



100 SCHLÖSSER – EIN PROJEKT

ERFOLGE DES EFRE-FÖRDERPROJEKTES „SCHLÖSSER- UND BURGENREGION MÜNSTERLAND“

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN, LIEBE KOLLEGINNEN UND KOLLEGEN, PARTNERINNEN UND PARTNER,

von 2019 bis 2023 haben wir gemeinsam in der Region das bisher größte touristische Förderprojekt „Schlösser- und Burgenregion Münsterland“ umgesetzt. Dank der großzügigen Unterstützung des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) konnten rund zehn Millionen Euro in innovative und zukunftsweisende Maßnahmen im Münsterland investiert werden. Dadurch wurden die Marke Münsterland nachhaltig gestärkt, das Image des Münsterlandes aufgewertet und die wirtschaftlichen Effekte für die Akteurinnen und Akteure der Region gesteigert.

Wir freuen uns, Ihnen hiermit einen kurzen Überblick über die erreichten Erfolge geben zu können. Das Projekt hat maßgeblich dazu beigetragen, die kulturelle und touristische Attraktivität des Münsterlandes zu erhöhen. Neue Infrastrukturen wurden geschaffen, historische Stätten in Szene gesetzt und innovative Konzepte realisiert, um Besucherinnen und Besuchern ein unvergessliches Erlebnis zu bieten. Durch gezielte Maßnahmen konnten die

Wertschöpfung in der Region nachhaltig gestärkt und Arbeitsplätze erhalten und geschaffen werden. Die positiven Rückmeldungen und das gestiegene Interesse an der Schlösser- und Burgenregion Münsterland bestätigen den Erfolg unserer Maßnahmen.

An dieser Stelle bedanken wir uns herzlich bei allen Beteiligten, dem Fördergeber, den Partnerinnen und Partnern sowie den Unterstützerinnen und Unterstützern, die zum Gelingen dieses Projektes beigetragen haben. Gemeinsam haben wir einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung der Region geleistet und sind zuversichtlich, dass die positiven Auswirkungen des Projektes auch in Zukunft spürbar sein werden.

Mit freundlichen Grüßen

Klaus Ehling & Michael Kösters
(Vorstand) (Bereichsleiter Tourismus)



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung



EIN FÖRDERPROJEKT – VIER VORHABEN – 10 MILLIONEN EURO FÜR DIE SCHLÖSSER- UND BURGENREGION MÜNSTERLAND

Vorhaben 1:

Informations- und Leitsystem
sowie Marketing

2,3 Mio. €
Gesamt volumen

Vorhaben 2:

Radtouristische Infrastruktur
und Marketingoffensive

Mio. € 6,95
Gesamt volumen

Vorhaben 3:

Innovationswerkstatt Erlebnisqualität

0,256 Mio. €
Gesamt volumen

Vorhaben 4:

Ausbau KMU-Netzwerke

Mio. € 0,408
Gesamt volumen

10 Mio €
Gesamt volumen

80 %
Förderquote



**DAS PROJEKT SCHLÖSSER- UND
BURGENREGION MÜNSTERLAND –
EIN GEWINN FÜR DIE REGION.**



REGIONALE ZUSAMMENARBEIT ALS SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG

GEMEINSAM ZUM ERFOLG

Im Rahmen des Schlösser- und Burgenprojektes Münsterland haben der Münsterland e.V., die Kreise Borken, Coesfeld, Steinfurt und Warendorf, die Stadt Münster sowie 32 weitere Städte und Gemeinden der Region Anträge eingereicht und Maßnahmen umgesetzt, um die Schlösser- und Burgenregion sowie die 100-Schlösser-Route voranzubringen.

Die Kreise und die Stadt Münster haben das Informations- und Leitsystem umgesetzt, vornehmlich Ausstattungselemente und Informationstafeln, sowie die Kennzeichnung der Schlösser und Burgen für den Rad- und Autoverkehr. Zudem haben sie die Abstimmungen mit den Schloss- und Flächeneigentümern sowie den Städten und Gemeinden koordiniert und in einer projektbegleitenden Lenkungsgruppe an der inhaltlichen Ausrichtung aller Projektmaßnahmen mitgewirkt.

