



**Ostbelgien**

Cantons de l'Est · Oostkantons

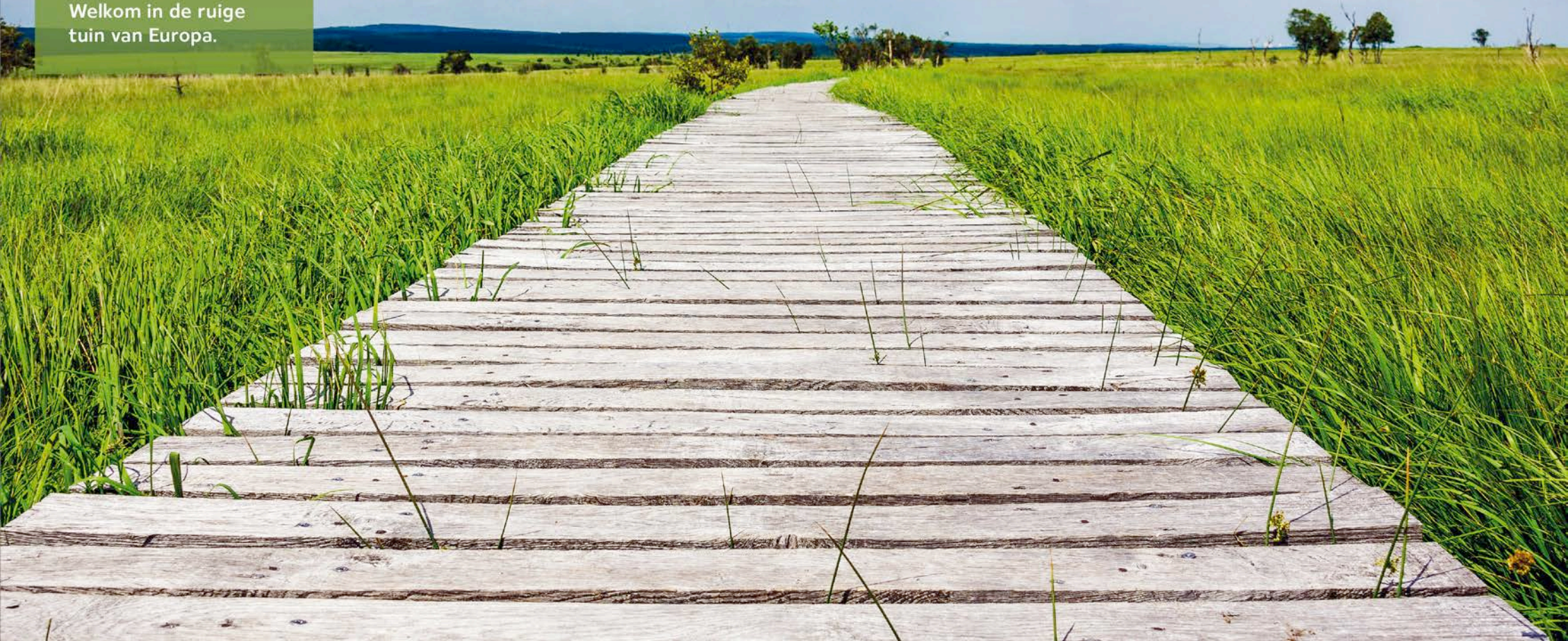
[www.ostbelgien.eu](http://www.ostbelgien.eu)

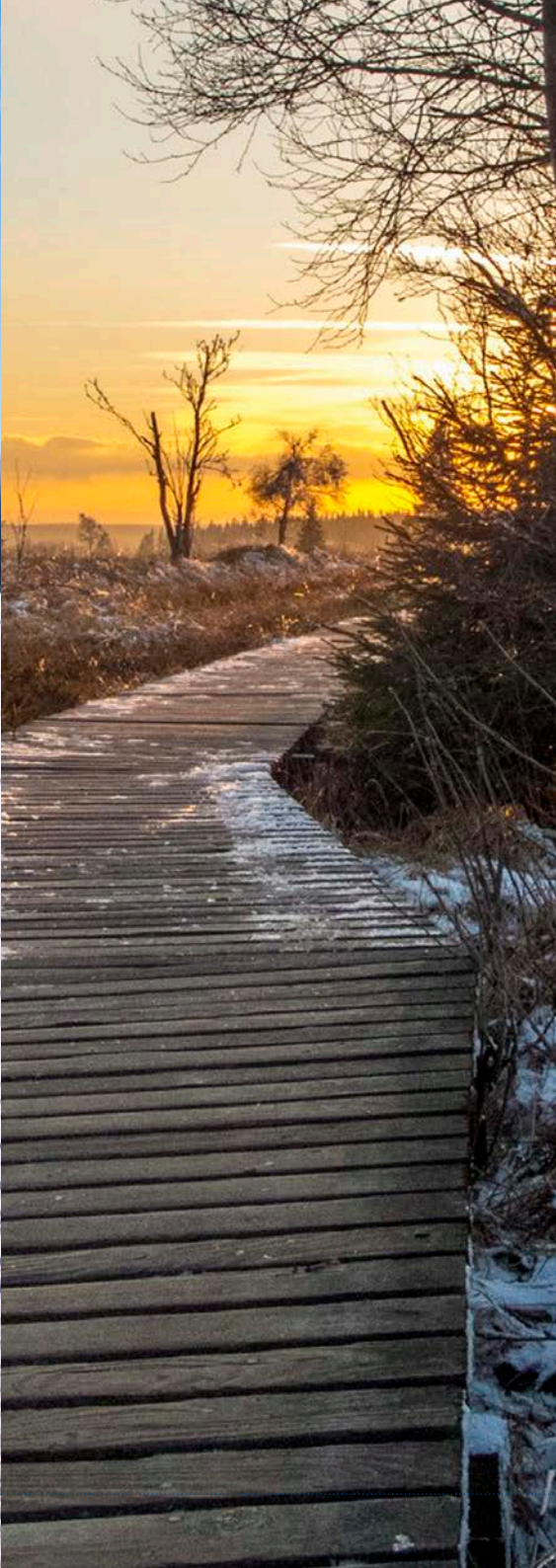
# Tätigkeitsbericht 2017

Willkommen in Europas  
kraftvollem Garten.

Bienvenue dans  
le surprenant jardin  
de l'Europe.

Welkom in de ruige  
tuin van Europa.







MARKETING

4 - 23

MARKETING-  
KOOPERATIONEN

24 - 27

PRODUKT-  
ENTWICKLUNG

28 - 33

EUROPA

34 - 36

HAUS FÜR  
TOURISMUS  
HOHES VENN-  
OSTBELGIEN

37

STRUKTUREN

38 - 47



„Die Tourismusagentur Ostbelgien versucht gezielt, die Gäste über die digitalen Kanäle wie Internet, Newsletter oder soziale Medien zu erreichen, ohne jedoch die klassischen Wege zu vernachlässigen.“

*Sandra De Taeye*

Sandra De Taeye  
Direktorin

Sehr geehrte Leser, liebe Partner,

Die Tourismusagentur Ostbelgien darf wieder auf ein tatenreiches Jahr 2017 zurückschauen.

Im touristischen Marketing wird deutlich, dass die digitalen Medien immer größeren Einfluss gewinnen. Hat die Digitalisierung auch schon bei Ihnen Einzug gehalten? So wie jeder Einzelne persönlich durch die digitale Welt beeinflusst wird, verändert sich auch das Verhalten unserer Gäste, sei es bei den Reisevorbereitungen oder der Informationssuche vor Ort. Die Tourismusagentur Ostbelgien versucht gezielt, die Gäste über die digitalen Kanäle wie Internet, Newsletter oder soziale Medien zu erreichen, ohne jedoch die klassischen Wege zu vernachlässigen.

Langfristig konzentriert sich die Tourismusagentur Ostbelgien auf die Instandsetzung und Weiterentwicklung von touristischen Infrastrukturen in den Hauptgeschäftsbereichen Rad und Wan-

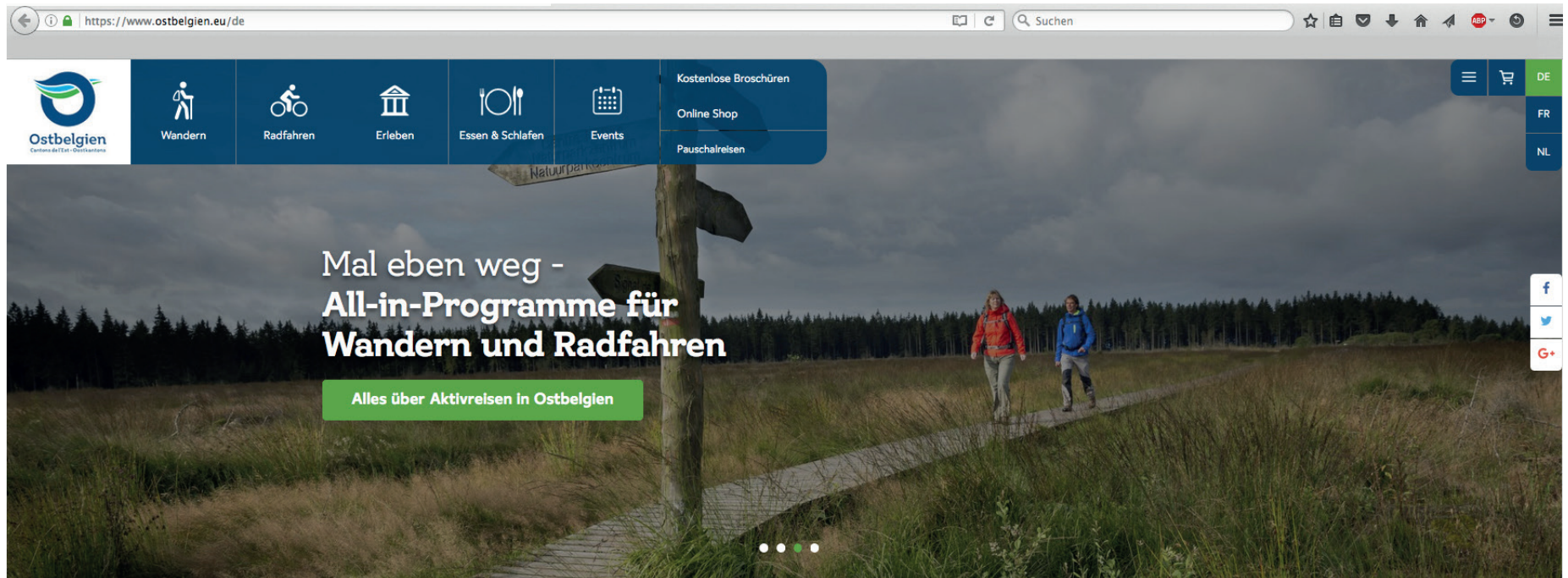
dern. Das Ziel ist, den gültigen Standards zu entsprechen und für kommende Entwicklungen vorbereitet zu sein. Dabei stehen der hohe Erlebnisfaktor und die Profilierung Ostbelgiens im Vergleich zu anderen touristischen Naturregionen im Vordergrund.

Für die Mitarbeiter der Tourismusagentur Ostbelgien bedeutet dies, sich stetig neue Kompetenzen anzueignen um sich diesen großen Herausforderungen Tag für Tag zu stellen. In nationalen und internationalen Arbeitstreffen wird deutlich, über welches Know-how wir im Team verfügen. Bei meinen Mitarbeitern möchte ich mich für diesen engagierten Einsatz bedanken!

Selbstverständlich bedanke ich mich auch bei den zahlreichen Partnern und Gästen der Region, die auf die Arbeit der Tourismusagentur Ostbelgien vertrauen und unsere Anstrengungen wertschätzen.

Mit freundlichen Grüßen,  
Sandra De Taeye

# Online Marketing



## OFFIZIELLER TOURISMUSAUFTRITT FÜR OSTBELGIEN

2017 war das erste Jahr, in dem sich die neu gestaltete Webseite unter [www.eastbelgium.com](http://www.eastbelgium.com) bewähren musste. Da es heutzutage nicht mehr ausreicht einen professionellen Webauftritt zu haben, sondern vielmehr darauf ankommt im „digitalen Regen“ des Internets sichtbar zu bleiben, legte die Tourismusagentur Ostbelgien von Anfang an großen Wert da-

rauf, regelmäßig die Leistungsdaten der Webseite mit professioneller Beratung der Webagentur e-connect auszuwerten.

Dies ermöglicht u. a. eine verbesserte Recherche über die Herkunft der Besucher, ihre Verweildauer auf einzelnen Seiten sowie die Nutzung von Suchmaschinen und erlaubt ebenfalls eine bessere Erfolgskontrolle von online Werbekampagnen, die ab dem Jahr 2017 durch die Tourismusagentur Ostbelgien in Auftrag geben wurden.

Für eine verbesserte Kontrolle wurde ebenfalls die Konfiguration des Webanalytics Tools „Google Analytics“ erweitert und auf den neuesten Stand gesetzt. Zur Steigerung der Sichtbarkeit in den Suchmaschinen, also die SEO-Optimierung (Search Engine Optimisation), wurden alle Texte auf der Webseite SEO-optimiert erarbeitet. Außerdem wurde die Ladezeit der Webseite verbessert, was wiederum die Absprungrate der Nutzer sinken ließ. Generell kann man somit nicht nur

durch die Verlängerung der Verweildauer der Nutzer (+8.35%) auf der Webseite, auf eine Verbesserung der sogenannten „user experience“ schließen.

Ende Dezember 2017 wurde der langjährige Domainname [www.eastbelgium.com](http://www.eastbelgium.com) im Rahmen einer marketingtechnischen Neuausrichtung der Ferienregion Ostbelgien durch den Domainnamen [www.ostbelgien.eu](http://www.ostbelgien.eu) im Sinne des neuen Standortmarketings ersetzt.

## Indikatoren der Webseite [www.eastbelgium.com](http://www.eastbelgium.com)

Insgesamt konnte die Webseite im Jahr 2017 auf fast allen Ebenen bedeutend besser abschneiden als im Vorjahr (2016):

Indikatoren	2017	2016	Diff. %
Nutzer <sup>1</sup>	352.481	283.985	+24,12
Sitzungen <sup>2</sup>	525.557	406.953	+29,14
Seitenaufrufe <sup>3</sup>	2.039.768	1.426.700	+42,97
Seiten/Sitzungen <sup>4</sup>	3,88	3,51	+10,71
Durchschnittliche Sitzungsdauer <sup>5</sup>	00:03:07	00:03:10	-0,75
Absprungrate <sup>6</sup>	43,46%	49,10%	-11,50

- 1** Nutzer, die während des Zeitraums mindestens eine Sitzung begonnen haben.
- 2** Gesamtzahl der Sitzungen innerhalb des Zeitraums. Eine Sitzung ist die Dauer, die ein Nutzer aktiv mit einer Webseite oder App interagiert. Alle Nutzungsdaten wie Bildschirmaufrufe, Ereignisse, E-commerce usw.
- 3** Seitenaufrufe ist die Gesamtzahl der aufgerufenen Seiten.
- 4** Durchschnittliche Seitentiefe, also die durchschnittliche Anzahl von Seiten, die pro Sitzung aufgerufen werden. Wiederholte Zugriffe auf eine Seite werden gezählt.
- 5** Durchschnittliche Länge einer Sitzung.
- 6** Oder Bounce Raten. Der Prozentsatz der Besuche einer Seite ohne Interaktion mit der Seite. Eine Sitzung mit Absprung hat eine Dauer von 0 Sekunden.

Die Zahl der Nutzer konnte im Jahr 2017 um 24,12% gesteigert werden. Dies ist schon ein außergewöhnlich guter Wert, der aber noch durch die Anzahl Sitzungen übertroffen wurde (plus 29,14%). Bei den Seitenaufrufen konnte erstmals der

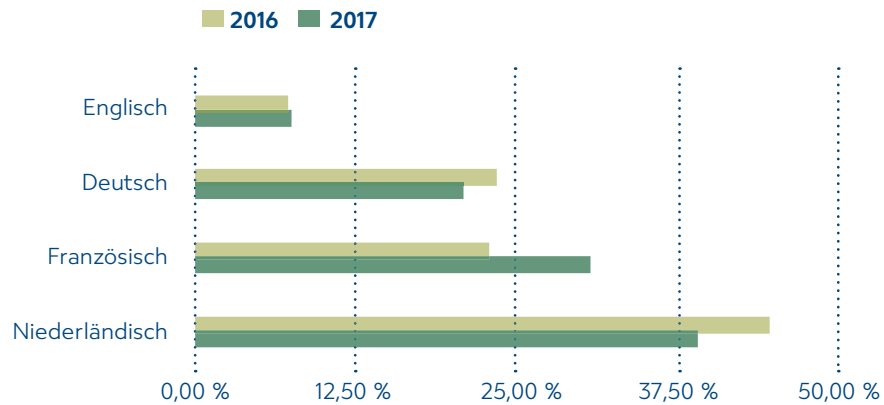
Wert von 2 Millionen übertroffen werden. Hier wurde ebenfalls ein deutliches Plus von fast 43% erreicht.

