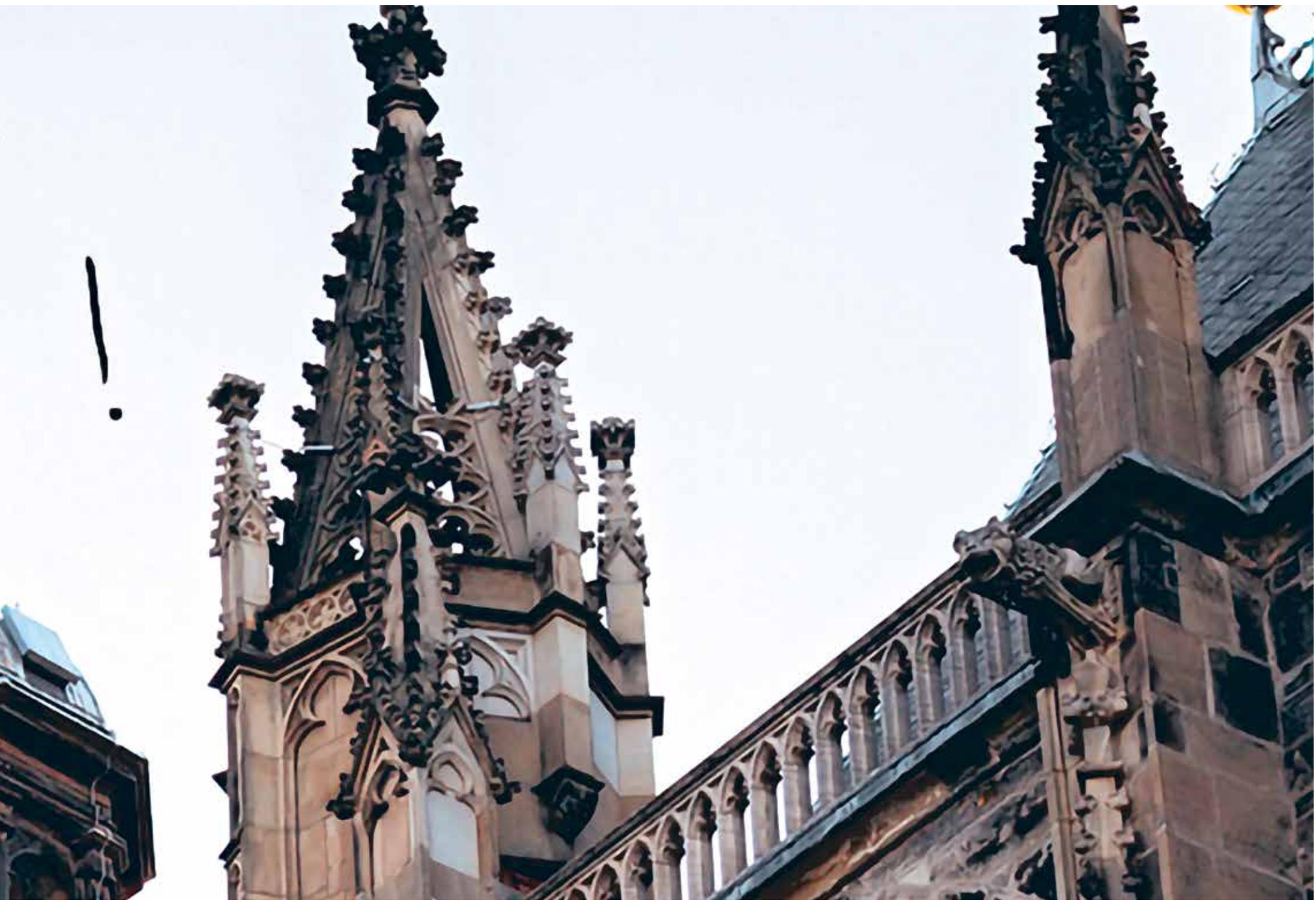
Umzug in die Räumlichkeiten am Markt

2020

Beginn Umbau Tourist Info Eisenbrunnen

MACH MAL
AACHEN





„Verliebt in Aachen“ war ein voller Erfolg!



„Verliebt in Aachen“ hieß es am Wochenende vom 12. bis 14. Februar 2020

Die Aktion bot vor allem Aachenerinnen und Aachenern die Möglichkeit, einen Kurzurlaub in der eigenen Stadt zu verbringen. Gemeinsam mit dem ats luden 15 Hotels dazu ein, die Stadt aus einer anderen Perspektive – nämlich als Tourist – zu entdecken. Und das zu einem unschlagbaren Preis: Die Gäste zahlten für die Übernachtung pro Person, pro Stern nur 10,- Euro im Doppelzimmer inklusive Frühstück. Dazu gab es in vielen Hotels und Restaurants für die Übernachtungsgäste weitere Vorteile, zum Beispiel ein Begrüßungsgetränk oder ein romantisches Candle-Light-Dinner. Besondere Angebote von Kultur- und Freizeiteinrichtungen und des Einzelhandels begleiteten die Aktion.