Die Städte, Kommunen sowie der Kreis Warendorf haben Maßnahmen zur Verbesserung der Infrastruktur der 100-Schlösser-Route umgesetzt (siehe Seite 12).

Der Münsterland e.V. hat die Gesamtkoordination des Projektes und der Lenkungsgruppe übernommen sowie die konzeptionellen Aufgaben bei der Umsetzung des Informations- und Leitsystems geleitet. Des Weiteren hat er die Bausteine Marketing, Ausbau der KMU-Netzwerke sowie Innovationswerkstatt „Erlebnisqualität“ umgesetzt.

INFORMATION- UND LEITSYSTEM

Mit der Marke Münsterland soll die Wahrnehmung des Münsterlandes als beliebte Tourismus- und Freizeitdestination sowie als attraktive Lebens- und Arbeitsregion gesteigert werden. Um die Bekanntheit und Identifikation mit der Marke zu stärken, ist es daher wichtig, die Markenidentität flächendeckend in der Destination erkennbar zu machen. Dazu zählt vor allem ein einheitliches Erscheinungsbild im öffentlichen Raum.

Im Design der Marke Münsterland entwickelte Informationstafeln sowie die ergänzte Wegweisung bieten nun umfassend Information und Orientierung in der Schlösser- und Burgenregion. Eigens entwickelte Ausstattungselemente schaffen für Gäste und Einheimische besondere Momente und eine hohe Aufenthaltsqualität, um DAS GUTE LEBEN im Münsterland zu genießen.

Ein weiterführendes Ziel ist es, die Ausstattungselemente und Informationstafeln über das Projekt hinaus für das Münsterland zu etablieren. Sie sollen auch bei künftigen Projekten und Maßnahmen eingesetzt werden, um die Marke Münsterland weiter zu stärken.

Die Platzierung und Realisierung der Ausstattungselemente erfolgte im Rahmen von Förderprojekten der vier Kreise und der Stadt Münster.



**ERLEBNISRÄUME
FÜR GÄSTE UND EINHEIMISCHE
AN SCHLÖSSERN UND BURGEN**

**Kreis
Borken**

51 Informationstafeln |
9 Picknicktische | 2 Sitz-
bänke | 3 Münsterlandbänke |
5 Fotorahmen | 11 Wellen-
liegen | 24 Anlehnbügel |
1 Mülleimer | 2 Reparatur-
stationen | 1 Gepäck-
fach | 1 digitale
Info-Stele

**Kreis
Coesfeld**

35 Informationstafeln |
26 Picknicktische |
8 Sitzbänke | 2 Münsterland-
bänke | 5 Fotorahmen |
12 Wellenliegen |
3 Sitzlandschaften |
52 Anlehnbügel

**Kreis
Warendorf**

20 Informationstafeln |
7 Picknicktische |
2 Münsterlandbänke |
8 Fotorahmen |
6 Mülleimer

**Kreis
Steinfurt**

13 Informationstafeln |
6 Picknicktische |
4 Münsterlandbänke |
2 Fotorahmen |
2 Mülleimer

**Stadt
Münster**

4 Informationstafeln |
3 Picknicktische |
1 Münsterland-Bank |
1 Mülleimer

Münsterland e.V.

Design |
Ausstattungskatalog |
Musterpicknickplätze
Nordkirchen

Ausgezeichnet
mit dem



23 Fotorahmen



10 Münsterlandbänke



64 Picknickkombinationen und -bänke



+ 136 weitere Elemente

Wellenliegen – Throne – Gepäckboxen –
Fahrradbügel – Mülleimer – Reparatur-
stationen – Solarstele – Unterstand –
Schaukel – Sitzlandschaften