Etwas schwächer fiel das Ergebnis bei Seiten/Sitzungen. Mit +10,71 % ist das Er-

gebnis als gut zu bewerten. Die durchschnittliche Sitzungsdauer ging leicht um etwa vier Sekunden zurück. Die Absprungrate ging um 11,50% auf 43,46% zurück. Allgemein gelten Absprungraten über 65% als problematisch.

## RANKING DER WEBSEITE WWW.EASTBELGIUM.COM

### NACH SPRACHE:



### NACH STANDORT:

	2017	2016	Diff. %
Belgien	244.976 (70,16 %)	194.034 (67,97 %)	+ 26,25
Deutschland	49.674 (14,23 %)	49.435 (17,32 %)	+ 0,48
Niederlande	26.559 (7,61 %)	24.945 (8,74 %)	+ 6,47
Frankreich	9.495 (2,72 %)	4.915 (1,72 %)	+ 93,18
Luxemburg	6.206 (1,78 %)	3.569 (1,25 %)	+ 73,89
USA	3.129 (0,90 %)	1.501 (0,53 %)	+ 108,46

Der Standortanalyse zufolge konnte die Diversität der Herkunftsländer gesteigert werden. Die USA, Frankreich und Luxemburg erreichten Zuwachszahlen von teilweise über 100%.

**AdWords Anzeigen bzw. Kampagnen:**

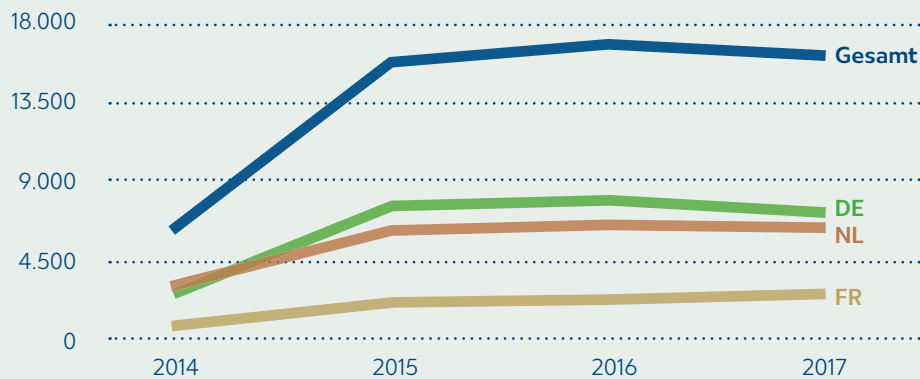
Im Jahr 2017 wurden erstmals bezahlte Adwords-Kampagnen geschaltet, die einerseits neue Zielgruppen bei Google erreichen und andererseits die eigene Webseite stärken. Basis der Anzeigenauslieferung sind die Suchworte (Keywords), die von Google-Nutzern bei einer Suchanfrage eingegeben werden. Eine Übereinstimmung zwischen den eigenen

für die AdWords-Werbung ausgewählten Keywords mit der Suchanfrage eines Google-Nutzers führt zu einer Anzeigenschaltung (Impression). Die Adwords Kampagne der Tourismusagentur Ostbelgien lief vom 01.05. bis 01.10.2017. Die Paid Search (bezahlte Anzeigen) erzielte 23.412 Besucher auf der Webseite eastbelgium.com.

**Newsletter Versand**

2017 wurden jeweils vier Newsletter (saisonal aufgeteilt) mit relevanten Themen an die Abonnenten der Tourismusagentur Ostbelgien (Unterkünfte und Ausflugsziele) verschickt. Zu den Themen gehörten unter anderem Produktinformationen, Neuveröffentlichungen, Buchungsangebote, Infos zu Partnern, Events usw.

**RANKING ABONNENTEN NEWSLETTER**



Der Statistik zufolge wurden insgesamt 110 unterschiedliche Newsletter verschickt (inklusive Schneelagebericht). Insgesamt wurden damit 33.385 E-Mail Accounts erreicht. Die Öffnungsrate\* lag bei 40,5%. Dies stellt einen überdurchschnittlich guten Wert dar, denn der branchenübliche Durchschnittswert für die Öffnungsrate liegt bei 23% (Quelle: Der große Branchen-Benchmark von Newsletter2Go, September 2016)

\* Öffnungsrate: Der Anteil der Empfänger, die eine E-Mail geöffnet haben.

Zusätzlich zählt der Schneelagebericht 3.780 Abonnenten (DE: 751, FR: 1.343, NL: 1.686)



# Online Marketing

## Partner News – Newsletter B2B

Die Tourismusagentur Ostbelgien reserviert ihren Partnerbetrieben eine eigene Rubrik mit Neuigkeiten aus dem Tourismus, die sich speziell an Partnerbetriebe richten. Berichtet wird beispielsweise über neue Produkte, Trends und Statistiken, Messebeteiligungen usw. Die Infos sind innerhalb eines eigenen Partner-Bereichs unter [press.ostbelgien.eu/de/presse-artikel/partner-news](http://press.ostbelgien.eu/de/presse-artikel/partner-news) verfügbar.

Es wurde ebenfalls ein regelmäßiger Newsletter ins Leben gerufen, mit dem

die Partner über die neuesten, internen sowie externen Entwicklungen informiert werden. Seit Mai 2017 wurden bis zum Ende des Jahres 8 Partner-Newsletter in den Versionen deutsch und französisch verschickt. Die Öffnungsrate lag bei 47% – ein guter Wert, der weit über dem Durchschnitt liegt (Vergleich siehe allgemeine Abonnenten, s. S. 7).

## WEBSEITE VENNBAHN.EU

Die viersprachige Webseite dient als zentrales Marketing- und Kommunikationsinstrument für die Vennbahn und wird

von der Tourismusagentur Ostbelgien alleine verwaltet. Im Jahr 2017 wurden im Schnitt 225 Sitzungen pro Tag registriert. Laut Google Analytics entspricht dies aufs Jahr betrachtet 81.981 Sitzungen (in 2016: 99.553) und 311.907 Seitenaufrufen (in 2016: 403.553) von 55.461 Nutzern (in 2016: 66.377). Dies bedeutet einen Einbruch von knapp 18% im Vergleich zum Vorjahr. Dieser Rückgang deckt sich mit der ADFC-Radreiseanalyse für 2017, wonach nicht zuletzt aufgrund des durchwachsenen Sommers, die Radreisen 2017 merklich hinter den Erwartungen zurückblieben. Die Nut-

zer stammen überwiegend aus Deutschland (37,29%), den Niederlanden (26,74%) und Belgien (24,75%). Platz 4 belegen die Luxemburger (3,80%) gefolgt von Nutzern aus dem Vereinigten Königreich (1,8%).

Mit Hinblick auf die Saison 2018 wurde ein bedeutendes Sonderbudget für das Vennbahn-Marketing freigemacht. Neben gezielten Marketing-Aktivitäten steht insbesondere die Neugestaltung der Webseite im Fokus, die den gestiegenen, vor allem technischen Ansprüchen der Nutzer in der digitalen Welt gerecht werden soll.

## ROUTENPLANER

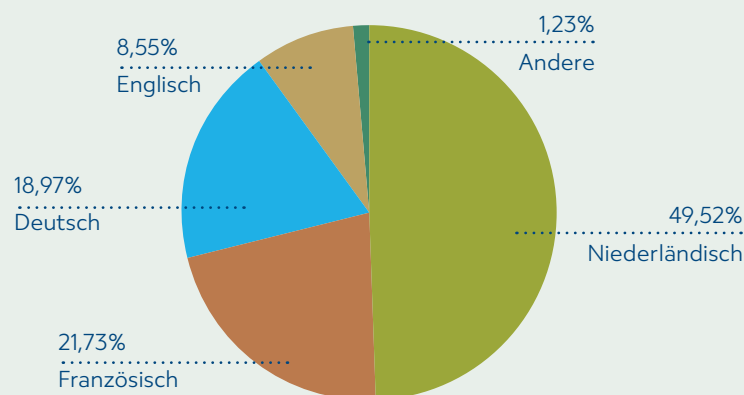
Seit 2016 sind alle Routen in Ostbelgien, ob mit dem Rad, dem Mountainbike oder zu Fuß für die individuelle Planung über den Routenplaner einsehbar und auch als App verfügbar. Der Routenplaner für das ostbelgische Wander- und Radroutensystem verzeichnete folgende Werte:

- + 20,48 % Seitenaufrufe (101.491)
- + 8,60 % Nutzer (24.417)
- + 64,52 % durchschnittliche Sitzungsdauer (00:04:22)

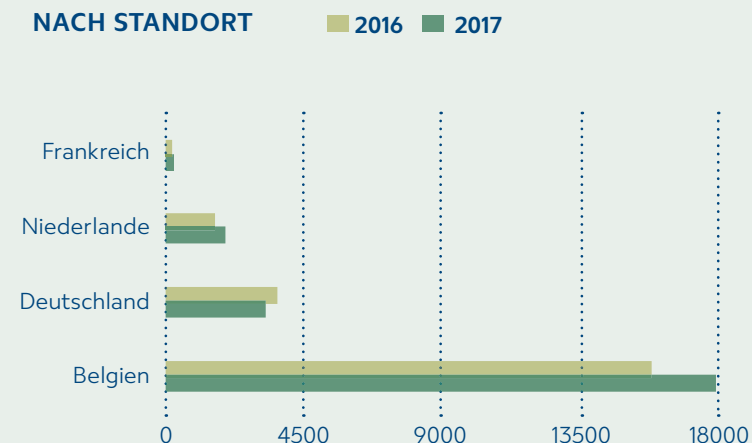
Die Sitzungsdauer und die Absprungrate konnten 2017 deutlich verbessert werden.

## NUTZER DES ROUTENPLANERS

### NACH SPRACHE



### NACH STANDORT



## SOCIAL MEDIA

Über Social Media-Kanäle (Besucher aus den sozialen Netzwerken) gelangten 209 % mehr Nutzer im Vergleich zu 2016 auf die Webseite eastbelgium.com – von 4.970 auf 15.388 Sitzungen.

### Facebook

Laut des Facebook-Analysetools wurde die Fanbase der Tourismusagentur Ostbelgien auch 2017 weiter ausgebaut. Auf allen drei verschiedenen Sprachversionen wurden bei den Abonnenten der jeweiligen Seiten eine Steigerung um +60% im Vergleich zum Vorjahr registriert. Die meistgeklickten Themen sind nach

wie vor die Videos sowie die Wander- und Radtourentipps, bei denen auch das Fotomaterial wichtig ist. Facebook wird ebenfalls für die Präsentation der Angebote von Partnerbetrieben verwendet. Im Jahr 2017 wurden verstärkt Anzeigen geschaltet (siehe Rubrik Internet allgemein), die auch zum guten Gesamtergebnis dieses wichtigen Social Media-Kanals beigetragen haben.

Bei allen drei Sprachversionen auf Facebook (Ostbelgien Eifel Ardennen, Cantons de l'Est Ardennes Belgique, Oostkantons Ardennen) konnte die Fanbase deutlich erhöht werden. Die deutschsprachige Version schaffte 61% neue Benut-

zer, die den regelmäßigen Postings der Tourismusagentur Ostbelgien folgen. Bei den beiden anderen Sprachversionen lag die Steigerung sogar bei +64% im Vergleich zum Vorjahr. Insgesamt folgen damit etwa 12.053 (7.627 im Vorjahr) Fans dem Angebot der Tourismusagentur in den drei verschiedenen Sprachen.

### Facebook-Kampagnen

Im Zeitraum vom 10.07. bis zum 07.11.2017 wurden verschiedene Facebook-Kampagnen gestartet. Alle Kampagnen wurden an Themenbereiche angelehnt, die für die Tourismusagentur Ostbelgien zu den Kernthemen zählen. Beworben wurden

beispielsweise das Hohe Venn, die Vennbahn, MTB in Ostbelgien oder die Gastronomie. Insgesamt wurden Kampagnen im Wert von 3.793 € eingekauft. In dieser Periode kam 11,76 % des Besucherstroms (Traffic) durch Facebook. Daraus wird geschlossen, dass der Facebook-Kanal gut „performed“ hat und eine gute Traffic Source (gut für den Besucherstrom) darstellt. Die Konversionsrate lag bei 22,5 %, d.h. die Besucher haben also eines der vorgegebenen Ziele (zum Beispiel Bestellung einer Broschüre, Download einer Wanderung, Einkauf im Shop usw.) in eine Aktion umgewandelt.

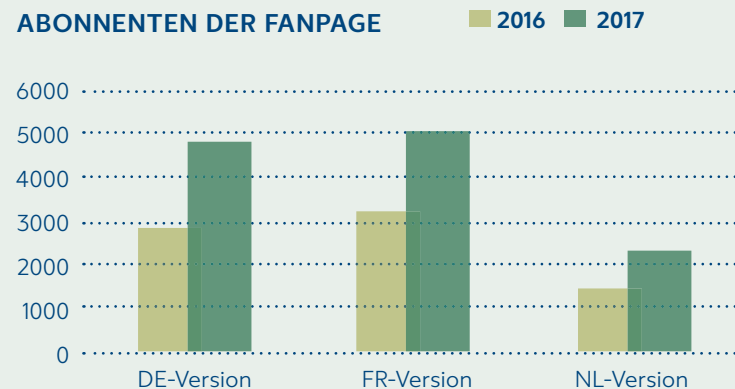
### Besonders beliebt bei den Facebookern war der Imagefilm „Back to Nature“ -

DE: 56.652 Aufrufe  
FR: 16.435 Aufrufe  
NL: 1.999 Aufrufe

### Abonnenten der Fanpage Ende 2017:

DE Version: +61 % - 4.771 vs. 2.916 (2016)  
FR Version: +64 % - 4.975 vs. 3.224 (2016)  
NL Version: +64 % - 2.307 vs 1.487 (2016)

### ABONNENTEN DER FANPAGE



# Online Marketing

## Youtube

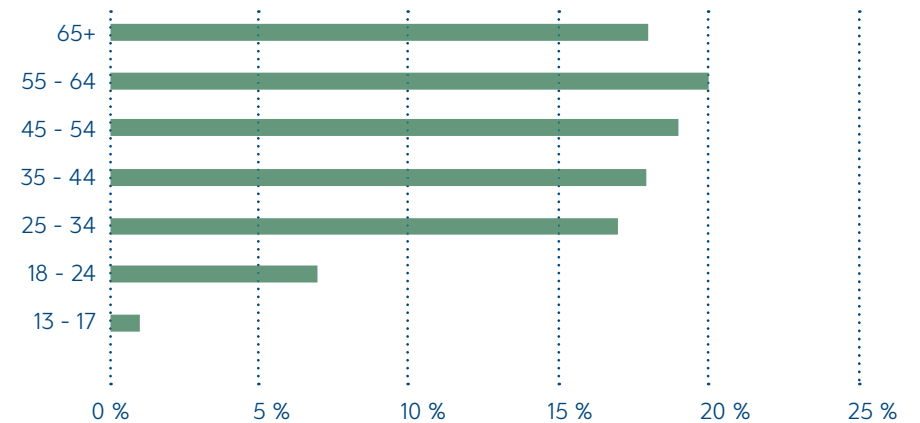
Im Jahr 2017 wurden keine neuen, eigenen Videos veröffentlicht – hier das Ranking der Wiedergabezeiten im Videokanal „eastbelgium.com“:

### RANKING WIEDERGABEZEITEN

Titel	Wiedergabezeit (Minuten)	Aufrufe
De Vennbahn - één van de langste spoorwegen...	2.811 (12%)	1.832 (12%)
Vennbahn - A path of transmission	2.444 (11%)	1.795 (12%)
„Vennbahn - A path of transmission“ (NL)	2.423 (10%)	1.581 (10%)
Malmedy au pied des Hautes Fagnes	2.420 (10%)	1.363 (9,0%)
Ostbelgien - überraschend groß	2.008 (8,6%)	1.506 (9,9%)
Vennbahn - A path of transmission (DE)	1.804 (7,7%)	1.306 (8,6%)
Vennbahn -- einer der längsten Bahntrassenrad...	1.777 (7,6%)	1.135 (7,5%)
Malmedy - Aan de voet van de Hoge Venen	1.478 (6,3%)	762 (5,0%)
Vennbahn - www.eastbelgium.com - der längst...	964 (4,1%)	261 (1,7%)
Vennbahn - www.eastbelgium.com - Europe's l...	757 (3,2%)	333 (2,2%)

Laut der offiziellen Youtube-User-Statistik sind die meisten Zuschauer des Kanals der Tourismusagentur Ostbelgien über 45 Jahre alt (57% in der Altersgruppe 45 bis +65 Jahre). Mit immerhin 17% zählt aber auch die jüngere Generation zwischen 25 und 34 Jahren zum festen Stamm der Nutzer des Video-Angebotes der Tourismusagentur Ostbelgien.