Die Aachener*innen ließen sich nicht lange bitten: 532 verliebte Gäste nahmen das Angebot an und entdeckten ihre Stadt aus den Augen eines Touristen. Aber auch überregional wurde die Aktion wahrgenommen; die Gäste reisten aus ganz Deutschland, Belgien, Frankreich, den Niederlanden und sogar der Schweiz und Österreich an.



Digitalisierung und Datenmanagement

Mit offenen Daten wettbewerbsfähig in die Zukunft der Reiseplanung und -beratung

Mit der Umsetzung unserer PWA (Progressive Web App) „Visit Aachen“ gingen wir einen großen Schritt in Richtung digitalisierter Customer Journey. Funktionen wie die Kalenderfunktion zur Reiseplanung und die umfassende Bereitstellung wichtiger Informationen, werden unseren Gästen sowohl die Vorbereitung ihrer Aachen-Reise vereinfachen als auch ihren Aufenthalt in unserer Stadt zu einem ganzheitlichen Erlebnis machen. Mit einer zentralen Datenbank als Herzstück unseres Datenmanagements erhöht sich gleichzeitig die Sichtbarkeit und die Auffindbarkeit der touristischen Angebote Aachens – in der Region und weit darüber hinaus. Denn durch unsere aktive Teilnahme an dem Projekt ‚Touristisches Datenmanagement Nordrhein-Westfalen – offen, vernetzt, digital‘, aus wel-

chem auch der Data Hub NRW entstand, können die Informationen aus unserer Datenbank zukünftig auch unkompliziert über Schnittstellen an potenzielle Abnehmer weitergegeben werden – zum Beispiel für digitale Gästetapen der Hotels oder zur Ausspielung auf Partnerwebseiten. Gleichzeitig können wir unsere Datenbank mit Daten aus dem Data Hub NRW anreichern und somit die Informationsservices auf unserer Webseite und in der PWA für den Gast ausweiten und steigern. In einem ersten Schritt haben wir die Informationen zu den Sehenswürdigkeiten der Stadt so aufgearbeitet, dass sie maschinenlesbar und lizenzfrei in unserer Datenbank vorliegen und mit Vertriebspartnern geteilt werden können. In 2021 wird das Team die Daten zu Gastronomien, Events, Gastgebern und Touren in der Region aufbereiten. Im 3. Quartal 2021 wird ein weiterer Meilenstein des Projekts erreicht sein und „Visit Aachen“ live gehen.

Corona und seine Folgen

Nach dem erfolgreichen Start in ein vielversprechendes Jahr 2020, wurden auch wir Mitte März von der Corona-Krise jäh gestoppt und vor bisher unbekannte Herausforderungen gestellt.

Um den Vorschriften der Regierung nachzukommen, mussten wir alle Führungen und Stadtrundfahrten zunächst absagen. Auch zahlreiche Hotelbuchungen, Kongresse, Pauschalen und Gruppenreisen wurden nach und nach abgesagt, sodass das Service Cen-

ter und die Finanzbuchhaltung einen Großteil der Arbeit der vorangegangenen Monate wieder rückabwickeln mussten. Gerade zu Anfang der Krise verunsicherte die fehlende Planungssicherheit nicht nur die Kunden, sondern auch die Anbieter. Anstelle von Buchungsanfragen erreichten das Service Center nunmehr vor allem Fragen zur aktuellen Lage und den Möglichkeiten zum Einkaufen oder dem Grenzübertritt in der Euregio. Der veränderte Informationsbedarf von Gästen und Mitgliedern erforderte viele Recherchen,

eine hohe Aktualität und ein ständiges Briefing aller Mitarbeitenden. Auch auf die Organisationsstruktur des ats hatte die Pandemie enorme Auswirkungen. Kurzarbeit, häufig anzupassende Hygienekonzepte und Dienstpläne stellten den Arbeitsalltag immer wieder auf den Kopf. Um in dieser Zeit weiterhin den Austausch unter und mit den Mitarbeitenden zu ermöglichen, wurde unter anderem in neue Technik, wie eine neue Telefonanlage und eine Videobar für einen besseren digitalen Austausch investiert.

Corona-Website

Schnell und regelmäßig zu informieren – das war eine der wichtigsten Aufgaben von Beginn an der Pandemie. Kurzerhand wurde dafür eine eigene Landing-Page auf unserer Webseite erstellt, die nahezu täglich angepasst wird.

www.aachen-tourismus.de/aktuelle-hinweise-coronavirus



Schöne Grüße aus Aachen

Um auch bei den Gästen, die im ersten Lock-down ihre Reise nach Aachen storniert haben, in Erinnerung zu bleiben, starteten wir eine ganz persönliche Grußkarten-Aktion. Das Ergebnis: 450 handgeschriebene Postkarten! In vier Sprachen wurden sie in die ganze Welt verschickt. Damit haben wir nicht nur bei unseren Gästen viel Freude ausgelöst, auch bei unserem gesamten Team hat die Aktion motivierend gewirkt und für positive Stimmung gesorgt. Überrascht und erfreut waren wir dann auch über die vielen schönen Rückmeldungen, die wir erhalten haben.