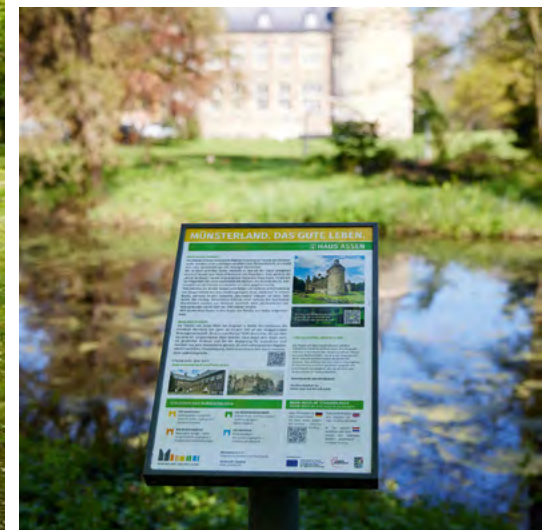
MUSTERPICKNICKPLATZ

Im Park von Schloss Nordkirchen wurde im Rahmen des Projektes ein Musterpicknickplatz errichtet, um die vielfachen Möglichkeiten, die die Elemente bieten, aufzuzeigen. Des Weiteren sind im Dorfpark von Nordkirchen-Capelle besondere Ausstattungselemente wie eine Schaukel oder ein Unterstand installiert worden.



INFORMATIONSTAFELN UND RADWEGWEISUNG

97 Sehenswürdigkeiten-,
Schlösser- & Burgen- und
Radregionstafeln, 1 digitale
Informationsstele



RADWEGWEISUNG



WEITERE ERLEBNISRÄUME SCHAFFEN – DIE MARKE MÜNSTERLAND SICHTBAR MACHEN!

Der Ausstattungskatalog und das Gestaltungshandbuch für Informationstafeln beinhalten alle designten Elemente und beschreiben diese in ihrem Aufbau und bzgl. der zu verwendenden Materialien. Sie dienen als Inspirationsquelle und Umsetzungshilfe für Ausschreibungen und Installationen.



DIE KÖNIGIN IN NEUEM GEWAND

Eine gute Radwegeinfrastruktur der 100-Schlösser-Route trägt maßgeblich dazu bei, den Tourismus im Münsterland zu fördern, die Wirtschaft anzukurbeln und gleichzeitig einen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten, denn:

- Die Wettbewerbsfähigkeit des Münsterlandes wird gesteigert.
- Radtouristinnen und Radtouristen verbringen mehr Zeit in der Region und geben mehr Geld aus, wodurch der Tourismussektor vor Ort und somit in der Region gestärkt wird.
- Die nachhaltige Reiseform trägt dazu bei, den CO₂-Ausstoß zu reduzieren und die Umwelt zu schonen bzw. zu entlasten.
- Das Image des Münsterlandes als fahrradfreundliches Reiseziel wird gestärkt.
- Das touristische Angebot der Region wird attraktiver und dadurch werden neue Zielgruppen angesprochen.



**DIE 100-SCHLÖSSER-ROUTE –
QUALITÄT IN DER INFRASTRUKTUR**

INFRASTRUKTUR

1 Kreis und **32 Kommunen**

setzen 54 Kilometer Radwege auf
94 Wegeabschnitten instand,
sichern einen Kreuzungsbereich,
gestalten eine Treppenanlage neu
und erweitern eine Brückenkappe.

Mit **5,7 Mio €** wurde neue Qualität auf der
100-Schlösser-Route geschaffen.