### RANKING ALTERSGRUPPEN



## VERFÜGBARE APPS

### App go.eastbelgium.com

> iPhone App

Die App wurde vor allem im September-Oktober stark genutzt (zum Zeitpunkt des Fotosuchspiels, s. S. 34)

Downloads aus App Store:  
6.865 vs. 1.138 (2016)

Anzahl Nutzung der App:  
5.532 vs. 2.164 (2016)

> Android App

Android hat andere Messmethoden und gibt mehr Daten frei.

Downloads aus Google Play:  
8.067 vs. 3.696 (2016)

Monatlich aktive Nutzer (min. 1x geöffnet): ca. 2.500

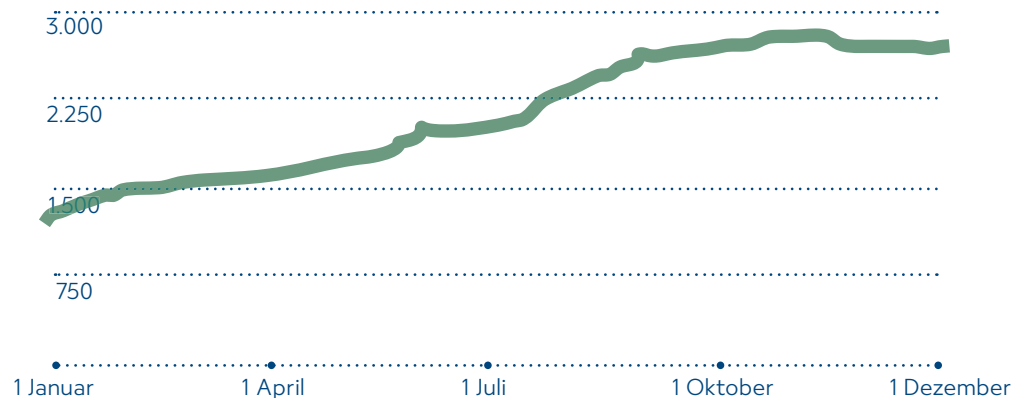
Die App wurde vor allem im September-Oktober stark genutzt (Fotosuchspiel)

### Vennbahn App

Die App, die seit Beginn 2016 im Apple Store und auf Google Play verfügbar ist, setzt sich im Wesentlichen aus den Hauptelementen der Webseite in kompakter Form zusammen und hält die wichtigsten Informationen für unterwegs

bereit. Neben der Möglichkeit, etwaige Mängel oder Probleme auf der Strecke direkt zu melden, sind auch punktgenaue Zielführungen zu Unterkünften oder anderen POIs (=Points of interest, Sehenswürdigkeiten) möglich. Für Android-Geräte wurden 2.029 Downloads registriert und für iOS-Geräte insgesamt 1.620.

## AKTIVE APP-NUTZER (ANDROID)



# Messen und besondere öffentlich-wirksame Veranstaltungen

Auch 2017 setzen sich die Messeteilnahmen wieder aus Publikums- und einschlägigen Fachmessen in den Bereichen Rad und Wandern zusammen. Dabei richten sich die Publikumsmessen fast ausschließlich an den Endverbraucher, während die Fachmessen auch einen hohen Anteil an Fachbesuchern aufweisen. Häufig werden in diesem Rahmen auch wichtige B2B-Kontakte gepflegt und neue ge-

knüpft. Erstmals wurden in diesem Jahr auch die Reisbeurs Lauwers in Antwerpen sowie der Salon International de Colmar in den Messekalender aufgenommen. Zum offiziellen Launch der Standortmarke Ostbelgien im März 2017 präsentierte sich die Tourismusagentur Ostbelgien als ostbelgisches Unternehmen in einem kohärenten Auftritt mit anderen ostbelgischen Institutionen.

Der ‚Beau Vélo de RAVeL, der in diesem Jahr in Raeren Station machte, ist eine durch Funk und Fernsehen der RTBF (öffentlich-rechtlicher Sender) begleitete Radveranstaltung, bei der es neben dem Radfahren auf ehemaligen Bahntrassen auch um die Unterstützung und Einbindung karitativer Einrichtungen geht. Ein breites Show- und Unterhaltungsprogramm bildet den Rahmen dieses Events.

Besonders hervorzuheben in diesem Jahr war der grenzüberschreitende Charakter dieser Etappe. In enger Zusammenarbeit mit dem Bezirksamt Kornelimünster führte die Tour über die Vennbahn über Kornelimünster nach Walheim, wo den Teilnehmern während der offiziellen Pause ein ansprechendes Unterhaltungsprogramm geboten wurde.

**FACHMESSEN:**

Datum	Ort	Veranstaltung	Besucher	Einzugsgebiet
14.-15.1.2017	Stuttgart	Fahrrad- und Erlebnisreisen	30.000	Baden-Württemberg
11.-12.2.2017	Utrecht	Fiets- en Wandelbeurs NL	18.000	Randstad Niederlande
16.-19.2.2017	Essen	Fahrrad 2017	80.000	Nordrhein-Westfalen
18.-19.2.2017	Gent	Fiets- en Wandelbeurs VL	15.500	Flandern
8.-12.3.2017	Berlin	ITB	110.000	Fachmesse: weltweit
19.3.2017	Bonn	ADFC-Radreisemesse	7.500	Rhein-Sieg und Rhein-Erft-Kreis, Rheinland-Pfalz
9.-10.12.2017	Antwerpen	Lowland Photo Festival	5.000	Großraum Antwerpen

**VERBRAUCHERMESSEN:**

Datum	Ort	Veranstaltung	Besucher	Einzugsgebiet
14.-15.1.2017	Antwerpen	Reisbeurs Lauwers	4.000	Kundenstamm vom Busbetrieb Lauwers
22.1.2017	Hamont-Achel	Noord-Limburgse-Vakantiebeurs	3.500	Belgisch- und Niederländisch Limburg
2.-5.2.2017	Brüssel	Salon des Vancances	101.000	Flandern, Brüssel, Wallonie
9.-12.2.2017	Lüttich	Salon Vert Bleu Soleil	20.000	Provinz Lüttich
3.-5.3.2017	Lille	Tourissima	20.000	Nordfrankreich, Hennegau, Westflandern
17.-19.3.2017	Antwerpen	Wallonië in Vlaanderen	10.000	Provinz Antwerpen
10.-12.11.2017	Colmar	Salon International	30.000	Nordostfrankreich, Baden-Württemberg

**BESONDERE VERANSTALTUNGEN:**

Datum	Ort	Veranstaltung	Besucher	Einzugsgebiet
15.3.2017	St.Vith	Marken-Launch Ostbelgien	350	Ostbelgien
1.7.2017	Raeren	Beau Vélo de RAVeL	1.500	Ostbelgien und Städteregion Aachen

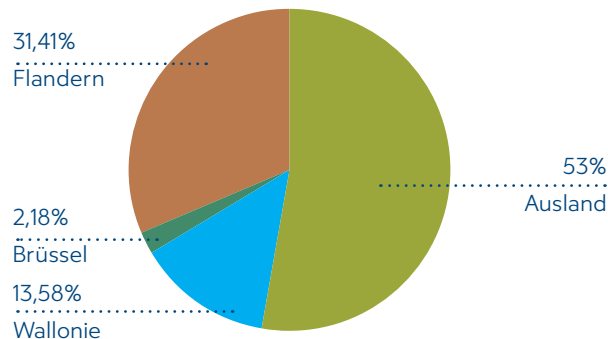
Die Digitalisierung hat die Kommunikationsgewohnheiten grundlegend verändert. Auch wenn die Bedeutung von gedruckten Medien in der Vergangenheit größer war, behaupten Printprodukte weiterhin, in Kombination mit Onlinemedien, ihren Platz. Die Tourismusagentur Ostbelgien ergänzt daher crossmedial ihre Printmedien, z.B. durch spezifische Apps oder Newsletter. Praktische Informationen, die länger gültig und wichtig sind, werden auch weiterhin über ein Printerzeugnis kommuniziert.

Die Druckprodukte der Tourismusagentur Ostbelgien folgen einer einheitlichen grafischen Linie und unterscheiden sich in Destinations-, Image-, Themen- und Produktmagazinen. Alle Kataloge sind in den 3 Landessprachen verfügbar.

Die Druckprodukte der Tourismusagentur Ostbelgien werden auf Messen, öffentlich-wirksamen Veranstaltungen, im Haus für Tourismus, über die Tourist-Info Stellen und unsere Leistungsbetriebe verteilt sowie auf Anfrage versendet.

## Versand

2017 wurden insgesamt 9.269 Broschüren verschickt. Die Anzahl der Postsendungen betrug 3.483, davon gingen 1.643 ins Inland und 1.840 ins Ausland.



Weitere bereits existierende Broschüren wurden in 2017 nachgedruckt (Skikarte, Angelprospekt,...). Das komplette Prospektangebot der Tourismusagentur Ostbelgien finden Sie auf Seite 16-17.

## NEUE PRINTPRODUKTE DER TOURISMUSAGENTUR OSTBELGIEN:

### Agenda

Veranstaltungskalender für Ostbelgien. 2017 wurde der Veranstaltungskalender nach neuem Layout und Konzept gestaltet. Die erste Ausgabe 01/2017 integrierte, als Pilotprojekt, die grafische Linie des neuen Standortmarketings ‚Ostbelgien‘.

Auflage: 10.000 Ex. pro Ausgabe, Winter: 7.000 Ex. Dreisprachig DE/FR/NL. Erscheint saisonal.



### Ferienkatalog 2018 mit integrierter Karte

Der neue Ferienkatalog 2018 in Taschenformat bietet einen Einblick in Ostbelgiens touristischem Angebot: Unterkunftsmöglichkeiten, Ausflugsziele sowie wiederkehrende Veranstaltungen werden auf 32 Seiten zusammengefasst. Zum Umfang gehört eine Straßen- und Freizeitkarte im Format 330 x 410 mm, auf der alle Ausflugsziele und Freizeitangebote geographisch verortet sind. Der Ferienkatalog 2018 folgt, als erste Broschüre für 2018, der neuen grafischen Linie und integriert den neuen Claim ‚Willkommen in Europas kraftvollem Garten‘. Auflage: 25.000 Ex. dreisprachig DE/FR/NL.



### Genusstouren – die 25 schönsten Wanderungen durch Ostbelgien

Auflagenreichstes Themenmagazin der Tourismusagentur Ostbelgien. Der neue 64-Seiten starke Wanderguide umfasst die 20 besten Touren aus der erfolgreichen Erstauflage sowie fünf neue Wanderungen, die in drei Kapiteln vorgestellt werden: am Wasser entlang, Panorama, im Wald. Neu ist die Kartografie mit Höhenprofil und Minimaps aus dem Tourenportal von Outdooractive. Zu jeder Wanderung gibt es praktische Angaben wie Parkmöglichkeiten, Start der Touren, Länge, Einkehrtipps, Schwierigkeitsgrad. Des Weiteren findet der Leser Informationen zu Pauschalangeboten, dem Testcenter für Wanderausrüstung im Haus des Tourismus, Wanderkarten und den Partnerbetrieben der Wanderpau-schalen. Die Broschüre erscheint in 3 getrennten Sprachversionen. Auflage: Deutsch (15.000 Ex.), Französisch (15.000 Ex.), Niederländisch (20.000 Ex.).



### Malmedy: Erinnerungen – Ein geschichtlicher Rundgang

Geschichtliche Broschüre zu den Sehenswürdigkeiten der Stadt. Die komplette Überarbeitung des Inhaltes und Neugestaltung (Bildmaterial und Stadtplan) wurde in Zusammenarbeit mit dem Königlichen Verkehrsverein (RSI) sowie der Stadt Malmedy realisiert. Die Broschüre erscheint in vier Sprachfassungen: Französisch (12.000 Ex.), Niederländisch (12.000 Ex.), Deutsch (7.500 Ex.), Englisch (2.000 Ex.). Aufgrund der steigenden Besucherzahlen anglophoner Gäste, auch bedingt durch die Nähe zur Rennstrecke von Spa-Francorchamps, wurde diese Veröffentlichung in englischer Sprache übersetzt.



### Wandern ohne Gepäck 2018 – Auf GR-Wegen durch Ostbelgien

Das Produktmagazin wurde 2017 komplett neugestaltet. Dabei wurde ebenfalls der neue Claim und die neue graphische Linie berücksichtigt. Das Faltprospekt bietet einen genauen Überblick über die einzelnen Touren-Etappen sowie über die Fernwanderwege durch Ostbelgien. Auf der Rückseite der Karte sind die Angebote, Infos zu allen Partnerbetrieben der WOG-Pauschalen übersichtlich aufgelistet. Die Karte erscheint in drei getrennten Sprachversionen. Auflage: 4.000 (NL), 3.000 (FR), 3.000 (DE).





Weitere Veröffentlichungen der Tourismusagentur Ostbelgien. Kostenlose Bestellung: [www.ostbelgien.eu/shop](http://www.ostbelgien.eu/shop)



### GO NATUR - DAS HOHE VENN

Mit integrierter Faltkarte. Alles Wissenswerte zum Naturreservat, Infos zu Wanderwegen, geführten Wanderungen, Freizeitangeboten im Hohen Venn.

- DE
- FR
- NL



### VENNBahn FLYER

Grenzenloses Vergnügen auf einem der längsten Bahntrassenradwege Europas. Natur, Grenzlandflair und Vennbahngeschichten begleiten die Tour.

- DE/ENGL
- FR/NL



### GO – RADFAHREN IN OSTBELGIEN

Imagebroschüre rund um das Thema Radfahren: Velotour, MTB, E-Bike, Rennrad, bed+bike, Radshop, Radevents

- DE
- FR
- NL
- ENGL



### KIDS ON TOUR - WANDER- UND RADAUSFLÜGE MIT KINDERN

Abenteuerliche und naturnahe Freizeitbeschäftigungen für Familien mit Kindern.

- DE
- FR
- NL



### GO – WANDERN IN OSTBELGIEN

Imagebroschüre rund um das Thema Wandern: GR-Wanderwege, die schönsten Rundwanderungen, Routenplaner und App, Wandern mit Kindern

- DE
- FR
- NL



### OSTBELGIEN TOUREN

Drei Routen, drei Themen, ein Reiseziel. Reizvolle Landschaften. Geheimnisvolles um Kirchen und Kapellen. Malerische Burgen und Herrenhäuser. Mit integrierter Straßenkarte.

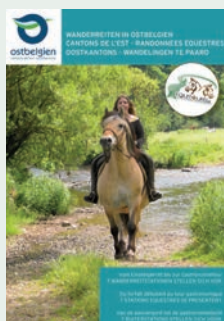
- DE
- FR
- NL



### LAUSCHTOUREN - GESCHICHTE WIRD LEBENDIG

Drei „Lauschtouren“ führen durch die Region - via iPod oder Smartphone. Geschichte und Natur ganz neu entdecken: Die innovativen Audio-Touren inszenieren spannende Ziele in der Region als ideenreiches Hörerlebnis - präsentiert von Geschichtskennern der Region.

- DE/FR/NL



### WANDERREITEN IN OSTBELGIEN

Pauschalangebote für Reiter. Vorstellung der Reiterstationen.

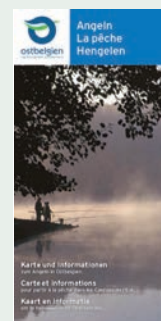
- DE/FR/NL



### WINTERSPORTKARTE

19 Wintersportzentren auf einen Blick. Die Wintersportgebiete sind auf der Faltkarte geografisch verortet.

- DE/FR/NL



### FALTPROSPEKT ANGELN

Alles Wissenswerte zum Thema Angeln: Angelreviere, Angelscheine, Angelzeiten, ... Die Angelreviere sind auf Faltkarte verortet.

- DE/FR/NL

Die Printwerbung ist nach wie vor ein attraktives Marketinginstrument. Anzeigen in Fachzeitschriften sind oftmals langlebiger als online Werbung, zumal wenn diese anspruchsvoll und qualitativ aufbereitet werden. Die Tourismusagentur Ostbelgien schaltete in 2017 rund 40 klassische Anzeigen, die oftmals über digitale Kanäle unterstützt werden. Die Geschäftsbereiche Wandern, Rad und Gastronomie wurden vorrangig beworben. Die Tourismusagentur Ostbelgien ist in ihrer Werbearbeit stets bemüht messbare Indikatoren zu erhalten.