Rückmeldungen der Gäste:

- /// Vielen Dank für Ihre Ansichtskarte von Aachen. Es war eine sehr schöne Idee, uns noch mal an Sie zu erinnern. Sobald sich wieder alles „normalisiert“ hat, werden wir uns auf jeden Fall bei Ihnen melden! Bis dahin alles Gute – bleiben Sie achtsam ... und gesund!*
- /// Gestern erhielten wir Ihre liebenswerte Erinnerungskarte betr. unserem stornierten Aachen-Aufenthalt von Ende Mai.*
- /// Herzlichen Dank für diese Aufmerksamkeit – ja, wir hoffen, diesen Aufenthalt einmal nachholen zu können und melden uns rechtzeitig bei Ihnen. Bleiben Sie gesund! Mit freundlichen Grüßen aus der Schweiz*
- /// Guten Morgen nach Aachen und ganz vielen Dank für die tolle Karte. Wir/Ich haben uns SEHR darüber gefreut!!! Wünsche ein schönes Wochenende und bis ganz bald in der Kaiserstadt.*
- /// Sehr geehrte Damen und Herren, schönen Dank für die netten Postkartengrüße, wir haben uns alle sehr gefreut und hoffen auch, dass wir uns bald gesund wiedersehen und Aachen dann bewundern dürfen. Grüße aus dem auch schönen Münsterland*
- /// Guten Tag, herzlichen Dank für Ihre schöne Postkarte und netten Worte. Ich habe diese zu den Studenten gemailt und es hat uns so viel gefreut. Wir hoffen bald diesen Ausflug wiedermachen.*
- /// We have received your card! Thank you very much for the nice gesture. Hopefully the group can visit Aachen next year without any problems. I wish you good luck as well in these times!*
- /// Ich möchte mich gerne für die Postkarte mit den Grüßen aus Aachen bedanken!!! Wir hoffen auch, dass es im nächsten Jahr klappt und wir, wie seit über 20 Jahren, wieder nach Aachen fahren können.*
- /// Liebes Aachen-Tourismus-Team, vielen Dank für die Postkarte. Wir haben uns sehr über die netten Worte gefreut und hoffen auch, bald wieder mehr Leistungen über Sie buchen zu können. Bleiben Sie gesund!*
- /// Vielen Dank für die Ansichtskarte. Ich muss schon feststellen, dass Sie sich damit sehr gut in Erinnerung gebracht haben. Zu einem späteren Zeitpunkt werde ich mich mit Ihnen in Verbindung setzen. Bis dahin bleiben Sie gesund!*

Wir versenden Ihre Grüße

Nicht nur unsere Aktion, auch die Postkarten mit schönem Aachen-Motiv selbst kamen so gut an, dass wir kurzerhand Grüße im Namen anderer verschickt haben. Wunsch-Text und Adresse konnten uns unkompliziert auf ver-

schiedensten Wegen übermittelt werden und kurze Zeit später ging der persönliche Gruß an Bekannte, Freunde und den oder die Liebste heraus.

Teilnahme an BVGD-Aktion „Wir zeigen unsere Stadt“

Auch unsere freiberuflichen Gästeführer*innen hat die Corona-Pandemie schwer getroffen. Bereits im März mussten alle Führungen storniert werden und Einnahmen entfielen. Der Bundesverband der Gästeführer Deutschlands (BVG), hat daraufhin die Aktion „Wir zeigen unsere Stadt“ ins Leben gerufen, an

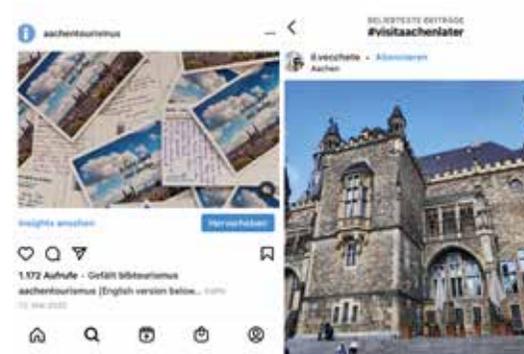
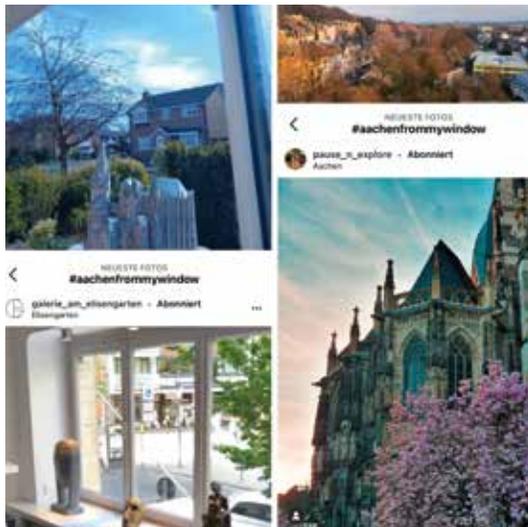
der wir uns beteiligt haben. In einem Kurzinterview präsentierte eine Gästeführerin stellvertretend besondere Highlights der Stadt. Ziel der Aktion war es, nicht nur Lust auf Aachen zu machen, sondern auch auf die Bedeutung qualifizierter Stadtführungen aufmerksam zu machen.