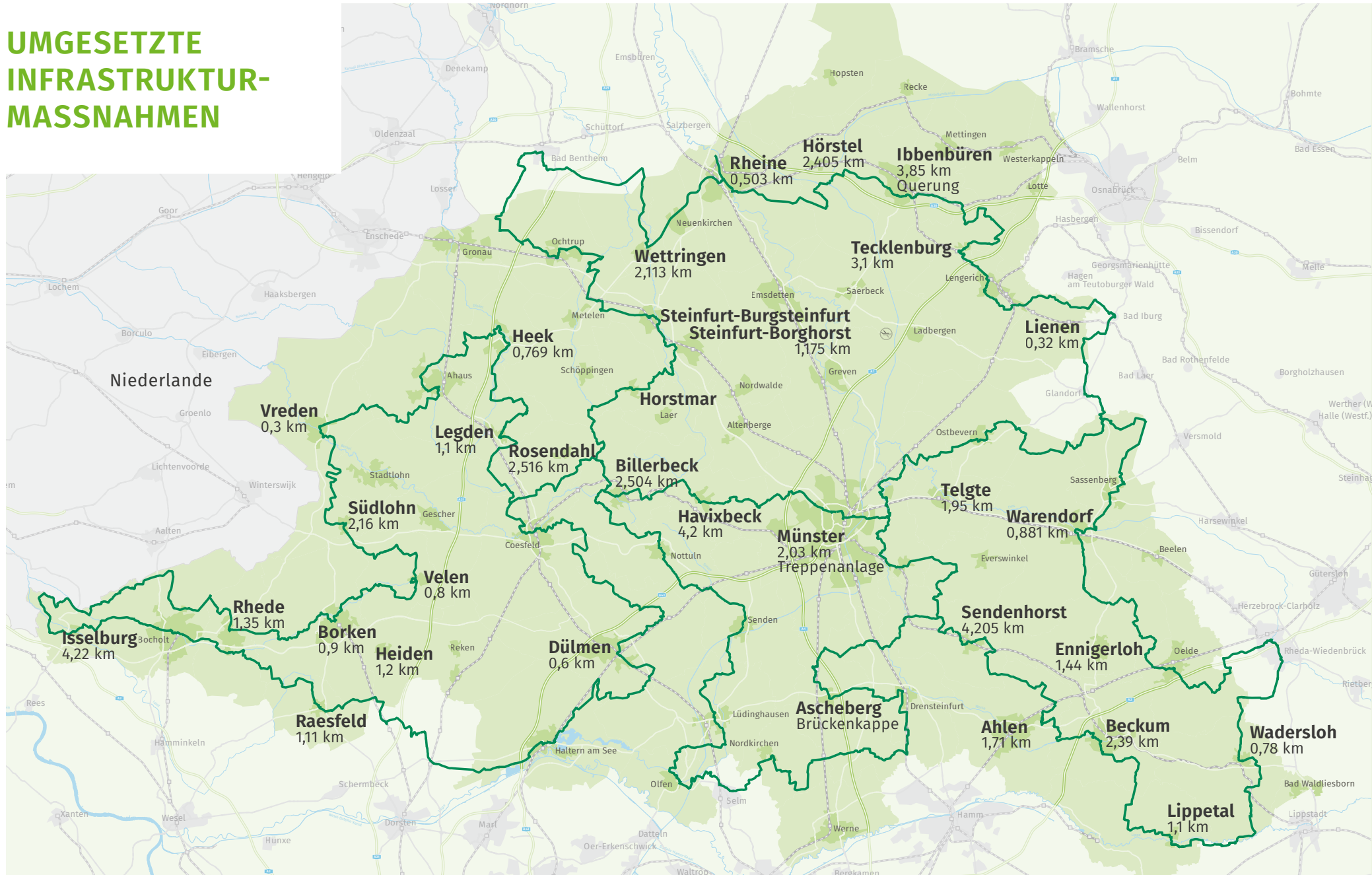


WEGEINFRASTRUKTUR VORHER – NACHHER

Stellvertretend für alle umgesetzten Infrastruktur-Maßnahmen entlang der 100-Schlösser-Route zeugt das Beispiel der Sanierung an der K24 in Beckum, die vom Kreis Warendorf koordiniert, umgesetzt und kofinanziert wurde. Die Bilder zeigen eindrücklich, was eine Qualitätsverbesserung für die Radfahrerinnen und Radfahrer und somit auch für den Radtourismus in der Region bedeutet.



UMGESETZTE INFRASTRUKTUR- MASSNAHMEN



REISEERLEBNIS VERBESSERN – EFFIZIENZ STEIGERN

Digitale Tools optimieren einerseits das Reiseerlebnis, andererseits erhöhen sie die Effizienz für Anbieter. Vor einem Besuch können Orte so auch erst einmal von der heimischen Couch aus erkundet werden. Digitale Tools tragen dazu bei, das Reiseerlebnis für Besucherinnen und Besucher zu optimieren und die Effizienz für Anbieter zu erhöhen.

Im Rahmen des Projektes wurde Wert darauf gelegt, den Akteurinnen und Akteuren der Schlösser- und Burgenregion digitale Hilfestellungen an die Hand zu geben, um sie im Bereich der Digitalisierung zu qualifizieren, den Arbeitsalltag effizienter zu gestalten und die Qualität des touristischen Angebotes im Münsterland ganzheitlich zu steigern.

Im Folgenden werden die einzelnen digitalen Tools, die im Rahmen des Projektes entwickelt oder ausgebaut wurden, vorgestellt.