**Sich in Ostbelgien verwöhnen lassen: Angebote für Feinschmecker im Herbst**

**Verwöhn-Arrangements**

Der Herbst ist die ideale Zeit, um Wanderungen mit einem gelassenen Aufenthalt zu verbinden. Die Ferienregion Ostbelgien bietet dazu zahlreiche Angebote in unterschiedlichen Varianten. Auf unserer Webseite präsentieren wir einige interessante Vorschläge zum Thema „Gourmet-Wochenenden“.

**TOURISMUSAGENTUR OSTBELGIEN**  
 Hauptstraße 54  
 4790 Sülz  
 T: +32 80 22 76 64  
 info@eastbelgium.com  
 www.eastbelgium.com

**www.eastbelgium.com/feinschmecker**

## PRINTANZEIGEN IM DEUTSCHSPRACHIGEN ZIELMARKT

**Belgienmagazin – AZ/AN >** ½-seitige Anzeige zum Thema Wandern ohne Gepäck (Aprilausgabe), 1/2 -seitige Anzeige zum Thema Gastronomie/Pauschalangebote (Septemberausgabe).

Beliebte Beilage der Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten. Touristisches Reisemagazin für Belgien.  
 Veröffentlichung & Auflage: April & September - 122.200 Ex.  
 Verbreitungsgebiet: NRW und Grenzregionen (Städteregion Aachen, Kreis Düren, Kreis Heinsberg, Kerkrade, Vaals, Eupen).

**Eifeljahrbuch 2018 >** 1-seitige Anzeige zum Thema Wandern.

Rund 200 Seiten starkes Jahrbuch des Eifelvereins (25.000 Mitglieder). Berichte über Wirtschaft, Kunst, Kultur, Landschaft oder Natur mit Bezug zur Eifel. Wird seit 1924 herausgegeben.  
 Veröffentlichung & Auflage: Ende 2017 - 3.000 Ex.  
 Vertrieb: örtliche Buchhandel und Geschäftsstelle des Eifelvereins.

**Freizeit Euregio Guide 2017-2018 >** 2-seitiges Advertorial zum Thema Wandern und Radfahren in Ostbelgien.

Freizeit- und Kulturthemen aus dem Grenzgebiet der Euregio Maas-Rhein.  
 Veröffentlichung & Auflage: 1x jährlich im Juli - 8.000 Ex.  
 Vertrieb: Regionale Bahnhöfe, Buch- und Zeitschriftenhandel in der Städteregion Aachen, Deutschsprachige Gemeinschaft

**Klenkes Stadtmagazin für Aachen und die Euregio >** ¼-seitige Anzeige in der Juniausgabe zur Bewerbung des ‚Beau Vélo de RAVeL‘ – Veranstaltung in Raeren und Kornelimünster/Walheim am 01.07.2017.

Themen aus den Bereichen Gesellschaft und Kultur, umfangreicher Tageskalender, Ratgeber in Sachen Film, Musik, Theater, Kunst und Literatur.  
 Veröffentlichung & Auflage: monatlich - 30.110 Ex.  
 Verbreitungsgebiet: NRW: Aachen, Herzogenrath, Würselen, Alsdorf, Baesweiler, Eschweiler, Düren, Jülich, Geilenkirchen, Übach-Palenberg, Nordeifel, belgische und niederländische Grenzregionen über Abonnenten, 550 Auslagestellen in Gastronomie, Einzelhandel und öffentliche Einrichtungen.

**Nationalparkführer Eifel 2018 >** 1-seitige Anzeigen zu den Themen Genussstouren und Wandern ohne Gepäck.

Ganzjähriger Freizeitführer rund um den Nationalpark Eifel.  
 Veröffentlichung & Auflage: 1x jährlich, Ende des Jahres - 105.000 Ex.  
 Verbreitungsgebiet: deutschsprachige Gäste vor Ort. Wird über die touristischen Leistungsträger und Partnerstrukturen der Ruifel, des Monschauer Landes und der Nordeifel verteilt.

**Trekking Magazin** > ½-seitige Anzeige in der Märzangabe zum Thema Wandern Ostbelgien mit allen Sinnen + 7 redaktionelle Seiten zu Wandern in Ostbelgien (GR 56), 1/3-seitige Anzeige zum Thema Narzissenweg in Ostbelgien in der Aprilangabe 2017, ½-seitige Anzeige in der Maiausgabe zum Thema Wandern ohne Gepäck.

Outdoorsport mit Wandern im Fokus.

Veröffentlichung & Auflage: 9 x jährlich - 55.000 Ex.

Verbreitungsgebiet & Vertrieb: Pressegrasso, Fachhandel und Abonnenten, 16.000 Ex. Lesezirkel in Deutschland, Österreich, Schweiz und Benelux.

**Unser Sommer - Aachener Zeitung/Aachener Nachrichten** > 1-seitiges Advertorial zu Genusstouren + Anzeige zu Ausflugszielen, crossmedial mit online Werbung auf aachener-zeitung.de & aachener-nachrichten.be

Angabe der AZ/AN. Ausflugsziele in der Städteregion Aachen, den Kreisen Heinsberg und Düren, angrenzende Regionen in Belgien und den Niederlanden.

Veröffentlichung & Auflage: Juli - 115.613 Ex.

Verbreitungsgebiet: NRW: Städteregion Aachen, Kreise Heinsberg, Düren, Jülich.

**„unterwegs – Wandern & Wellness“ – Westdeutsche Zeitung** > 1-seitiges Advertorial zum Thema Wandern und Gastronomie in der Herbstangabe. 1. Zusammenarbeit mit der WZ. Aufgrund der hohen Resonanz wird diese Aktion in 2018 wiederholt.

Beilage der Westdeutschen Zeitung. Touristisches Reisemagazin.

Veröffentlichung & Auflage: Frühjahr & Herbst - 116.000 Ex.

Verbreitungsgebiet: NRW: Regionen Wuppertal, Krefeld, Neuss, Mönchengladbach, Düsseldorf, Solingen.

**Wandermagazin** > 2-seitiges Advertorial mit Tourentipps (Hohes Venn, Drei Grenzen im Norden) in der Juli/August- und in September/Oktoberausgabe.

Führendes Magazin für Outdoorbegeisterte.

Veröffentlichung & Auflage: 6 x jährlich, 40.000 Ex.

Verbreitungsgebiet: Pressegrasso, Fachhandel und Abonnenten in Deutschland, Österreich, Schweiz und Benelux.

**Zeitvertreib** > 1-seitiges Advertorial zu Tourentipps in Ostbelgien (Genusstouren, Lauschtouren, Ostbelgien Touren)

Freizeitführer, Informationen zu Freizeiteinrichtungen und -angeboten.

Veröffentlichung & Auflage: Februar - 30.000 Ex.

Verbreitungsgebiet: Geschäftsstellen der Sparkassen, Rathäuser, touristische Infopunkte der Kreise Heinsberg und Düren & Städteregion Aachen und in teilnehmenden Freizeiteinrichtungen

ostbelgien  
www.eastbelgium.com

Entdecken Sie Ostbelgien  
mit dem Wandermagazin „GO‘.

Wandern in Ostbelgien bedeutet zu jeder Jahreszeit mit Sicherheit die richtige Entscheidung. Doch was macht das Wanderland Ostbelgien so attraktiv? Welche Naturlandschaften bietet die Region und wo lohnt sich eine Tour besonders? Antworten auf diese Fragen bietet das neue Wandermagazin „GO“.

Wandermagazin gratis bestellen! [www.eastbelgium.com](http://www.eastbelgium.com)

Tourismagentur Ostbelgien  
Hauptstraße 54  
D-4720 Sankt Vith  
T +32 80 22 76 64  
info@eastbelgium.com

## ZIELMARKT FLANDERN & NIEDERLANDE

**Kampeertoerist** > 1-seitige Anzeige zum Thema Radfahren in der Aprilausgabe 2017.

Fachzeitschrift der Camper-Vereinigung ‚Vlaamse Kampeertoeristen‘ vzw.

Veröffentlichung & Auflage: monatlich - 10.000 Ex. (wovon 8.000 Abonnenten, bzw. Mitglieder).

Verbreitungsgebiet & Vertrieb: Flandern, 2.000 Ex. im Zeitschriftenhandel zum Verkauf angeboten werden.

**Letzgo** > 1-seitiges Advertorial zum Thema Wandern ohne Gepäck und Gastronomie im Oktober 2017.

Gezielte Infobriefe für Vereine und Vereinigungen (Wanderclubs, Senioren, Schulen,...) in den Niederlanden.

Veröffentlichung & Auflage: ganzjährig - 2.500 Ex.

Verbreitungsgebiet & Vertrieb: Wandervereine in den Niederlanden.

### Fietscamping.nl

Allgemeiner Imagetext und Verlinkung auf unsere Internetseite eastbelgium.com während des Jahres 2017.

De Oostkantons: een echt fietsparadijs op een steenworp afstand!

Toeristisch Agentschap Oost-België  
 Hauptstraße 54  
 B-4730 Samel, Vln  
 T +32 80 22 76 64  
 info@eastbelgium.com  
 www.eastbelgium.com

### Crossmediale Medienkampagne mit PASARmedia

Die Kooperation mit PASARmedia erfolgte zum 5. Mal. Zum Medienpaket gehören Anzeigen, Newsletter, Banner, Links und Posts in den Print- und online-Medien von PASAR, Op Weg-Grote Routepaden, Raak und Femma. Die Kampagne zielt auf den flämischen Markt und zog sich durch das Jahr 2017. Die Themen Wandern und Radfahren wurden bevorzugt beworben.

#### Pasar

Reisereportagen und -tipps, neue Wanderwege und Radrouten, Camping.  
 11 x jährlich - 31.000 Ex.

#### Op Weg - Grote Routepaden

Trekkingmagazin für flämische Wanderer und Radfahrer.  
 6 x jährlich - 7.500 Ex.  
 Newsletter: 25.000 Adressen

#### Femma

Mitgliederzeitschrift der Frauenbewegung Femma.  
 Erscheint 10 x jährlich.

Die Medienkampagne wurde ebenfalls mit einer Couponaktion in der Zeitschrift Pasar verbunden. Insgesamt generierte die Maßnahme 1.348 Kataloganfragen.

## ZIELMARKT WALLONIE

**Hipponews** > 2-seitiges Advertorial zu Wanderreiten in Ostbelgien mit Anzeige in Synergie mit Equitours.  
 Fachzeitschrift zum Thema Reiten und Reitveranstaltungen.  
 Veröffentlichung & Auflage: 10 x jährlich - 7.000 Ex.  
 Verbreitungsgebiet: französischsprachiger Teil Belgiens, Pressegrasso, Fachhandel und Abonnenten, Fachhandel, Veranstaltungen.

## ANZEIGENSCHALTUNG IN DEN MEDIEN DER KOOPERATIONSPARTNER

**Magazine de l'Été – Magazine de l'Hiver** > ½- seitige Anzeige zum Thema Radfahren in Ostbelgien (Sommerausgabe), ½-seitige Anzeige zum Thema Wintersport (Winterausgabe)

Veranstaltungskalender des Fremdenverkehrsverbandes des Provinz Lüttich.  
 Veröffentlichung & Auflage: 2 x jährlich, insg. 40.000 Ex., 3 Sprachenversionen (DE/FR/NL)  
 Verbreitungsgebiet: über touristische Leistungsträger und Tourist-Infostellen der Provinz Lüttich.

**Escapades en Wallonie 2017 – Echte Ardennen & Waalse Steden 2017** > ½-seitige Anzeige zu Ostbelgien als Destination und Ausflugsziele.

Ausflugsziele in der Wallonie, Herausgabe von Wallonie-Belgique Tourisme.  
 Veröffentlichung & Auflage: 1x jährlich in frz. und ndl. Sprache – insg. 400.000 Ex.  
 Verbreitungsgebiet: Mailings, Messen & öffentlich-wirksame Veranstaltungen, touristische Dienstleister und Auslandsbüro. Zielmärkte: Frankreich, frz.-sprachiges Belgien, Flandern, Niederlande.

**Plakataktion in Brüssels Bahnhöfen in Synergie mit Wallonie-Belgique Tourisme**  
 10 Plakate in ndl. und frz. Sprache im Zentral- und Südbahnhof von Brüssel von Mai bis Juni 2017. Frz.-sprachiges und ndl.-sprachiges Zielpublikum.  
 Imagekampagne zur allgemeinen Bewerbung Ostbelgiens.

**Vacances d'hiver dans les Cantons de l'Est ? Le must!**

ostbelgien  
CANTONS DE L'EST - WALLONIE

Vingt centres de sports d'hiver répartis sur la plus belle région skiable de Belgique...  
 Toutes les disciplines de la glisse... Ski de fond, ski alpin, luge, promenades en raquettes et scooter de neige... Fun, sensations et amusement 100 % garantis!  
 L'état d'enneigement en temps réel sur: [www.hiver-cantonsdelest.be](http://www.hiver-cantonsdelest.be)

Maison du Tourisme  
Hautes Fagnes - Cantons de l'Est

Place Albert 1er, 29a  
B-4960 Malmedy

Information:  
T +32 80 33 02 50

info@eastbelgium.com  
[www.eastbelgium.com](http://www.eastbelgium.com)

# Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Auch die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit unterliegt dem digitalen Wandel. Neben der klassischen Berichterstattung durch Journalisten, wurden in den letzten Jahren auch vermehrt Bürger zu freien Produzenten und nutzen die sozialen Medien, um eigene Erlebnisberichte ins Netz zu stellen: die Blogger. Gute ‚Blogs‘ (= elektronisches Tagebuch) werden oftmals von tausenden Followern (=Leser, die aktiv einen Blog folgen) gelesen. Selbst wenn Blogbeiträge nicht mit journalistischer Arbeit gleich zu setzen sind, präsentieren sie die Region oftmals aus einer anderen Perspektive.

Auch im PR-Marketing hat sich einiges verlagert: vorgegebene Pressereisen und Pressekonferenzen, früher ein beliebtes PR-Werkzeug, sind mittlerweile Auslaufmodelle. Der wachsende Arbeitsdruck sowie die Ressourcen-Knappheit verpflichtet die Redaktionen selektiver zu arbeiten. Der elektronische Versand von Pressemitteilungen ersetzt oftmals die klassischen Pressekonferenzen. Die Tourismusagentur hat die Wichtigkeit von gut aufbereiteten Informationen erkannt und gewährleistet journalistische Recherchen durch eigenes Personal für selbsterstellte Pressemitteilungen. Journalisten suchen häufig den persönlichen Kontakt und das Gespräch

und bevorzugen maßgeschneiderte Programme bei Pressereisen. Letztere Dienstleistung wird ebenfalls von der Tourismusagentur Ostbelgien gewährleistet.

### Pressedatenbank

Die neue CMS-gestützte Pressedatenbank, die im Rahmen des neuen Internetauftritts entwickelt wurde, ist seit März 2017 funktionstüchtig und umfasst aktuell rund 800 Kontaktdaten der regionalen und internationalen Presse. 2017 erhielt die Tourismusagentur Ostbelgien 94 Einschreibungen/Anmeldungen von Pressevertretern, Bloggern, Grafikern, Kooperationspartnern und touristischen Leistungsträgern.

### Pressemitteilungen

2017 wurden 58 Pressemitteilungen und Einladungen an die Presse in den drei Sprachversionen (DE/FR/NL) verschickt. 31,4 % der Abonnenten öffneten die Pressemitteilung. Laut Statistik liegen die üblichen Öffnungsraten bei ca. 23 % (s. Newsletter-Versand, online Marketing S.7).

Die Inlandspresse interessiert sich insbesondere für Bilanzen und Wintersportberichte, die bei der Tourismusagentur Ostbelgien in ca. 30 Interviews hinterfragt wurden.

### PRESSEMITTEILUNGEN 2017

Monat	Themen
Januar	Wintersportzentren geöffnet
	Anfahrtswege Skigebiete
Februar	Zwischenbilanz Wintersportsaison
	Neuer Name Haus für Tourismus
	Neue Agenda
März	Radfahren in Ostbelgien
April	Touristische Osterbilanz
Mai	MTB Tourismusforum
	Kickoff Erlebniswelt Norden
	Neue Agenda
	Bilanz Christi Himmelfahrt
Juni	Einladung zur PK ‚Beau Vélo de Ravel‘ in Raeren
	‚Beau Vélo de Ravel‘ in Raeren
Juli	Zwischenbilanz Sommersaison
August	Sommerbilanz
September	Vennbahn Excellence Award in Irland
Oktober	Einladung Vernissage Krippana
November	Test Knotenpunktsystem, Agenda Winter
Dezember	Vorbericht Skisaison
	Erste Skipisten geöffnet

# Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

## Pressereisen, -konferenzen, -anfragen

2017 fanden 9 Pressereisen statt, an denen insgesamt 27 Journalisten von Print, Funk und Fernsehen und/oder Blogger teilnahmen. Die Pressefahrten wurden z.T. in Kooperation mit Wallonie-Belgique Tourisme und des Fremdenverkehrsverbandes der Provinz Lüttich organisiert.