Neue Hashtags für Aachen

#aachenfrommywindow

„Wir zeigen Aachen aus eurer Perspektive! Postet ein Bild von eurem Blick aus dem Fenster und wir teilen es!“ Gleich zu Beginn des Lockdowns haben wir die Aachener und Aachenerinnen aufgerufen, ihren Blick auf unsere Stadt zu posten und unseren Gästen damit etwas Schönes aus Aachen zu zeigen. Ziel war es, Aachen in den Köpfen der Touristen präsent zu halten.

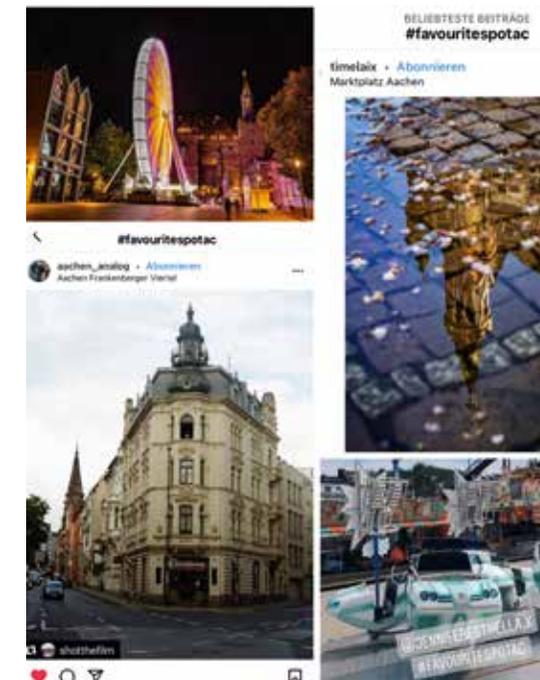


#visitaachenlater

Die große Resonanz und das gute Feedback zu unserer Postkartenaktion inspirierten uns zu einer weiteren Kampagne. Auf unseren Social-Media-Kanälen etablierten wir den Hashtag visitaachenlater. Jeder, der eine unserer Postkarten erhalten hatte, wurde dazu aufgerufen, ein Bild von seiner Postkarte unter diesem Hashtag zu posten und zu zeigen, wo und wie er diese erhalten hat. #visitaachenlater stand dabei stellvertretend und international für die Botschaft, die wir mit unseren Aktionen vermitteln wollten: aufgeschoben ist nicht aufgehoben! Buchungen sollten nach Möglichkeit nicht gänzlich storniert, sondern nur auf einen zukünftigen Termin umgebucht werden.

#favouritespotac

Kurzzeitig war das Reisen im Sommer 2020 möglich und die Stadt voll mit einheimischen, aber auch ausländischen Touristen. Wir haben die positive Stimmung genutzt und – gemeinsam mit der Stadt Aachen – Gäste auf unseren Social-Media-Kanälen dazu aufgefordert, ihren Lieblingsort in der Stadt zu posten!



Vorbereitungen für den Re-Start

Die Sommermonate – Zeit der Erholung

Sobald zum Sommer hin die Corona-Pandemie eine Pause einzulegen schien und die Vorschriften gelockert wurden, standen wir bereits in den Startlöchern. Wir freuten uns, dass wieder vermehrt Anfragen per Telefon und Email eingingen und wieder Prospektpakete verschickt wurden.

Auf die veränderten Rahmenbedingungen aufgrund von Abstandsregeln und Hygienevorschriften waren wir vorbereitet und hatten unsere Produkte entsprechend angepasst. Unsere Stadtführungen wurden zwar mit weniger Teilnehmern durchgeführt, gleichzeitig aber boten wir mehrere Startzeiten an, um die hohe Nachfrage zu bedienen.



Beteiligung an der Kampagne #rauszeitlust von Tourismus NRW

Rück- und Neugewinnung von Aufmerksamkeit für das Reiseland NRW! Das war das Ziel der großangelegten Marketingkampagne von Tourismus NRW e.V. Auch wir haben uns an der Kampagne unseres Dachverbands mit verschiedenen Tipps für Unternehmungen in und um Aachen beteiligt.



Neue Führung zum Thema Fairtrade und Nachhaltigkeit

Gemeinsam mit dem Fachbereich Klima und Umwelt der Stadtverwaltung Aachen und unseren Gästeführer*innen haben wir einen neuen Stadtrundgang mit dem Titel „globales Aachen“ zum Thema Nachhaltigkeit entwi-

ckelt. Die Führung schlägt den Bogen von der Zeit der Industrialisierung bis in die Gegenwart und zeigt Möglichkeiten und Grenzen von Nachhaltigkeit und Fairtrade auf.