**DIE SCHLÖSSER- UND BURGENREGION
DIGITAL**

INTERNETSEITEN

Aushängeschild, digitale Visitenkarte und bester Verkäufer

www.muensterland.com/schloesserundburgen – die beste Adresse für unsere Schlösser und Burgen. Zu allen historischen Bauwerken findet der Gast inspirierende Bilder und Videos, unterhaltsame Hörreisen und Interviews sowie informative Texte und Karten. Attraktive Arrangements, umfassende Serviceangebote und Informationen zum ÖPNV steigern die Wertschöpfung für die Region. Im Rahmen des Projektes wurden der Umfang und die Inhalte nicht nur wesentlich ausgeweitet, sondern auch in die englische und niederländische Sprache übersetzt.



www.muensterland.com/schloesserundburgen

DATENPORTAL

Einmal pflegen – unbegrenzt teilen

Das Datenportal Münsterland ist das Herzstück der digitalen Transformation für den Tourismus. In der offenen Datenbank sind Informationen und Bilder zu allen Schlössern und Burgen strukturiert und maschinenlesbar gespeichert und verfügbar. In drei Sprachen sind Texte, Öffnungszeiten, Eintrittspreise, Veranstaltungen und Merkmale über verschiedene Schnittstellen abrufbar. So finden die Schlösser und Burgen immer häufiger ihren Weg auf andere Internetseiten und Apps.



go.muensterland.com/datenportal

AUGMENTED-REALITY-APP „SCHLÖSSER & BURGEN MÜNSTERLAND“

App in die Schlösser- und Burgenregion!

Als ein innovatives und gemeinschaftliches Marketingtool wurde eine native App als digitaler Guide entworfen, der den historischen Anwesen zusätzliche Sichtbarkeit verleiht.

Als intuitiv bedienbare Übersichtskarte bietet die App eine Landingpage für jedes Anwesen, mit Basisinfos, besonderen

Erlebnissen, POIs in der Nähe, Routen in der Nähe sowie Veranstaltungen am Schloss, die tagesaktuell angezeigt werden. Die Daten hierzu liefert das Datenportal, in dem die Schlösser selber ihre Datensätze pflegen.

APP INS SCHLOSS.

Hol dir deinen digitalen Guide auf dein Smartphone!



MINI-GAMES
AR-GUIDES
INSIDER-TIPPS
HÖRREISEN ...



Das Projekt „Schlösser- und Burgenregion Münsterland“ wird gefördert durch



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

Ministerium für Wirtschaft,
Industrie, Klimaschutz und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen
2014-2020
EFRE-NRW
Investitionen in Wachstum
und Beschäftigung



NORD
RHEIN
WEST
FALEN

DEIN MÜNSTERLANDBLOG | DAS GUTE ERLEBEN.

Geschichten erleben und weitererzählen

Auf „Dein MünsterlandBlog“ geben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Münsterland e.V. sowie Influencerinnen und Influencer Empfehlungen und Tipps aus erster Hand für den nächsten Urlaub oder Ausflug. In mittlerweile ca. 150 Beiträgen (Stand Mitte März 2024) wird von Lieblingsplätzen, Begegnungen und kleinen Urlaubsmomenten vor der Haustür erzählt. Bisher hatte der Blog, der im August 2022 an den Start ging, mehr als 25000 Zugriffe (Stand Mitte März 2024) – Tendenz steigend.



www.muensterlandblog.com

BILDDATENBANK

Bilder sagen mehr als 1000 Worte

Die Bilddatenbank enthält aktuell (März 2024) mehr als 2000 Bilder (Zahl stetig steigend) zu den großen und kleinen Sehenswürdigkeiten im Münsterland: Ergänzt von malerischen Landschaften und liebenswerten Ortskernen zeigen sich die historischen Bauwerke von ihren schönsten Seiten. Durch die Verwendung offener Lizenzen können die Bilder ohne Passwort oder Registrierung genutzt werden und erhöhen damit die Sichtbarkeit der Schlösser- und Burgenregion.



go.muensterland.com/bilddatenbank

SCREEN.IT | DIGITALE INFOTAFELN

Relevante Informationen aktuellen Zeit am aktuellen Ort

Mit Screen.IT kommen die Informationen der Schlösser- und Burgenregion direkt zum Gast. Mit wenigen Klicks lassen sich für jeden Ort, jede Zielgruppe und jede Sehenswürdigkeit die wichtigen und aktuellen Informationen zusammenstellen. Veranstaltungen, Attraktionen, Rad- und Wandertouren und ÖPNV-Daten auf einen Blick – perfekt ausgespielt und kombiniert über digitale Infotafeln oder QR-Codes.