Im Fokus standen die Leuchtturmthemen Radfahren und Wandern, Ostbelgien allgemein sowie das Themenjahr ‚Wallonie Gourmande‘. In diesem Rahmen wurden den regionalen Produzenten und gastronomischen Betriebe besondere Aufmerksamkeit bei Presseaufenthalten geschenkt.

Die Tourismusagentur Ostbelgien verlagert bewusst Pressegespräche und -konferenzen an die Veranstaltungsorte. Demnach organisierte sie 2017 öffentlich wirksame Pressekonferenzen in Utrecht anlässlich der Fiets- en Wandelbeurs (Februar), sowie in Raeren anlässlich der Radveranstaltung ‚Le Beau Vélo de RA-VeL‘ (Juni).

Die Tourismusagentur Ostbelgien beantwortete zusätzlich 66 diverse Anfragen seitens der Presse.

## ERSCHIENENE BERICHTERSTATTUNG INFOLGE VON PRESSEREISEN

### Auf Blogs:

#### **ardenne.org**

Der französischsprachige Blog besteht seit 1998 und sieht sich als elektronisches Reisemagazin für die Ardennen. 700 bis 1000 Leser pro Tag, 10.000 Newsletter-Abonnenten. Die Bloggerin und der Fotograf veröffentlichten einen umfangreichen Bericht zu Ostbelgien und beleuchteten alle Facetten: Kultur, Natur, Unterkünfte, Aktivurlaub, ...

#### **Yummy-Planet.com -**

#### **Au Gout d'Emma – Destination Food**

Umfangreiche Berichterstattung auf den 3 Blogs. Themenschwerpunkt dieser Pressereise war die Auszeichnung der Gemeinde Waimes als ‚Destination EDEN‘ sowie das Themenjahr ‚Wallonie Gourmande‘. Es handelt sich um Reiseblogs, die schwerpunktmäßig über die Gastronomie berichten.

### Auf Internetseiten:

#### **Grande.be**

Mit bis zu 100.000 Besuchern monatlich, ist Grande.be die größte Reiseplattform in Flandern. Der Verlag versendet mo-

natlich ein Newsletter an 20.000 Abonnenten. Grande hat eine Reportage zu Ostbelgiens Sehenswürdigkeiten realisiert mit dem Radknotenpunkt als roten Faden.

### **GEO online – in der Reihe**

**‚Traumort des Tages‘ am 30.11.2017 >** Europas größtes Hochmoor – ein Traum zu jeder Jahreszeit!

Eines der größten deutschen digitalen Reiseportalen mit 1.04 Mio Besuchern.

### **In Printmedien:**

#### **Te Voet – Wandelkrant van Nederland**

**>** Adellijke rondgang bij bosrijk Robertville. 2-seitiger Wanderbericht zu Robertville.

Niederländische Aktivbroschüre für Wanderer. Erscheint 10 x jährlich, 50.000 Ex.

#### **Paulinus – Wochenzeitung im Bistum**

**Trier >** Mit dem Rad auf Singreise. Ganzseitiger Artikel zur Vennbahn.

Erscheint wöchentlich. 22.400 Ex. Erscheinungsgebiet: Region Koblenz & Trier, Saar

#### **Fiets actief – Hoge Venen special –**

**Märzausgabe 2017 >** 33-seitiger Artikel zur Vennbahn und Ostbelgien. Linda Korsten.

Niederländisches Radmagazin. Erscheint monatlich. 15.486 Ex.

#### **Plus Magazine – Niederländische Juni-**

**ausgabe 2017 >** Op de e-bike door de Ardennen – Daar krijg je dorst van.

Lifestyle Magazin für Best-Agers. Erscheint monatlich. 130.943 Ex.

**Alle Artikel und Reportagen sind auf ostbelgien.eu einsehbar.**



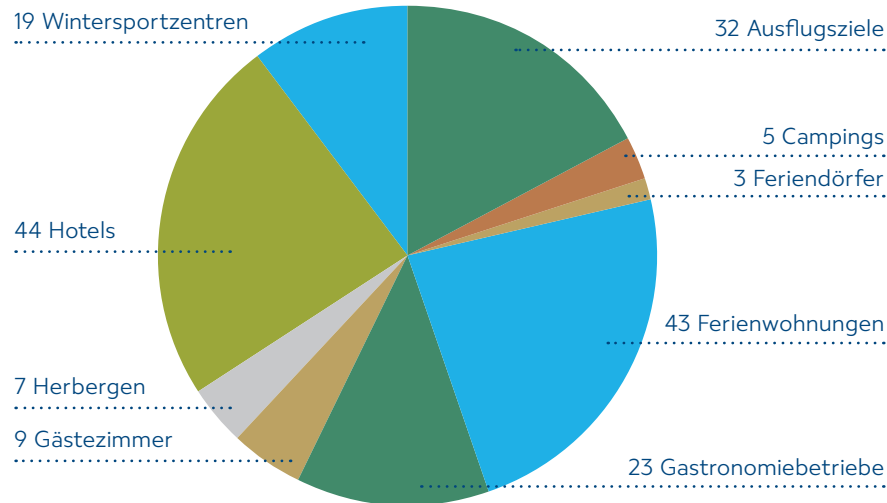
# Regionale Kooperationen

## Partner der Tourismusagentur Ostbelgien

Die Tourismusagentur Ostbelgien lädt die touristischen Betriebe ein sich am Destinationsmarketing zu beteiligen. Durch einen jährlichen Mitgliederbeitrag erhalten die Partnerbetriebe eine Reihe von Leistungen und werden aktiv beworben.

2017 zählte die Tourismusagentur 185 Partnerbetriebe. Die jährliche Partnerakquise im Herbst 2017 generierte 12 neue touristische Partnerbetriebe. Liste der Partnerbetriebe (s. Seite 44-47).

## PARTNERBETRIEBE 2017



# Nationale Kooperationen



2017 wurde eine überarbeitete gesetzliche Grundlage für die Förderung eines nachhaltigen Tourismus seitens der Regierung der Deutschsprachigen Gemeinschaft unter Federführung der Tourismusministerin Isabelle Weykmans geschaffen. Der neue Tourismuskodex umfasst die Organisation und die Beschreibung der Akteure des Tourismus, die Bezuschussung touristischer Organisationen und Initiativen zur Förderung des Tourismus sowie die Betriebsbedingung und Einstufung touristischer Unternehmensebetriebe. Die Tourismusagentur Ostbelgien wurde von dem beauftragten Fachbereich Tourismus im Ministerium beratend in die Arbeiten einbezogen. Das Tourismusdekret schafft wo möglich die rechtlichen Bedingungen zur Umsetzung des touristischen Leitbilds 2025.

Die Umsetzung des Geschäftsführungsvertrages der Tourismusagentur Ostbelgien mit der Regierung in Anlehnung an das Leitbild, wurde von der zuständi-

gen Ministerin Weykmans im Begleitausschuss vom 7. Dezember 2017 allgemein positiv bewertet.

Die Tourismuslandschaft auf Ebene der Wallonischen Region war in den letzten Jahren stark im Umbruch. Nachdem die Häuser für Tourismus reformiert wurden, trennte sich Brüssel von ‚Wallonie-Belgique Tourisme‘. Die neuen Statuten von WBT, nun zuständig für die gesamte touristische Vermarktung der Wallonie im In- und Ausland, traten Anfang 2017 in Kraft. Auch die Aufgaben vom Commissariat général au Tourisme (=Generalkommissariat für Tourismus) und der Tourismusverbände in den Provinzen wurden in diesem Zusammenhang neu diskutiert. Geltende Abkommen zur Zusammenarbeit im Tourismus der Regierung der Deutschsprachigen Gemeinschaft mit der Wallonischen Region (accord de coopération du 26 nov. 1998) sowie mit der Provinz Lüttich wurden dabei nicht in Frage gestellt.

# Internationale Kooperationen

## Europäische Wirtschaftliche Interessenvereinigung (EWIV)

### Eifel-Ardennen Marketing

Die EWIV Eifel-Ardennen Marketing hat sich seit ihrer Gründung vor rund 15 Jahren als feste grenzüberschreitende Marketingstruktur etabliert. Die Vorstandsmitglieder, organisierten 2017 regelmäßige Arbeitssitzungen und Meetings in Vorbereitung des Interreg-Projektes RANDO-M, das im Oktober 2017 offiziell bei den EU-Behörden eingereicht wurde. RANDO-M sieht die grenzüberschreitende Verknüpfung von Radrouten durch Storytelling, sowie die physische Anbindung an den Eifelsteig, um eine grenzüberschreitende Wanderschleife zu schaffen, vor. Die Empfehlungen der EU wurden mittlerweile in den Antrag eingearbeitet und eine Entscheidung zur Akzeptanz des Projektes seitens der EU steht Ende Mai 2018 aus.

Aktionen und Maßnahmen in 2017:

- Redaktionelle Anzeigen im Rad- und Wandermagazin Eifel 2018.
- Die Präsentation des Themas Rad in Eifel und Ardennen anlässlich der öffentlich-wirksamen Veranstaltung ‚Rad am Ring‘.
- Das Newsletter Portal eifel-ardennen.com wurde weiter aus- und umgebaut.
- Vorstellung der EWIV EAM bei der Tagung des europäischen EWIV-Informationszentrums Libertas.
- Veröffentlichungen auf der Webseite <https://wirtschaft.eifel.info> (Zukunftsinitiative Eifel). In 2017 wurden über dieses Portal 21 Artikel zu unterschiedlichen Themen seitens der Tourismusagentur Ostbelgien veröffentlicht.

# Internationale Kooperationen

## Best of Wandern

Auch in 2017 wurde die Kooperation mit Best of Wandern fortgesetzt. Unter der Marke Best of Wandern (BoW) kooperieren Ausrüster, ein Reiseveranstalter, Online-Ver sandhändler, Tourenportal und zehn Wanderregionen in fünf europäischen Ländern. Herzstück der Kooperation sind die regionalen „Testcenter“, die den Gästen modernes Wandermaterial (Schuhe, Schirme, Ferngläser oder Rucksäcke,..) kostenlos zur Verfügung stellen.

Neben der Einbindung in das Gesamtmarketing und -PR erhält die Partnerregion Ostbelgien folgende Leistungen:

- Umsetzung eines Testcenters im Haus für Tourismus Hohes Venn-Ostbelgien: das kostenlose Equipment für den Verleih wurde 2017 insgesamt 83 Mal an Gäste verliehen.
- 4-seitige Präsentation im BoW-Magazin 2017 (50.000 Exemplare).
- Präsentation auf der Best of Wandern-Webseite mit eigener Unterseite, Tourentipps, Aktuelles aus der Region und Bildergalerie.
- Präsentation mit 10 Touren im BoW-Alpregio der Firma OutdoorActive GmbH.
- Präsentation der Region und eines Hotels mit Buchung im Dertour-Katalog Rad.Wandern.Outdoor 2017.

- Nutzung der Fotos aus dem BoW-Fotoshooting für eigene Publikationen der Region.
- Redaktionelle Veröffentlichungen, bei der nur eine Region im Fokus steht.
- Einbindung auf allen Roll-ups in den Testcentern der Regionen durch Übersichtskarte.
- Möglichkeit der Auslage eigener Printprodukte in den Testcentern der anderen Regionen.
- Einbindung auf der Messe TourNatur in Düsseldorf im September 2017.
- Einbindung im Rahmen der Wanderaktion 2017 im 10-jährigen BoW-Jubiläumjahr „Best gemeinsame Zeit“ im Juni: Friederike und Steffi kamen nach Ostbelgien und erlebten ein paar abenteuerliche Tage und veröffentlichten ihre Erlebnisse auf dem BoW-Blog.

## 2017 wurden zusätzlich neue Maßnahmen durchgeführt :

- Flyer zur Bewerbung des Testcenters in der Region. Alle Partnerbetriebe sowie Touristinfostellen der Region erhielten diesen Flyer zur Bekanntmachung des Testcenters.
- Ein 1,5 tages Fotoshooting für Ostbelgien fand im Rahmen der Bow-Partnerschaft statt. Daran wurde ein 1-tages Shooting zum Thema Mountainbike angeschlossen.
- Einleitung der Region Ostbelgien im BoW-Magazin über einen „Helden“! 2017 stand die Brauerei Bellevaux mit Wil Schuwer Pate für die Region.

# Pauschalangebote der Tourismusagentur Ostbelgien: Wandern und Radfahren ohne Gepäck

Die Tourismusagentur ist auch als Reiseveranstalter aktiv und organisiert mit Partnerbetrieben aus der Region Pauschalangebote zu den Themen Rad und Wandern in Kombination mit Gastronomie. Mit 13 Buchungen gehören die Sternwanderungen (der Gast übernachtet in ein und demselben Hotel) zu den beliebtesten Wanderpauschalen. Danach sind es die Streckenwanderungen zwischen 5-6 Tagen (11 Buchungen). Die low-cost Rucksackpauschalen (4 Übernachtungen in einer Jugendherberge oder Ähnliches), die

für ein neues Zielpublikum 2017 geschaffen wurden, wurden insgesamt 5 Mal gebucht.

Im Bereich Radurlaub war es die klassische Vennbahnpauschale mit 2 Übernachtungen, die 27 Mal gebucht wurde. Das Pauschalangebot ‚Vennbahn Erlebnisschleife‘ (Vennbahn Plus) wurde insgesamt 9 Mal verkauft.

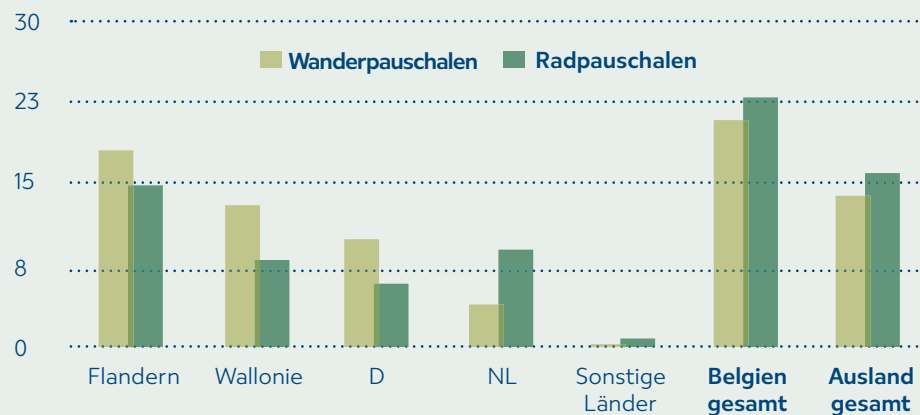
Die Wander- und Radpauschalen werden vorwiegend zwischen April und Oktober

gebucht. Die Monate Juli (11 Buchungen), Juli (13), August (20) und September (12) gehören zu den Hauptreisemonaten.

Kunden der Tourismusagentur Ostbelgien verreisen hauptsächlich als Paare und kleinere Gruppe zwischen 4 und 6 Personen. Der Durchschnittspreis einer gebuchten Rad- und Wanderpauschale liegt bei rund 350 Euro. Gäste verbleiben im Schnitt 2 Nächte/3 Tage mit dem Rad und wandern 5 Tage.

Der innerbelgische Markt stellt die Hauptkundschaft. Flämische Gäste buchen sowohl Wander- als auch Radpauschalen. Bei der internationalen Kundschaft nehmen vor allem deutsche Kunden die Angebote wahr. Letztere bevorzugen den Wanderurlaub. Gäste aus den Niederlanden entscheiden sich mehrheitlich für Radaufenthalte.