Neue Kampagne #Wanderlust über die Deutsche Zentrale für Tourismus, Belgien

Das Thema Wandern und Radfahren stand 2020 Jahr im Fokus unserer Arbeit, ebenso wie die Konzentration auf unsere Hauptmärkte Belgien und die Niederlande. Die Kampa-

gne fokussiert sich auf die Kernaktivitäten Radfahren und Wandern anhand einer cross-medialen Kampagne. Zur Zielgruppe gehören sportlich erfahrene Wanderer, Radfahrer und

Familien, die ihre Freizeit gerne in der Natur verbringen, sowie Genießer, die Aktivität in der Natur mit Kulinarik verbinden.



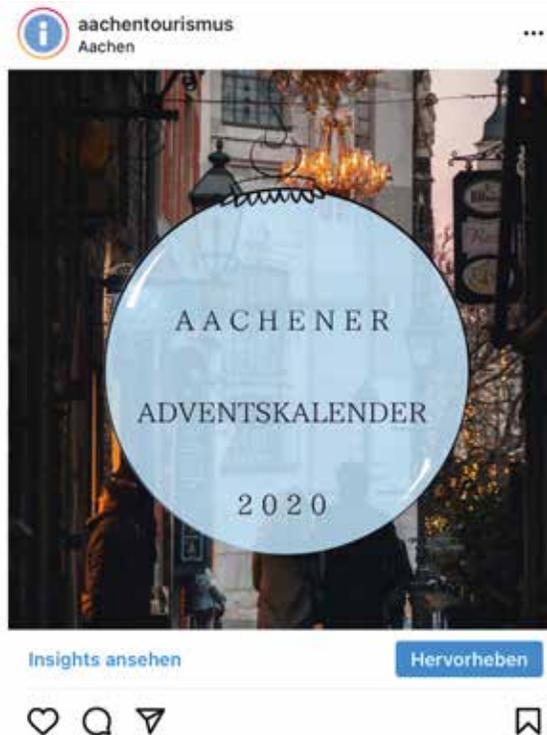
Aufgeschoben ist nicht aufgehoben 2021

Viele Gäste mussten ihre Aachen-Reise im Frühjahr kurzfristig stornieren. Um unseren Kundinnen und Kunden dennoch einen besonderen Anreiz für neue Buchungen zu bieten, haben wir – gemeinsam mit Hotels und anderen Partnern – die Aktion „Aufgeschoben ist nicht aufgehoben“ ins Leben gerufen. Bei einer erneuten Buchung bis Ende des Jahres konnten wir den Gästen so auch für 2021 die gleichen Konditionen bieten. Zudem erhielt

jeder Gast einen Schenk-Lokal-Gutschein in Höhe von 15 Euro, der in mehr als 80 Geschäften, Restaurants und bei Dienstleistern eingelöst werden kann. Ziel der Maßnahme, bei der die Eigenkostendeckung nicht selten nur gerade ebenso erreicht wurde, war es, unserem Vereinszweck zu entsprechen und den Tourismus in Aachen zu fördern, auch wenn das für uns weniger Ertrag bedeutete.

Aachener Weihnachtszauber für zu Hause

„Wenn der Tourist nicht auf den Aachener Weihnachtsmarkt kommen kann, kommt der Weihnachtsmarkt zum Touristen“. So lautete unsere Devise im November 2020. Kurzfristig stellten wir ein Projekt auf die Beine, um einen Hauch des Aachener Weihnachtszaubers in die heimischen Wohnzimmer zu bringen. Mit einer erneuten Postkarten-Aktion, die Zahl der Adressaten war inzwischen auf rund 1000 angestiegen, haben wir diesmal handgeschriebene Weihnachtsgrüße verschickt. Zudem gestalteten wir zwei unterschiedliche Weihnachtskisten, prall gefüllt mit Aachener Köstlichkeiten und Souvenirs, deren Kauf die hiesigen Unternehmen unterstützte. Ein Online-Adventskalender auf unserem Instagram Account, der von unseren Auszubildenden geplant und durchgeführt wurde, sorgte mit verschiedenen Überraschungen für weihnachtliche Vorfriede und rundete den Aachener Weihnachtszauber ab.



Tourist Info

Anfang des Jahres hatten wir noch in der Tourist Info am Elisenbrunnen die Möbel gerückt, die Neuzertifizierung mit der i-Marke durchgeführt und fühlten uns bestens gerüstet. Doch auch hier mussten wir im März das erste Mal die Türen schließen.