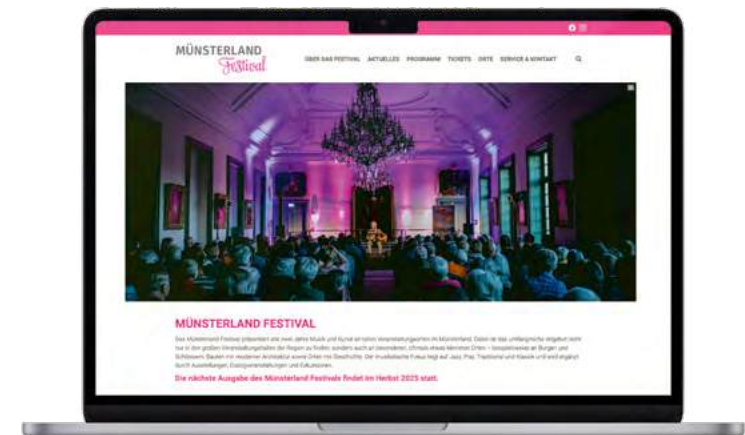


go.muensterland.com/screenit

MIKROSEITEN

Einfache Handhabung – kundenorientiert – kostengünstig

Ansprechend, ressourcenschonend und bestens vernetzt – die Mikroseiten des Münsterland e.V. bieten ein vollwertiges Redaktionssystem zur Erstellung von Internetseiten. Der Aufbau über ein praktisches Baukastensystem ermöglicht Flexibilität und Benutzerfreundlichkeit in einem Auftritt. Durch die integrierte Schnittstelle zum Datenportal Münsterland sind viele Inhalte auf Knopfdruck abrufbar – von der Bildergalerie über Eintrittspreise bis zu aktuellen Öffnungszeiten.



go.muensterland.com/mikroseiten

MEDIENDATENBANK

Relevanten Content themengenau und rechtzeitig liefern

Die Themen- und Mediendatenbank TOPIC PRO informiert über geplante Redaktionsthemen der Zeitungen, Publikums-, Fach- und Onlinemedien aus Deutschland, Österreich und der Schweiz inklusive Erscheinungsterminen, Redaktionsschluss, Redaktions- und Influencerkontakten, Mediadaten etc. Sie ist ein hilfreiches Instrument für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Münsterland e.V.

TOPICPRO Angemeldet als muensterland (Abmelden)

REDAKTIONSTHEMEN MESSEN/THEMENTAGE SOCIAL NEWS DIENSTLEISTER #FLUENCER GESPEICHERTESUCHEN NOTIZEN ?

Suchbegriffe (z.B.: fahrrad *bike radfahren radeln) Ercheinungstermin ab 24.10.2023 Ercheinungstermin bis

Fahrrad

☒ Suche nach Redaktionsthemen
☐ Suche nach Medientitel
☐ Suche nach Themen, Medientitel, Profil und Zielgruppe
☐ Suche Medientitel nach Themengruppe

Auszuschließende Begriffe Mediengattung

Postleitzahl oder Ort Land

SUCHEN **SUCHKRITERIEN SPEICHERN**

25 Treffer (25 markiert) ☒ ALLE ABWÄHLEN **SORTIEREN** **EXPORTIEREN**

☒ **Parkleitsysteme, Parkraumverwaltung, Fahrradparken**

Erscheinungstermin: 31.10.2023
 Anzeigenschluss: 06.10.2023
 Redaktionsschluss: 30.09.2023