HERKUNFT DER GÄSTE 2017



# Pauschalangebote

Jahr	Pauschalen	Umsatz	Buchungen	Gäste	Erläuterungen
2012	Wandern	14.447,00 €	24	52	Insgesamt konstante Verkaufszahlen. Erstmals generieren Radpauschalen einen höheren Umsatz.
	Radfahren	16.919,00 €	19	71	
	Gesamt	31.336,00 €	43	123	
2013	Wandern	47.564,00 €	51	137	Offizielle Einweihung der Vennbahn weckt das Interesse der Kunden. Beginn der Vermarktung von Vennbahnpauschalen.
	Radfahren	51.573,00 €	47	206	
	Gesamt	99.137,00 €	98	343	
2014	Wandern	53.721,50 €	61	161	Wandern: Verstärkte Kundenakquise durch gezieltes Mailing. Die neuen Radpauschalen erleben einen Boom. Starkes Marketing dank EU-Fördermittel. Messepräsenzen, Auszeichnungen fördern den Bekanntheitsgrad des Vennbahnradweges.
	Radfahren	119.374,00 €	107	406	
	Gesamt	173.095,50 €	168	567	
2015	Wandern	59.350,00 €	60	155	Die Popularität des Vennbahnradweges hält an.
	Radfahren	87.599,00 €	106	329	
	Gesamt	146.949,00 €	166	484	
2016	Wandern	47.275,00 €	42	118	Sondertarife an vorgegebenen Daten erzielten nicht den gewünschten Erfolg.
	Radfahren	71.799,00 €	60	215	
	Gesamt	119.074,00 €	102	333	
2017	Wandern	41.592,00 €	45	110	Der Vennbahnradweg wird ebenfalls von niederländischen Reiseorganisatoren vermarktet, was die Zerstreung der Marktanteile beinhaltet. Der verregnete Sommer wirkt sich negativ auf den Verkauf der Pauschalen aus.
	Radfahren	37.155,00 €	39	106	
	Gesamt	78.747,00 €	84	216	

Der Umsatz der Pauschalen erlebte 2017 einen Einbruch: -12 % im Bereich Wandern, -48% im Bereich Radfahren. Dieser Einbruch wurde auch in anderen Raddestinationen festgestellt. Der ADFC hat in seiner Radstudie 2017 den allgemeinen Rückgang der Radreisen bestätigt. Zum ersten Mal seit 2011 übersteigt der Umsatz der Wanderpauschalen wieder den der Radpauschalen. Der Vennbahnradweg wird mittlerweile auch von privaten Reiseorganisatoren vermarktet, bei denen die Tourismusagentur Ostbelgien erfolgreich vermitteln konnte. In der Tat privilegiert die Tourismusagentur Ostbelgien den direkten Kontakt zwischen Leistungsträgern und privaten Reiseorganisatoren.

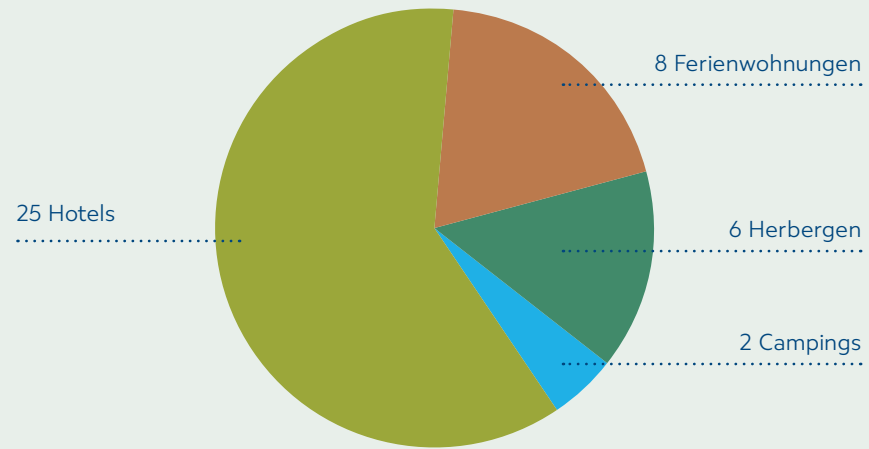
# „bed+bike“-Betriebe

„bed+bike“-Betriebe werden im Rahmen der Rad-Pauschalen bevorzugt berücksichtigt. Auch im fünften Jahr nach der Einführung des „bed+bike“-Labels in Ostbelgien setzt sich der positive Entwicklungstrend fort. Neben den 39 zertifizierten Unterkünften der vorherigen Saison haben sich weitere 4 touristische Leistungsbetriebe dazu entschlossen, die Qualitätssicherung im ostbelgischen Radtourismus weiter voranzutreiben:

- Appartements Beverly Weekend, Bütgenbach
- Ferienwohnung D’ol Vich Périr, Ondenval
- Hotel International, Büllingen
- Hotel Burg-Hof, Burg-Reuland

Die Gesamtzahl ist seit dem Einführungsjahr in 2014 stetig gestiegen, da sich mehr und mehr Unterkünfte der Wichtigkeit des boomenden Radtourismus bewusstwerden und ihren Betrieb den Bedürfnissen der Radgäste entsprechend anpassen. Aus den ursprünglich 23 „Pionieren“ sind mittlerweile 41 Betriebe geworden, also beinahe eine Verdopplung. Neben einer Darstellung über die Marketing-Kanäle der Tourismusagentur Ostbelgien kommen die Zertifizierten in den Genuss eines Eintrages auf Vennbahn-Webseite, -Karte, und in der App sowie auf der deutschen und luxemburgischen Webseite.

„BED+BIKE“ BETRIEBE IN OSTBELGIEN 2017



## Radwegenetz VeloTour

Nachdem die Provinz Lüttich das Radwegenetz VeloTour in das Projekt « Schéma cyclable directeur pour la Province de Liège » aufgenommen hatte, wurde die Tourismusagentur Ostbelgien mit der Überar-

beitung des Streckennetzes betraut und stimmte diese mit den 11 Partnergemeinden ab. 2017 gab es in den Monaten Januar bis März abschließende Versammlungen, Gespräche und Mailaustausch mit der

Stadtgemeinde Eupen. Danach konnte das Dossier mit dem neuen Netz fertig gestellt werden und inklusive aller Anmerkungen der Gemeinden im Juni 2017 an die Provinz überreicht werden. Damit war die Aufga-

be der Tourismusagentur Ostbelgien abgeschlossen. Seitdem liegt das Projekt in den Händen der Provinz Lüttich, bzw. der Vereinigung „Liège-Europe-Métropole“.

## Wanderwegenetz Norden

Das Wanderwegenetz im Norden, welches gemeinsam mit den Gemeinden, Verkehrsvereinen und der Forstverwaltung ausgearbeitet wurde, weist eine im Vergleich zum Süden höhere Dichte auf. Die Besonderheit liegt vor allem im Bereich der Wiesenwege, der Hohlwege und des Laubwaldanteils.

Dieses Projekt wurde mit EU-Fördermitteln (sogenannte Leaderprojekte) in den Südgemeinden Ostbelgiens angestoßen. Die Tourismusagentur Ostbelgien hat sich aber im Verbund mit der Regierung und den deutschsprachigen Gemeinden dafür stark gemacht, ein flächendeckendes Beschilderungssystem für ganz Ostbelgien

einzuführen. Gerade der Norden stellt im Netz ein wichtiges Bindeglied zu Flandern, den Niederlanden und Deutschland dar. Die Finanzierung der Streckenplanung und des Beschilderungskatasters für den Norden wurde von der Tourismusagentur Ostbelgien mit eigenen Mitteln gewährleistet.

Die Beschilderungsplanung konnte im Spätherbst 2017 begonnen werden.



# Kompetenzaneignung und Wissenstransfer

## **Auffrischungsschulung des Allgemeinen Deutschen Fahrradclubs (ADFC)**

Im Zuge der Klassifizierung von ADFC-Qualitätsradrouten, zu denen die Vennbahn seit 2015 gehört, werden 2 Qualitätsbeauftragte verpflichtend geschult, um sowohl die Qualität des Radweges permanent im Auge zu behalten, als auch als Ansprechpartner für etwaige Mängel zu fungieren. Alle 3 Jahre findet eine Auffrischungsschulung statt, die neben den grundlegenden Kriterien vor allem auch die neuesten Entwicklungen und Anpassungen der ADFC-Standards vermittelt. Ein Mitarbeiter der Tourismusagentur Ostbelgien sowie ein Kollege der Städteregion Aachen wurden für diese Funktion ausgebildet. Die eintägige Schulung fand am 23.5.2017 in den Räumlichkeiten der Tourismusmarketing Niedersachsen in Hannover statt.

## **LEADER-Schulung für Projektleiter der LAG**

Die "Cellule d'Animation du Réseau wallon de Développement Rural" (RwDR) organisiert seit einigen Jahren regelmäßig Schulungen für neue bzw. angehende LEADER-Projektleiter. Ein Mitarbeiter der Tourismusagentur Ostbelgien nahm in diesem Jahr an zwei von drei Modulen teil:

- Modul I – 23.-25.4.2017 : Animer et mobiliser les acteurs du territoire
- Modul II – 22.-23.5.2017 : Gérer le projet et accompagner le changement

## **Besuch der EU-Kommissarin für Regional- und Kommunalpolitik Corina Crețu**

Im Rahmen eines Arbeitsbesuches der EU-Kommissarin Corina Crețu beim Abgeordneten des europäischen Parlaments für die DG am 4.9.2017, hatte die Tourismusagentur Ostbelgien die Gelegenheit die Vennbahn als Best-Practice-Beispiel im

Beisein von hochrangigen EU-Vertretern vorzustellen. Insbesondere EU-Kommissarin Crețu zeigte sich sehr angetan von dem Projekt und der engen grenzübergreifenden Zusammenarbeit und versicherte zum Abschluss, sie werde die nächste Gelegenheit nutzen, dieses einzigartige touristische Produkt auch in privatem Rahmen in Augenschein zu nehmen.

## **Anschluss der „Trambaanroute“ an die Vennbahn**

Im Rahmen des Ausbaus der „Trambaanroute“, einem Bahntrassenradweg zwischen Heerlen und Vaals, wurde die Tourismusagentur Ostbelgien von einem touristischen Berater der Gemeinde Simpelveld kontaktiert, um einen Anschluss dieses Radweges an die Vennbahn zu prüfen. Die Tourismusagentur Ostbelgien stand in Absprache mit den Kollegen der

Städteregion Aachen in diesem Zusammenhang als Ansprechpartner zur Verfügung und hat die Gemeindevertreter in Sachen Beschilderung und Kommunikation der Vennbahn-Anbindung beraten.

## **Wanderknotenpunktsystem**

Am 13. März 2017 wurde die Tourismusagentur Ostbelgien vom Kabinett des wallonischen Tourismusministers René Collin eingeladen, die Vorgehensweise zur Einführung des Wanderknotenpunktsystems in Ostbelgien vorzustellen. Gemeinsam mit Direktoren des Generalkommissariats für Tourismus (CGT) sowie der Tourismusverbände der Provinzen Lüttich und belgisch Luxemburg wurden mögliche Ansätze für die Wallonische Region erörtert.

# Kompetenzaneignung und Wissenstransfer

**Aufgrund der vielfachen Vorstellungen der Vennbahn auf internationalen Workshops und den Teilnahmen an europäischen Preisausschreibungen konnten bereits viele Studiengruppen in Ostbelgien empfangen werden.**

2017 wurde beispielsweise eine österreichisch-tschechische Delegation (20.6.2017) sowie eine Gruppe aus Lettland und Estland (4.-6.6.2017) in Ostbelgien begrüßt. Diesen beiden Studiengruppen wurde die Vennbahn anhand eines Fachvortrags vor allen Dingen von planerischer Seite her vorgestellt.

**3. Deutscher MTB -Tourismuskongress in Winterberg – Sauerland 16.-18.5.2017**  
Mountainbike ist die Sportart, die am Anfang des Fahrradbooms in Ostbelgien

stand. Jedoch ist das Streckennetz etwas in die Jahre gekommen und die Ansprüche von heute sind nicht mehr die der 90er Jahre. Der MTB-Kongress ist eine ideale Ideenquelle und beleuchtet den MTB-Sport und die damit verbundenen touristischen Opportunitäten aus ökonomischer, ökologischer, soziologischer, ... und sportlicher Sicht. 2017 stand der Kongress unter dem Zeichen „Unsere Natur“.

Die gewonnenen Erkenntnisse können in die zukünftige Planung von MTB-Projekten in Ostbelgien integriert werden. Ebenso wurden beim Kongress wertvolle Kontakte mit den Spezialisten der Branche geknüpft.

Die Tourismusagentur stellte unter dem Programmpunkt „MTB-Blitzlichter – Impulse aus den Destinationen“ die erfolgreiche Ent-

wicklung des MTB-Sports in Ostbelgien vor.

## **European Greenways Award – Limerick/ Irland 28. September 2017**

Beim Workshop « European Greenways: an opportunity for local and sustainable tourism development », wurde die Vennbahn dem internationalen Fachpublikum unter dem Aspekt „Von der Infrastruktur hin zu einem touristischen Produkt“ vorgestellt.

## **Schulungen Instagram**

Einen ersten Einblick in den Umgang mit Instagram lieferte Stéphanie Nollet vom Fremdenverkehrsverband der Provinz Lüttich am 3.8.2017 in den Räumlichkeiten der Tourismusagentur Ostbelgien. Sie stellte den Mitarbeitern der Tourismusagentur Ostbelgien die Grundlagen der Social Media Plattform vor. Dazu gehörte:

- Anlegen eines Accounts
- Besonderheiten von Instagram für Unternehmen
- Hashtags, Stories, Videos – die Optionen im Überblick
- Bildqualität als Erfolgsfaktor
- Anlegen einer Instagram-Charta

Die Tourismusagentur Ostbelgien nahm am 24.11.2017 an einer Schulung des „Centre de compétence Tourisme“ (=Kompetenzzentrum für Tourismus) in Marche-en-Famenne teil. Themenschwerpunkte der Schulung waren, passende Inhalte auszuwählen, zu bearbeiten und zu veröffentlichen. Weitere Punkte waren eine strategische Vorgangsweise bei der Planung der Postings, wie man mehr Follower generieren kann, um die Reichweite und den Bekanntheitsgrad zu erweitern.

## **„EUROPEAN GREENWAYS AWARD“ - VENNBahn ERHÄLT DEN „EXCELLENCE AWARD“**

Die Vennbahn wurde am 28. September 2017 in Limerick/Irland mit dem „Excellence Award“ der European Greenways Association ausgezeichnet. Nach 2013 und 2014 war dies die dritte, hohe Auszeichnung auf europäischem Niveau für den

125 km langen Radweg im Grenzgebiet zwischen Deutschland, Belgien und Luxemburg.

Ausschlaggebend für den ersten Platz in der höchsten Kategorie waren in erster Linie die herausragende Qualität der In-

frastruktur und die damit einhergehende Vorbildfunktion für andere „Grüne Wege“. Die Mitbewerber stammten in diesem Jahr aus Österreich, Belgien, Serbien, der Tschechischen Republik, Spanien und Portugal.

# Leader Süd Tourismus – Knotenpunktsystem & Managementtool

Das Beschilderungskataster für den südlichen Teil des Wanderknotenpunktwegengesetzes wurde 2017 von der Firma SVK Kaulen unter Berücksichtigung der Bemerkungen der Gemeinden und Forstämter fertig gestellt und steht nun zur Verfügung. Das Leistungs- bzw. Mengenverzeichnis für das Lastenheft wurde

ebenfalls erstellt. Das neue Wegemanagementmodul für den Routenplaner „Go Ostbelgien“ ist im Dezember 2017 online gegangen und befindet sich seitdem in einer 3-monatigen Testphase. Es ist nun möglich, Informationen im Routennetz geografisch zu verorten, je nach Bedarf als Polygon, Linie oder Punkt. Diese

sind an einen Kalender gekoppelt, der es ermöglicht, die Information für einen bestimmten Zeitraum abzurufen.

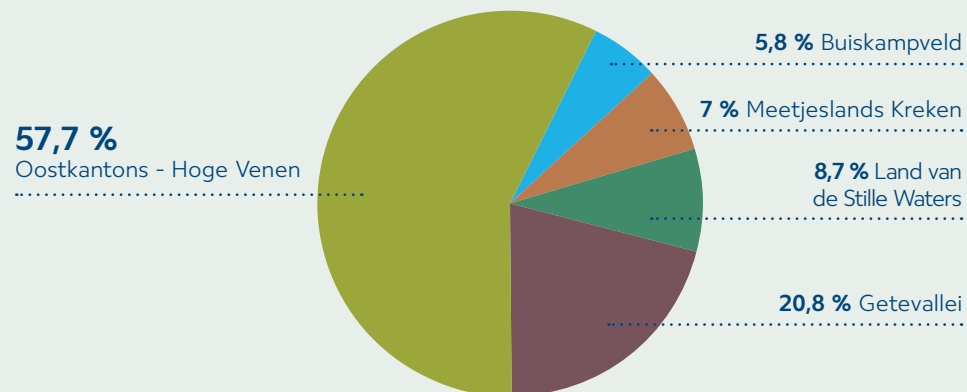
Das Backoffice des Routenplaners wurde im Rahmen des Wegemanagementmoduls ebenfalls mit einer statistischen Erfassung versehen. Nun ist es möglich festzustellen,

wo und wann im Routennetz gewandert wird. Am Besten verdeutlicht dies die integrierte Heatmap. Mit den Forstämtern wurde die Überarbeitung und Neugestaltung der Infotafeln (an den Waldeingängen) im Rahmen des Projekts geplant.