Ausgestattet mit Schutzwänden, Desinfektionsmittel und Masken, konnten wir den Sommer über zwar wieder öffnen, doch die pandemiebedingte, monatelange Schließung und die Nachricht, dass unser bisheriger Untermieter uns zum Ende des Jahres verlässt, stellten auch hier alles auf den Kopf. Das gab uns jedoch auch die Möglichkeit, neu zu denken und umzuplanen: Wir suchten einen neuen Partner, der mit uns neue Wege gehen wollte; in Zeiten einer Pandemie kein leichtes Unterfangen.

Nach einer Abfrage unter den Mitgliedern und einigen Gesprächen fanden wir in Kosta Athanasiou, der u.a. das Ferbers in Burtscheid betreibt, einen neuen Partner, der unser touristisches Angebot mit einem Café ergänzen wollte. Um ein homogenes Bild zu schaffen, beauftragten wir gemeinsam eine Interior Designerin damit, im linken Flügel des historischen Gebäudes eine warme, moderne Anlaufstelle für Reisende und Einheimische zu schaffen.

Dem Planungsprozess Ende 2020 folgt die Umsetzung im Jahr 2021. Inzwischen können Sie sich vom Ergebnis selbst überzeugen.

aachen convention

Die Corona-Pandemie hat insbesondere den MICE-Bereich hart getroffen. Mit Ausnahme von drei Veranstaltungen mussten alle übrigen abgesagt werden. Doch auch hier steckten wir den Kopf nicht in den Sand. Neben der Beteiligung an verschiedenen runden Tischen und einem regelmäßigen Austausch mit Kolleg*innen anderer Städte und Verbände, nahmen wir auch digitale Präsentationsmöglichkeiten wahr, wie z. B. die Teilnahme an der Messe „meet germany goes virtual“. Auch Anzeigen in ausgewählten Magazinen wurden platziert, um Aachen als attraktiven MICE-Standort zu bewerben.

Auch hinter den Kulissen wurde einiges unternommen: Der Location-Finder auf der Website www.aachen-convention.de wurde optimiert, um potenziellen Veranstaltern die Suche nach der passenden Location zu vereinfachen. Mit dem ersten Location-Treff im Oktober, an dem insgesamt elf Veranstaltungsorte vertreten waren, setzte unser Team zudem den Startschuss für ein neues Netzwerk, das den Austausch und Kooperationen unter- und miteinander fördern soll.



Ausbildung

Die aufkommende Pandemie stellte auch die betriebliche und schulische Ausbildung vor große Herausforderungen. Vor allem für unsere Auszubildenden des dritten Lehrjahres war das so kurz vor ihrer Abschlussprüfung eine Zeit voller Unsicherheit(en). Es gab keinen Präsenzunterricht mehr und die Voraussetzungen für digitalen Unterricht mussten zunächst geschaffen werden. Leider konnte dann auch die Präsentation des Abschlussprojektes, ein wichtiger Baustein der Prüfung, nicht mehr stattfinden und auch die Prüfungen selber mussten zunächst verschoben werden. Nichtsdestotrotz absolvierten die Beiden ihre Prüfungen erfolgreich. Trotz der schwierigen Situation im Tourismus konnten wir für August eine neue Auszubildende finden, die unser Team seitdem bestens unterstützt.

MACH MACH
AACHEN

L

!



Ankünfte und Übernachtungen

Alle Beherbergungsbetriebe 2016 bis 2020

Nachdem die letzten Jahre durch ein stetes Wachstum der Ankunfts- und Übernachtungszahlen gekennzeichnet waren, sind für das Jahr 2020 herbe Einbrüche zu verzeichnen. In Teilen lag die Zahl der Übernachtungen bei -90% im Vergleich zum Vorjahr.



Beherbergungsstatistik 2020

Angaben des Landesbetriebs IT NRW, Düsseldorf

Im Jahr 2020 sind in allen Beherbergungsbetrieben Einbrüche bei Ankünften und Übernachtungen zu verzeichnen. Das geringste Minus verzeichneten hierbei die Ferienunterkünfte und der Stellplatz Bad Aachen. Die Gründe dafür sind u.a. in einem Trend zu privaten Unterkünften im Sommer zu sehen.

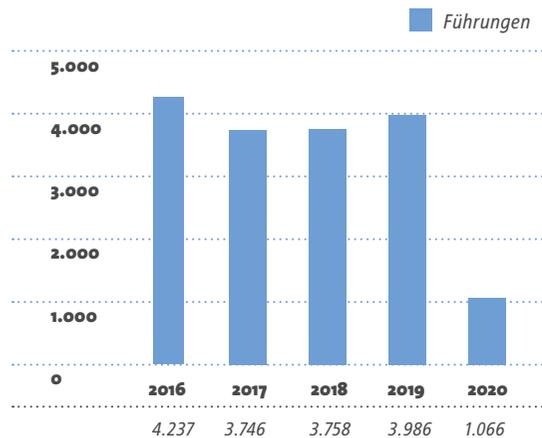
Ankünfte

Betriebsgruppe:	2020	2019	+/- % 2020/2019
Gewerbl. Beherbergungsbetriebe	200.863	463.411	-56,7
Sonst. Beherbergungsbetriebe	200.863	463.411	-56,7
Kurwesen	2.442	5.614	-56,5
Campingplatz	8492	15.873	-46,5
Gesamtsumme	224.089	549.238	-59,2

Übernachtungen

Betriebsgruppe:	2020	2019	+/- % 2020/2019
Gewerbl. Beherbergungsbetriebe	353.823	780.790	-54,7
Sonst. Beherbergungsbetriebe	17.517	39.504	-55,7
Kurwesen	47.253	97.630	-51,6
Campingplatz	15.440	25.188	-38,7
Gesamtsumme	481.188	1.043.792	-53,9

Entwicklung der Anzahl der Führungen 2016 bis 2020



In den letzten Jahren bewegte sich die Zahl der durch den ats in Aachen angebotenen Stadtführungen auf konstant hohem Niveau. Nachdem die Zahlen in den Jahren 2018 und 2019 sogar angestiegen sind, müssen wir für 2020 einen herben Einbruch konstatieren. Begründet ist dies in den unterschiedlichen Phasen des Pandemiegeschehens und der Verunsicherung der Gäste. Jedoch interessant: Im Sommer, als die Maßnahmen gelockert wurden, ist die Zahl der

Teilnehmenden an öffentlichen Führungen sprunghaft angestiegen. Zwar konnte nur in kleinen Gruppen mit max. 10 Personen geführt werden, gleichzeitig aber haben wir mehrere Time Slots angeboten. Dadurch konnten wir im Juli bei 113 öffentlichen Führungen insgesamt 1.044 Menschen Aachen zeigen. Dies sind trotz der schwierigen Umstände nur rund 10% weniger Teilnehmende als im Juli 2019, wobei damals nur 70 öffentliche Führungen durchgeführt wurden.

Kontakte des aachen tourist service e.v. im Geschäftsjahr 2020

1.665
weltweit versendete
Infopakete



1.066
Stadtführungen



9.831
Anrufe im Service Center



8.702
Abonnenten
bei Instagram



aachen
tourist service



34.729
Besucher in der Tourist
Info Elisenbrunnen



12.546
Gesamtinteraktionen
der beliebtesten Beiträge
auf unseren
Social-Media-Kanälen

www
1.369.743
Seitenaufrufe auf
www.aachen-tourismus.de

f **6.616**
Abonnenten
bei Facebook

@ **24.677**
eingegangene E-Mails

Aufsichtsrat, Beirat und Mitglieder

Unser Aufsichtsrat

Der aus neun Mitgliedern bestehende Aufsichtsrat ist das Kontrollgremium des Vorstands. Er ist u.a. für die Bestellung und Abberufung sowie die Beratung und Entlastung der Mitglieder des Vorstands zuständig. Zudem legt der Aufsichtsrat die Geschäftsordnung für den Vorstand fest, stellt den Jahresabschluss fest und genehmigt den Wirtschaftsplan des Vereins.

Mitglieder des Aufsichtsrats:

- Wolfgang Winkler (Vorsitzender), Hotelier
- Prof. Dr. Manfred Sicking, (stv. Vorsitzender), Beigeordneter, Stadt Aachen
- Harald Baal, Ratsherr, CDU-Fraktion
- Dr. Jutta Bacher, Stadt Aachen
- Dieter Becker, Gastronom
- Dr. Susanne Kütke, Fraktion DIE GRÜNEN
- Boris Linden, SPD-Fraktion
- Lara Neumark, Hotelierin
- Klaas Wolters, Einzelhändler

Unser Beirat

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

Mitglieder des Beirats:

- Philipp Piecha (Vorsitzender), Industrie- und Handelskammer Aachen
- Nicole Tomys (stv. Vorsitzende), Handwerkskammer Aachen
- Christoph Becker, DEHOGA Nordrhein e.V.
- Frauke Burgdorff, Stadt Aachen, Beigeordnete
- Michael Carmincke, ASEAG
- Ursula Epstein, Ratsfrau, Fraktion DIE LINKE
- Achim Ferrari, Bündnis 90/Die Grünen
- Caroline Fister-Hartmann, VWB Media Service Verlag GmbH
- Hans-Peter Geulen, AVV
- Anja Haas, Stadtführerin

- Jörg Hamel, Einzelhandelsverband Aachen-Düren Köln e.V.
- Alexander Heyn, FDP-Fraktion
- Björn Jansen, Kur- und Badegesellschaft mbH
- Andreas Maul, STAWAG
- Andreas Müller, Zeitungsverlag Aachen
- Olaf Müller, Kulturbetrieb der Stadt Aachen
- Sven Pennings, AGITmbh
- Frank Prömpeler, Festausschuss Aachener Karneval
- Alexandra Radermacher, Fraktion ZUKUNFT
- Helen Rombach-Schwartz, Aachen Laurensberger Rennverein
- Werner Schlösser, ehem. Geschäftsführer aachen tourist service e. v.
- Kerstin Skerletopoulus, Aachener Bank
- Erich Timmermanns, Sparkasse Aachen
- Dr. Roger Uhle, FH Aachen
- Werner Weishaupt, Stadtführer
- Kristina Wulf, Eurogress Aachen

Mitglieder

Am 31.12.2020 hatte der aachen tourist service e. v. 224 Mitglieder. Unter anderem aus den Bereichen Hotellerie, Veranstaltungsdienstleister, Gastronomie und Einzelhandel.