## Fotosuchspiel:

Bereits Ende 2016 war mit Sven Nijs, dem Betreiber der Webseite [www.wandelknooppunt.be](http://www.wandelknooppunt.be) und ebenso Entwickler unseres Routenplaners, eine Kooperation mit dem beliebten flämischen Fotosuchspiel vereinbart worden, welches in der ostbelgischen Gemeinde Burg-Reuland während der Monate September und Oktober stattfand. Aufgrund der Verzögerungen im Projektablauf der Wanderknoten entschied sich die Tourismusagentur Ostbelgien im Juli 2017 die Beschilderung für die 11 km lange Wanderstrecke aus dem Projekt auszugliedern und als Testphase vorzeitig umzusetzen, denn es waren immerhin 1.365 Einschreibungen mit Gruppen bis zu 6 Personen registriert worden.

## Das Fotosuchspiel begeisterte flämische Gäste:



Laut einer Umfrage fanden 57,7 % der Teilnehmer das Fotosuchspiel in Ostbelgien am schönsten.

# Leader Nord – Touristische Profilierung einer homogenen Erlebniswelt im Norden Ostbelgiens

Im Rahmen des Leader-Projektes „Touristische Profilierung einer homogenen Erlebniswelt im Norden Ostbelgiens“, mit dessen Umsetzung die Tourismusagentur Ostbelgien als Projektleitung betraut ist, soll ein einheitlicher, touristischer Erlebnisraum im nördlichen Ostbelgien konzipiert und realisiert werden. Das Projekt, welches unmittelbar an das touristische Leitbild Tourismusentwicklung Ostbelgien 2025 anknüpft, ist im Wesentlichen in zwei Phasen aufgeteilt:

- a) Konzepterstellung einer Erlebniswelt für die Nordgemeinden (als integraler Bestandteil Ostbelgiens).
- b) Inszenierung des Landschaftsbildes im Sinne des erarbeiteten Konzepts.

Die Inszenierung des Landschaftsbildes soll hierbei in enger Zusammenarbeit mit lokalen, ostbelgischen Kreativschaffenden umgesetzt werden. Dies geschieht durch die Schaffung eines Netzwerkes von so genannten „O-asen“, denen eine tragende Rolle bei der Inszenierung des Landschaftsbildes im Sinne der Destinationmarke Ostbelgien und seines neuen Claims zukommt.

Dieser alles übergreifende, neue Claim „Willkommen in Europas kraftvollem Garten“ dient als Referenz für eine markenkonforme Bewerbung der Destination. Er ist u.a. das Resultat der Recherchearbeit des Autors und Dramaturgen Dr. Christian Mikunda, der im Zuge einer 5-tägigen Recherche während des Sommers in Ostbelgien, nach dem touristischen Dreh-

buch unserer Region gesucht hat. Seine Ergebnisse wurden im Oktober auf einem eintägigen Vortragsworkshop eindrücklich vorgestellt und bilden mittlerweile das Grundgerüst in der Außenkommunikation der Tourismusagentur.

Auf operativer Ebene wurde eine Arbeitsgemeinschaft, bestehend aus den Tourismusschöffen der einzelnen Gemeinden, sowie einem Vertreter der Agence de développement local (ADL, = lokale Agentur für Entwicklung) einberufen, um das Projekt in enger Zusammenarbeit gemeinsam zu gestalten. Die AG trifft sich während der Projektlaufzeit in regelmäßigen Abständen, wodurch sichergestellt wird, dass alle betroffenen Akteure jederzeit bestens über den aktuellen Stand des Projektes informiert sind.

**Willkommen in Europas kraftvollem Garten.**

**Bienvenue dans le surprenant jardin de l'Europe.**

**Welkom in de ruige tuin van Europa.**

# Interreg V Großregion

## DIGITALES TOURISMUSMARKETING FÜR DIE GROSSREGION

Nach vorbereitenden Arbeiten im Jahr 2016 startete die Tourismusagentur Ostbelgien als Partnerregion im Jahr 2017 in das Interreg-Projekt „Digitales Tourismusmarketing für die Großregion“.

Das Interreg V-A Projekt „Digitales Tourismusmarketing für die Großregion“ soll den touristischen Marketingansatz weiterentwickeln, der im Vorgängerprojekt erarbeitet wurde. Tourismus-Marketing-Organisationen aus allen Teilen der Großregion haben sich zusammengeschlossen, um den digitalen Wandel im Tourismus aktiv mit zu gestalten.

Im Mittelpunkt steht das reiche Natur- und Kulturerbe der Großregion, das nun auf eine digitale Bühne gehoben wird. Das Kernstück dafür bildet eine gemeinsame Content-Strategie, die aus den Ergebnissen einer Online-Marktforschung und einer Analyse von digitalen Nutzergruppen erarbeitet wird. Auf der Grundlage der Content-Strategie wird eine Datenbasis entwickelt, deren Informationen für den Gast, individuell an seine Interessen angepasst, zur Verfügung stehen. Touristische Leuchttürme werden mit innovativer Visualisierungs- und Kommunikationstechnologie neu in Szene gesetzt.

## AGRETA ECO-TOURISME ET ATTRACTIVITÉ

Mit dem europäischen Interreg-Projekt „AGRETA“ (Ardenne Grande Région, Eco – Tourisme et Attractivité) möchte man grenzüberschreitend und im Verbund mit touristischen Partnern aus Luxemburg,

Belgien und Frankreich die Attraktivität der Ardennen steigern. Die Tourismusagentur Ostbelgien ist methodologischer Partner in diesem Interregprojekt auf Ebene der Großregion und

### Die Ziele des Projekts:

- 🎯 Gemeinsam ein strategisch ausgerichtetes, digitales Tourismusmarketing für die Großregion erarbeiten.
- 🎯 Innovative Kommunikationsmaßnahmen und digitale Services entwickeln, passgenau für die jeweilige Nutzergruppe.
- 🎯 Partner in den Regionen mit Informations- und Qualifizierungsmaßnahmen fit machen für einen zukunftsfähigen Tourismus.
- 🎯 Bewohner und Besucher inspirieren, die Großregion näher kennen zu lernen, als Heimat oder Reiseziel.

- 🎯 Besuche unter Nachbarn innerhalb der Großregion fördern.
- 🎯 Den Natur- und Kulturschatz der Region nutzen und sichtbar machen.

### Bisherige Ergebnisse:

- Zusammentragen, Auswertung und Analyse der Daten (Traffics auf den Internetseiten) der Partner über den Messzeitraum von einem Jahr.
- Themen- und Keyword-Analyse.
- Veröffentlichung der Zwischenergebnisse auf der online Plattform für die Projektpartner.

leistet zwar keinen finanziellen jedoch einen informativen und strategischen Beitrag im Projekt, so wie beispielsweise die Zulieferung 2017 eines Routenvorschlags auf dem Gebiet Ostbelgiens mit

den nötigen Informationen über themenbezogene Sehenswürdigkeiten, um eine grenzüberschreitende mittelalterliche Route durch die Großregion zu schaffen.

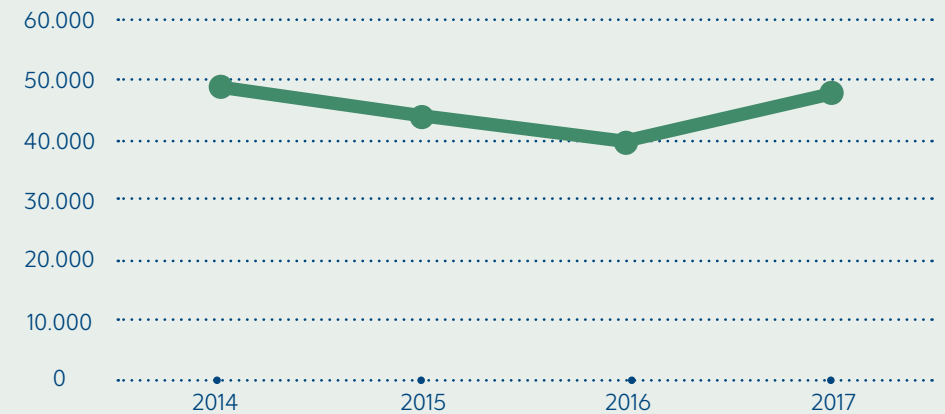
Der wallonische Minister für Tourismus erkannte das Haus für Tourismus Hohes Venn-Ostbelgien 2017 unter seiner neuen Bezeichnung an. Nach der Reform der Häuser für Tourismus bleiben in der Provinz Lüttich noch sieben Empfangsstrukturen bestehen. Das Zuständigkeitsgebiet des Hauses für Tourismus Hohes Venn – Ostbelgien, das die neun deutschsprachigen Gemeinden sowie die beiden französischsprachigen Gemeinden Malmedy und Waimes unter einer touristischen Identität vermarktet, ist nach wie vor unverändert.

Die Empfangs- und Informationsstelle zählte 2017 insgesamt 47.375 Besucher. Dies bedeutet eine deutliche Steigerung gegenüber den 39.222 Besuchern im Vorjahr. Die meistbesuchten Monate sind während der Schulferien. Die belgischen Gäste stehen mit insgesamt 24.949 Besuchern an der Spitze (Flandern: 12.586;

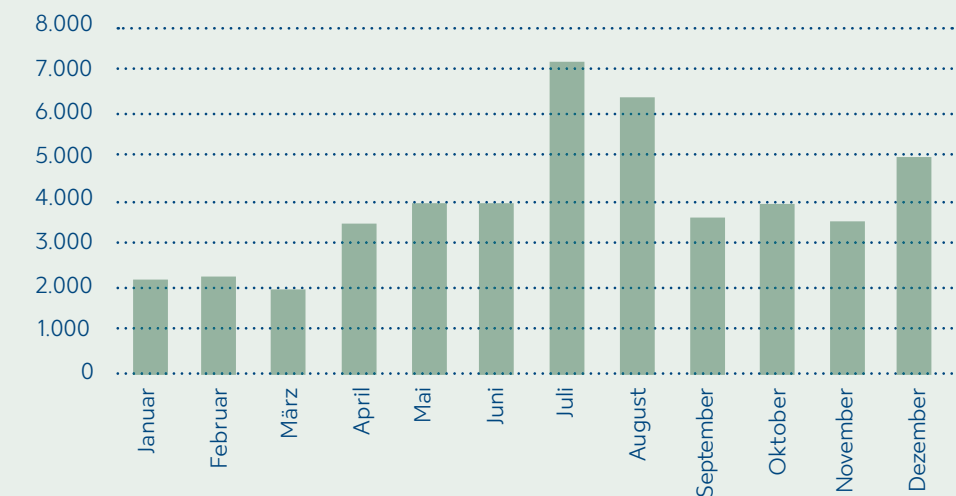
Wallonie: 11.072, Brüssel: 1.291. Die Niederländer sind mit 12.521 Besuchern fast so zahlreich wie die Flamen, danach sind es die Deutschen (5.984), Franzosen (2.040) und Luxemburger (430). Auffallend ist, dass auch immer mehr Gäste aus anderen Nationen das Haus für Tourismus besuchen : Vereinigte Staaten von Amerika (307) , Spanien (197), Italien (107), Schweiz (87), China (44), Österreich (37),....

Die Gäste suchen vor allen Dingen praktische Informationen wie Wandervorschläge oder Veranstaltungen in der Region. Durch den Vorverkauf von Konzertkarten und den Verkauf von regionalen Produkten ‚Made in Ostbelgien‘ und aufgrund der Verleihstelle von hochwertiger Wanderausrüstung fungiert das Haus für Tourismus Hohes Venn – Ostbelgien nicht nur als Informationsstelle, sondern auch als Animationsstelle.

**BESUCHER IM HAUS FÜR TOURISMUS HOHES VENN - OSTBELGIEN**



**BESUCHER PRO MONAT WÄHREND DES JAHRES 2017**



# Gremien der Tourismusagentur Ostbelgien

Die Tourismusagentur Ostbelgien ist eine gemeinnützige Stiftung, die den Tourismus in der deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens sowie den Gemeinden Malmedy und Waimes in Belgien und im Ausland fördert.

Folgende Gremien stehen der TAO zur Seite:

## Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat vertritt die Stiftung und hat die weitgehendsten Befugnisse, um alle Verwaltungs- und Verfügungshandlungen durchzuführen. Er stimmt jährlich dem Bericht, dem Haushaltsplan und dem Tätigkeitsprogramm zu und erstellt den Jahresabschluss. Zudem werden aus seinen Reihen ein Präsident und 2 Vize-Präsidenten gewählt.

Im Jahr 2017 haben 2 Sitzungen stattgefunden:

- Frühjahrssitzung am 31. Mai 2017 im Walk/Waimes;
- Herbstsitzung am 29. November 2017 in Meyerode/Amel.

## Vorstand

Der Vorstand erarbeitet die touristische Strategie, berät und entscheidet zu Investitionen und Projekten in Tourismusentwicklung und Tourismusmarketing. Darüber hinaus ist er für Personalangelegenheiten zuständig und verfügt über alle Befugnisse, die ihm vom Verwaltungsrat zugeteilt werden. Die Mitglieder des Vorstandes werden vom Verwaltungsrat ernannt.

Im Jahr 2017 hat der Vorstand an folgenden Daten getagt: 3. Februar, 5. Mai, 18. August, 13. Oktober, 17. November.

## Direktionsrat

Der Direktionsrat setzt sich aus dem Präsidenten, den beiden Vize-Präsidenten, dem hierzu bezeichneten Vertreter des Ministers für Tourismus der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens sowie dem Direktor/der Direktorin zusammen.

Der Direktionsrat hat keine Entscheidungsbefugnis. Er unterstützt und berät den Direktor/die Direktorin bei der täglichen Geschäftsführung und der Vorbereitung der Entscheidungen für den Vorstand.

Im Jahr 2017 hat der Direktionsrat 15 Mal in St. Vith getagt: 16. Januar, 3. Februar, 6. & 28. März, 5. & 19. Mai, 20. Juni, 27. Juli, 8. & 15. September, 13. Oktober, 8. & 17. November, 11. & 28. Dezember.

Weitere Absprachen haben telefonisch und per Mail stattgefunden.

## Kooperationsbeirat

Der Kooperationsbeirat steht der TAO als Ideen- und Impulsgeber beratend zur Seite. 2017 zählte der Kooperationsrat 30 Mitglieder.

Die Regierung der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens hat die Entwicklung einer Marke „Ostbelgien“ in Auftrag gegeben, welche auf das touristische Markenbild aufbaut, um den Standort nach innen zu stärken und ihn nach außen effizienter zu bewerben. Deshalb wurden in einer Sondersitzung am 6.3.2017 noch vor dem Launch der Standortmarke die strategischen Fragen zu den Anknüpfungspunkten der Standortmarke mit dem touristischen Destinationsmarketing, sowie die Nutzung des Standortzeichens „Ein Unternehmen aus Ostbelgien“ mit dem Kooperationsbeirat besprochen.