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.

Netzwerkmarketing

- Arbeitskreis Tourismus Metropolregion Rheinland e.V.
- Ausschuss für Destinationsmanagement, Tourismus NRW
- Ausschuss für (eu)regionale Kultur und Tourismus des Region Aachen Zweckverband
- Austauschrunde Tourismus und Gastgewerbe der IHK Aachen
- Digital Benelux – Roundtables: Germany Day
- Digital Hub: DigitalSummit, Get Together
- DTV Workshop Austausch über Wandel und Herausforderungen im MICE Bereich,
- Knowledge Day 2020, DZT
- Marketingausschuss, Historic Highlights Marketingausschuss, Tourismus NRW
- Marktforschungstreffen, Tourismus NRW
- Messe „meet germany goes virtual“
- Mitgliederversammlung, DTV
- Open Data „Train the Trainer“, Tourismus NRW
- PR- und Online-Barcamp, Tourismus NRW
- Round Table NRW Convention
- Smart Country Convention
- TOMAS, Anwendertag
- Tourismus- und Kulturausschuss der StädteRegion Aachen
- Tourismuszukunft Open Data, Roundtable
- virtual GTM, DZT

Aktuelle Informationen zu unserer Vereinsstruktur finden Sie unter www.aachen-tourismus.de

aachen tourist service

Vorstand und Team

Vorstand



Katrin Hissel

k.hissel@aachen-tourismus.de, +49 241 18029-21

Caroline Noerenberg

c.noerenberg@aachen-tourismus.de, +49 241 18029-21

Kontakt

Markt 45–47, 52062 Aachen
Tel.: +49 241 18029-0
www.aachen-tourismus.de

Marketing und Kommunikation



Corinna Hallek

c.hallek@aachen-tourismus.de, +49 241 18029-45

Nina Ipach

n.ipach@aachen-tourismus.de, +49 241 18029-44

Dr. Kathrin Steinhauer-Tepütt

k.steinhauer-tepuett@aachen-tourismus.de, +49 241 18029-41

Corinna Strunk

c.strunk@aachen-tourismus.de, +49 241 18029-43

Ausbildung



Johanna Einhoff, Emma Gerards, Sebastian Voß

Administration



Anne-Valérie Houssard-Teltscher
a.houssard-teltscher@aachen-tourismus.de, +49 241 18029-22

Nina Jarosz
n.jarosz@aachen-tourismus.de, +49 241 18029-21

Bärbel Reinhardt
b.reinhardt@aachen-tourismus.de, +49 241 18029-23

Carina Winkel
c.winkel@aachen-tourismus.de, +49 241 18029-29

aachen convention



Karolin Meierrose
info@aachen-convention.de, +49 241 18029-18

Service Center und Tourist Info



Susanne Braunsdorf, Sophie Gietz, Katrin Labus, Petra Thelen, Mirjam Vorhagen

booking@aachen-tourismus.de, +49 241 18029-50

„Es ist wirklich beeindruckend, was das Team des aachen tourist service im Jahr 2020 geleistet hat. Der Verein hat damit wieder einmal bewiesen, wie wertvoll seine Arbeit für die Vereinsmitglieder und die Stadt Aachen ist. Mit viel Engagement und Einfallsreichtum wurden touristische Partner begleitet, Netzwerke gepflegt und Investitionen in wichtige, zukunftsweisende Entwicklungen getätigt. Damit ist Aachen für die Zukunft gut aufgestellt.“

Wolfgang Winkler, Vorsitzender des Aufsichtsrats

A collage of three photographs from North Rhine-Westphalia (NRW). The background is a street scene with colorful buildings. Overlaid on the left is a photo of a church tower. At the top center is a photo of a dome. A white rectangular area with a hand-drawn border contains the handwritten text "MACH MAL NRW!".

MACH MAL
NRW!

Impressum

Herausgeber: aachen tourist service e.v.
Markt 45–47, 52062 Aachen
Tel.: +49 241 18029-21
www.aachen-tourismus.de

Verantwortlich: Katrin Hissel, Caroline Noerenberg

Redaktion: Dr. Kathrin Steinhauer-Tepütt

Fotos und Grafiken: aachen tourist service,
Tourismus NRW e.V./Johannes Höhn (S.2, S.8, S.9,
S.18, S.22, S.23, S.31), T. Kohlhaas (S.4, S.13, S.28, S.29),
neustads (S.11), Instagram (S.16, S.17, S.20),
Facebook (S.17), Carabin Creatives (S.1, S.14)

Gestaltung: büro G29