# Besetzung der Gremien

## Verwaltungsrat

Regierung der Deutschsprachigen Gemeinschaft Kabinett Isabelle Weykmans, Ministerin für Kultur, Beschäftigung und Tourismus der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens	KREINS Leo	Berater
Ministerium der Deutschsprachigen Gemeinschaft	RATHMES Kurt	Leiter des Fachbereichs Sport, Medien und Tourismus
Regierung der wallonischen Region	COLLIN René CATHENIS Serge (seit dem 03.10.2017)	Minister für Tourismus Vertreter
Generalkommissariat für Tourismus	DESTREE Barbara	Generalkommissarin
Provinz Lüttich	MESTREZ Julien	Provinzialrat
Fremdenverkehrsverband der Provinz Lüttich	DOHOGNE Laura	Verantwortliche des „Département Coordination et développement Touristique“
ASBL Royal S.I. des Trois Frontières	STASSEN Albert	Präsident
Gemeinde AMEL	WIESEMES Stephan NIESSEN Bernd ANDRES Ernst	Gemeindevertreter Vertreter des Tourismusverbands Vertreter des Tourismusverbands
Gemeinde BÜLLINGEN	ADAMS Reinhold ROBERT Pascal FOHNEN Katja REYNARTZ Liliane	Gemeindevertreter Vertreter des Tourismusverbands Vertreterin des Tourismusverbands Vertreterin des Tourismusverbands (seit dem 9.11.2017)
Gemeinde BÜTGENBACH	SCHOMMER Inge SCHMITZ Karl-Heinz MARAITE Thorsten	Gemeindevertreterin Vertreter des Tourismusverbands Vertreter des Tourismusverbands



# Besetzung der Gremien

Gemeinde BURG-REULAND	KLEIS André REUTEN Helmuth GREVEN Vanessa	Gemeindevertreter Vertreter des Tourismusverbands Vertreterin des Tourismusverbands
Gemeinde EUPEN	MOCKEL Annabelle PLUMANNNS Ewald BALTUS-BAILLY Claudine	Gemeindevertreterin Vertreter des Tourismusverbands Vertreterin des Tourismusverbands
Gemeinde KELMIS	NYSSSEN Sandy EICKHOFF Claudia FABECK Sylvie	Gemeindevertreterin Vertreterin des Tourismusverbands Vertreterin des Tourismusverbands
Gemeinde MALMEDY	CAIRA Laurence SIQUET-BUCHHOLZ Denise MAUS Jean THOMÉ Bernard	Gemeindevertreterin Gemeindevertreterin (seit dem 19.10.2017) Vertreter des Tourismusverbands Vertreter des Tourismusverbands
Gemeinde LONTZEN	LECERF Alfred MARICHAL Dieter KELLETER Monique	Gemeindevertreter Vertreter des Tourismusverbands Vertreterin des Tourismusverbands
Gemeinde RAEREN	FRANSSEN Jérôme VLAEMINCK Nick ORBAN Richard	Gemeindevertreter Vertreter des Tourismusverbands Vertreter des Tourismusverbands
Gemeinde ST. VITH	SOLHEID Erik FRIEDRICHS Helmut PAULIS Ernst	Gemeindevertreter Vertreter des Tourismusverbands Vertreter des Tourismusverbands
Gemeinde WAIMES	KLEIN Irène PIRON Serge LERHO Daniel	Gemeindevertreterin Vertreter des Tourismusverbands Vertreter des Tourismusverbands

# Besetzung der Gremien

## Direktionsrat

MARAITE Thorsten	Präsident der Tourismusagentur Ostbelgien
KREINS Leo	Berater im Kabinett der Ministerin Isabelle Weykmans, Ministerin für Kultur, Beschäftigung und Tourismus der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens
LECERF Alfred	1. Vize-Präsident der Tourismusagentur Ostbelgien
MAUS Jean	2. Vize-Präsident der Tourismusagentur Ostbelgien
DE TAEYE Sandra	Direktorin der Tourismusagentur Ostbelgien

## Vorstand

MARAITE Thorsten	Präsident	
KREINS Leo	Berater im Kabinett Ministerin Isabelle Weykmans, Ministerin für Kultur, Beschäftigung und Tourismus der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens	
COLLIN René	Minister für Tourismus der wallonischen Region	<i>Stellvertretende:</i> Lescrenier Valérie, Chef de Cabinet adj.
RATHMES Kurt	Leiter des Fachbereichs Sport, Medien und Tourismus	
DESTREE Barbara	Generalkommissarin	
WIESEMES Stephan	Tourismusschöffe Gemeinde Amel, eff. Mitglied	<i>Stellvertretender:</i> Andres Ernst
REUTER Wolfgang	Tourismusschöffe Gemeinde Büllingen, eff. Mitglied	<i>Stellvertretender:</i> Wirtz Friedhelm
KLEIS André	Tourismusschöffe Gemeinde Burg Reuland, eff. Mitglied	<i>Stellvertretender:</i> Reuten Helmuth

# Besetzung der Gremien

GOFFART-KÜCHES VEITHEN Petra (seit dem 30.5.2017)	Tourismusschöffin Gemeinde Bütgenbach, eff. Mitglied	<i>Stellvertretender:</i> Franzen Erwin
SCHOLL Michael	Tourismusschöffe Gemeinde Eupen, eff. Mitglied	<i>Stellvertretender:</i> Brock Alain
JANSSEN Erik MUNNIX Max (seit dem 20.11.2017)	Tourismusschöffe Gemeinde Kelmis, eff. Mitglied	<i>Stellvertretender:</i> Klinkenberg Erwin
LECERF Alfred	1. Vize-Präsident, Bürgermeister Gemeinde Lontzen, eff. Mitglied	<i>Stellvertretender:</i> Franssen Roger
DENIS André Hubert	Tourismusschöffe Gemeinde Malmedy, eff. Mitglied	<i>Stellvertretender:</i> Maus Jean, 2. Vize Präsident
VAN WEERSTH Joachim	Tourismusschöffe Gemeinde Raeren, eff. Mitglied	<i>Stellvertretende:</i> Vanstreels Marcelle
HOFFMANN René	Tourismusschöffe Gemeinde St. Vith, eff. Mitglied	<i>Stellvertretender:</i> Solheid Erik
NOËL Stany	Tourismusschöffe Gemeinde Waimes, eff. Mitglied	<i>Stellvertretender:</i> Crasson Laurent

# Besetzung der Gremien

## Kooperationsbeirat

Ausflugsziele	Naturzentrum Haus Ternell	Eupen
Ausflugsziele	Malmundarium	Malmedy
Ausflugsziele	Maison du Parc Botrange	Robertville
Ausflugsziele	Montenauer Schinkenräucherei	Amel
Tourist Info	Tourist Info St. Vith	St. Vith
Tourist Info	Tourist Info Reuland-Ouren	Burg-Reuland
B&B	Krott Landhauszimmer	Raeren
Camping	Camping Hohenbusch	Burg-Reuland
Camping	Oos Heem	Amel
FEWO	Ferienhaus Am Biert	Amel
FEWO	Snow View Lodge	Büllingen
FEWO	Ferienhaus Marx/Fleur de Lys	Burg-Reuland
FEWO	Hanshaus - Hans PGmbH	Amel
FEWO	Worriken	Bütgenbach
FEWO	Aux Rêves de la Honien	Herbesthal
Hotels	Hotel Steinweiher	St.Vith
Hotels	Hotel Tychon	Eynatten
Hotels	Hotel Drosson	Büllingen
Hotels	Hotel Zum Burghof	Schönberg
Hotels	Hotel Pip Margraff	St.Vith
Hotels	Ulftaler Schenke	Burg-Reuland
Hotels	Hotel Bütgenbacher Hof	Bütgenbach
Hotels	Hotel Eifelland	Bütgenbach
Hotels	Sleepwood Hotel	Eupen
Hotels	Ambassador Hotel Bosten	Eupen
Hotels	Hotel La Chaumière Du Lac	Ovifat
Hotels	Val d'Arumont Hotel	Arumont
Hotels	Hotel Hotleu	Waimes
Jugendherberge	Jugendherberge Eifel-Ardennen St.Vith	St.Vith

# Partnerbetriebe der Tourismusagentur Ostbelgien

## Hotels

Hotel Amel Mitte	Amel	Heidberg Kloster	Eupen
Hotel Müller	Amel, Heppenbach	Hotel Ambassador	Eupen
Haus Tiefenbach	Büllingen	Hotel Albert Ier	Malmedy
Hotel Schröder	Büllingen, Losheimergraben	L'Esprit Sain	Malmedy
Hotel Eifeler Hof	Büllingen, Manderfeld	Le Val d'Arimont	Malmedy, Arimont
Hotel Drosson	Büllingen, Wirtzfeld	Hotel du Moulin	Malmedy, Ligneuville
Hotel + Bistro Paulis	Büllingen, Weckerath	Hotel Eifeler Hof	Raeren
Hotel Ulftaler Schenke	Burg-Reuland	Hotel Zum Onkel Jonathan	Raeren
Hotel Val de l'Our	Burg-Reuland	Hotel Restaurant Tychon AG	Raeren, Eynatten
Hotel Burg Hof	Burg-Reuland	Ibis budget Aachen Raeren Grenze	Raeren, Eynatten
Hotel Paquet	Burg-Reuland, Lascheid	Hotel Am Steineweiher	St. Vith
Hotel - Restaurant Zur Alten Mühle	Burg-Reuland, Lützkampen	Hotel Pip-Margraff	St. Vith
Hotel Dreiländerblick	Burg-Reuland, Ouren	Hotel Zur Post	St. Vith
Hotel Rittersprung	Burg-Reuland, Ouren	Hotel Zum Buchenberg	St. Vith, Rodt
Sporthouse Worriken	Bütgenbach	Hotel Alte Schmiede	St. Vith, Schönberg
Hotel du Lac	Bütgenbach	Hotel Zum Burghof	St. Vith, Schönberg
Hotel Bütgenbacher Hof	Bütgenbach	Hotel Le Cyrano	Waimes
Hotel Eifelland	Bütgenbach	Hotel Hotleu	Waimes
Pension Belle-Vue	Bütgenbach	Hotel Domaine des Hautes Fagnes	Waimes, Ovifat
Hotel Vier Jahreszeiten	Bütgenbach, Nidrum	Appart-Hotel Dry les Courtis	Waimes, Robertville
Hotel Lindenhof	Bütgenbach, Weywertz	Hotel des Bains	Waimes, Robertville
Sleepwood Hotel	Eupen	Hotel La Chaumière du Lac	Waimes, Robertville

## Gästezimmer

B&B Gut Eid	Amel, Wallerode
Douanehof Eifelberg	Bütgenbach, Leykaul
Eupen Inn PGmbH	Eupen
La Ferme du Père Eugène	Malmedy, Xhoffraix
B&B Landhauszimmer	Raeren
Berliner Hof	St. Vith
La Nuit d'Or	Waimes, Thirimont
La Trouvaille	Waimes, Thirimont
La Romance du Lac	Waimes, Robertville

## Herbergen

Begegnungsstätte „St.Raphael“	Amel, Montenau
KUZ Begegnungszentrum	Burg-Reuland
Gîte d'Etape d'Eupen	Eupen
Haus Stockem CBTJ	Eupen
Auberge de Jeunesse Hautes Fagnes	Malmedy, Bévercé
Eifel-Ardennen Jugendherberge	St. Vith
Gîte d'Etape des Hautes Fagnes	Waimes, Ovifat

# Partnerbetriebe der Tourismusagentur Ostbelgien

## Ferienwohnungen

Ferienwohnung Am Hochkreuz	Amel	Aux Rêves de la Honien	Lontzen, Herbesthal
Zur Alten Linde	Amel, Deidenberg	Les Bouleaux	Malmedy, Baugnez
HansHaus	Amel, Halenfeld	L'Horizon	Malmedy, Baugnez
Altes Backhaus	Amel, Montenau	Au Panier des Ours	Malmedy, Bellevaux
Ferienhaus Schaus	Amel, Meyerode	A l'Orée du Waud	Malmedy, Ligneuville
Am Biert	Amel, Schoppen	La Linaigrette	Malmedy, Longfaye
Holzheimer Hütte	Büllingen, Holzheim	Gîte Marialf	Malmedy, Xhoffraix
Ferienhaus Pype	Büllingen, Hünningen	Boarding House Rosenhügel	St. Vith
Ferienwohnung Fernblick	Büllingen, Manderfeld	Foresthause	St. Vith, Recht
Snowviewlodge	Büllingen, Medendorf	Ferienwohnung Müllers-Paasch	St. Vith, Schlierbach
Ferienhaus Haep - Eifelblick	Büllingen, Merlscheid	Ferme de l'Elan	St. Vith, Schlierbach
Ferienhaus Mühlenberg	Büllingen, Weckerath	Ferienhaus Hühwels-Kessler	St. Vith, Schönberg
Schmidt Cottage	Büllingen, Wirtzfeld	Zum Burgknopf	St. Vith, Lommersweiler
Ferienhaus Marx	Burg-Reuland, Dürler	Ferienhaus Christina	St. Vith, Rodt
Fleur de Lys	Burg-Reuland, Dürler	La Maison du Lac	Waimes, Robertville
Souvenirs d'Ouren	Burg-Reuland, Ouren	Le Coup de Coeur de Marie	Waimes, Robertville
Haus Engel	Burg-Reuland, Steffeshausen	Lodge du Lac	Waimes, Robertville
Beverly Weekend	Bütgenbach	Sous les Hêtres	Waimes, Robertville
Haus Arnika	Bütgenbach	Curtis Amblava	Waimes, Onderval
Ferienhaus Seeblick	Bütgenbach, Berg	L'Authentique Fagnard	Waimes, Onderval
Haus Wallbrücke	Bütgenbach, Weywertz	Résidence d'Ol Vich périr	Waimes, Onderval

## Camping

Camping Oos Heem	Amel, Deidenberg
La Hetraie SA	Büllingen
Camping Hohenbusch	Burg-Reuland, Gröfflingen
Camping Worriken	Bütgenbach, Bütgenbach
Camping Wiesenbach	St. Vith, Wiesenbach

## Feriedörfer

Camping - Chalets Waldesruh	Amel, Born
Sport- u. Touristikzentrum Worriken	Bütgenbach
Val d'Arimont	Malmedy, Arimont

# Partnerbetriebe der Tourismusagentur Ostbelgien

## Ausflugsziele

---

Actionzone	Amel, Deidenberg	Bowling 362	Malmedy
Montenauer Schinkenräucherei	Amel, Montenau	Malmundarium	Malmedy
Ardennen Cultur Boulevard	Büllingen, Hergersberg	Baugnez 44 - Historical Center	Malmedy, Baugnez
Eastbelgium Action & Fun Center	Burg-Reuland, Grüfflingen	Brasserie de Bellevaux	Malmedy, Bellevaux
Burgruine Reuland	Burg-Reuland	Paintball - Sniperzone	Malmedy, Chôdes
Dreiländereck Ouren	Burg-Reuland	Kalvarienberg	Moresnet-Kapelle
Zentrum Worriken	Bütgenbach	Maison du Site Minier	Plombieres
Herba Sana - Gesundheitsgarten	Bütgenbach, Elsenborn	Burg Raeren & Töpfereimuseum	Raeren
Railbike	Bütgenbach, Leykaul	Heimatmuseum „Zwischen Venn und Schneifel“	St. Vith
Eupener Karting	Eupen	Freizeitzentrum Tomberg	St. Vith, Rodt
Haus Ternell	Eupen	Schieferstollen Recht	St. Vith, Recht
IKOB - Museum für Zeitgenössische Kunst	Eupen	Planetenweg	St. Vith, St. Vith
Schokoladenmuseum Jacques	Eupen	Ardenne Activity	Waimes
Wesertalsperre	Eupen	Lac de Robertville	Waimes, Robertville
Dreiländerpunkt - Balduin Turm	Gemmenich	Château de Reinhardstein	Waimes, Ovifat
Göhltalmuseum	Kelmis	La Maison du Parc	Waimes, Robertville

# Partnerbetriebe der Tourismusagentur Ostbelgien

## Wintersportzentren

---

Hotel Schröder	Büllingen, Losheimergraben
Skihütte Mertens	Büllingen, Rocherath
Eifel-Ski-Zentrum	Büllingen, Rocherath
An der Liebach	Büllingen, Manderfeld
Sportzentrum Worriken	Bütgenbach
Sport- und Kulturzentrum Herzebösch	Bütgenbach, Elsenborn
Skiclub Weywertz	Bütgenbach, Weywertz
Haus Ternell	Eupen, Ternell
Restaurant Baraque Michel	Jalhay
Mont Spinette	Malmedy, Mont
Piste de ski Baugnez Houyres	Malmedy, Baugnez
Les Crêtes de Xhoffraix	Malmedy, Xhoffraix
Centre Nature de Botrange	Waimes, Robertville
Skipiste „Zum Tomberg“	St. Vith, Rodt
Schönberg Aktiv	St. Vith, Schönberg
Dethier Ski Ovifat	Waimes, Ovifat
Ovifat Ski Club	Waimes, Ovifat
Signal de Botrange	Waimes, Ovifat
Mont-Rigi	Waimes, Sourbrodt

## Partnerbetrieb im Bereich Gastronomie

---

Hotel Amel Mitte PGmbH	Amel
Hotel Eifeler Hof	Büllingen, Manderfeld
Hotel Burg Hof	Burg-Reuland
Hotel - Restaurant Zur Alten Mühle	Burg-Reuland, Lützkampen
Restaurant Le Jardin	Burg-Reuland, Oudler
Hotel Dreiländerblick	Burg-Reuland, Ouren
Carol's Restaurant	Bütgenbach
Hotel Bütgenbacher Hof	Bütgenbach
Restaurant Brüls	Bütgenbach
Meeting Point	Eupen
Saveurs du Tilleul	Lontzen, Hergenrath
Albert Ier	Malmedy
L'Esprit Sain	Malmedy
Hotel-Restaurant Tychon AG	Raeren, Eynatten
Hotel Am Steineweiher	St. Vith
Ratskeller	St. Vith
Restaurant Pip-Margraff	St. Vith
Sit Down	St. Vith
Zur Alten Mühle	St. Vith, Wiesenbach
Hotel La Chaumière du Lac	Robertville
Au Cheval Blanc	Waimes
Chez Gerty	Waimes
Restaurant Le Cyrano	Waimes





**Ostbelgien**  
Cantons de l'Est • Oostkantons

**Verantwortlicher Herausgeber**

Tourismusagentur Ostbelgien  
Sandra De Taeye  
Direktorin  
Hauptstraße 54  
4780 St. Vith

+32 80 227 664  
info@ostbelgien.eu  
www.ostbelgien.eu

**Koordination**

Claudine Legros

**Fotos**

www.ostbelgien.eu, D. Ketz, P-A Massotte,  
Cernix sprl/Pierre Pauquay,  
Andrea Michealis, Fotolia@abasler

**Design**

Studiodreizehn [www.studiodreizehn.be](http://www.studiodreizehn.be)

**Print**

Kliemo – Eupen

05/2018