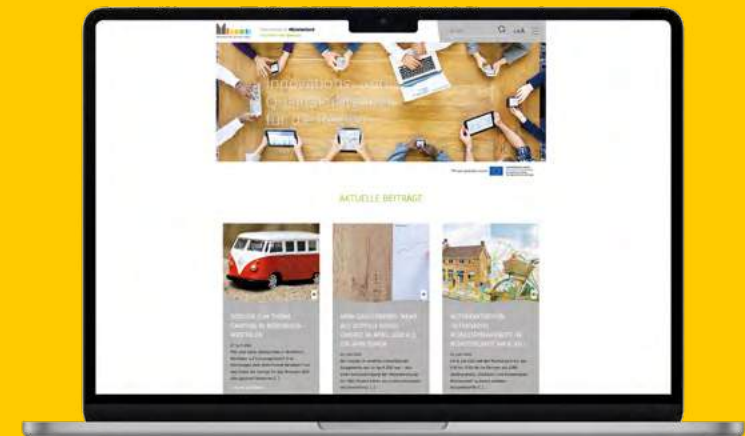
Medientitel: Kommunal Direkt
 Gattung: Fachzeitschrift
 Themengruppe: Kommunal, Politik, Wirtschaft
 Auflage: 20.500

Profil
 Zielgruppe
 Mediadaten
 Online-Artikel
 Redaktionskontakt
 Weitere Kontakte

B2B-PLATTFORM „TOURISTIKER IM MÜNSTERLAND“

Informieren, austauschen, vernetzen

Mit der E-Plattform „Touristiker im Münsterland“ (kurz „TiM“) stellt der Münsterland e.V. touristischen Akteurinnen und Akteuren der Region einen digitalen Raum mit Informationen und Möglichkeiten zum Austausch und zur Vernetzung zur Verfügung. Im Rahmen des Projektes wurden der Onlinewissenspool ausgebaut und die Funktionalitäten der Seite optimiert.



www.touristiker-muensterland.de

11500
Fotos

20
Hörreisen

18
Videos

6
Adels-
Interviews

400
Texte und
Geschichten



**DIE SCHLÖSSER- UND
BURGENREGION IN BILDERN,
VIDEOS UND TEXTEN**



VOM MÜNSTERLAND
HINAUS IN DIE WELT –
EFFEKTIVES MARKETING FÜR DIE
SCHLÖSSER- UND BURGENREGION

© Münsterland e.V./Long Nong Huang

Reichweite
über alle Werbemaßnahmen
mehr als

250 Mio.
Kontakte*
in vier Jahren

* Es handelt sich hierbei um Mehrfachkontakte.
Eine Person kann mehrfach von einem oder
mehreren Werbeinhalten erreicht werden.

KAMPAGNEN

Bekanntheit der Marke Münsterland erhöhen – Absatzzahlen von Produkten steigern

Im Projektzeitraum wurden zwei große Tourismuskampagnen zur 100-Schlösser-Route/Radfahren in der Schlösser- und Burgenregion umgesetzt. Dabei konnten neue Marketingkanäle erprobt und neue Gäste gewonnen werden.



57,2 Mio.
Werbekontakte



44,8 Mio.
Werbekontakte

BLOGBEITRÄGE/INSTWALKS

Neue Leserinnen und Leser und potenzielle Kundinnen und Kunden gewinnen

Blog-Marketing wirkt als Instrument gegenüber der herkömmlichen Werbung langfristig. Ist ein Artikel einmal veröffentlicht, bleibt er inklusive der enthaltenen Verlinkungen über lange Zeit bestehen.



23
Kooperationen,
3 Instawalks,
Reichweite über
1,8 Mio.*

* Insgesamt wurden mit den Inhalten der Kooperationen und Instawalks über 1,8 Mio. Personen in den sozialen Medien erreicht.

PRINT

Gedruckte Infos und Geschichten

Printprodukte und ihre Botschaften vermitteln in der schnelllebigen digitalen Welt nach wie vor eine hohe Glaubwürdigkeit. Die im Projekt erstellten Printmaterialien werden verschickt, für Messen genutzt und liegen in der gesamten Region an zahlreichen Ausgabestellen wie den Tourist-Informationen aus.



ANZEIGEN & ADVERTORIALS

Gäste gezielt erreichen

Advertorials vermitteln den Leserinnen und Lesern nicht nur eine Werbebotschaft, sondern auch inhaltlich einen Mehrwert. Sie informieren, unterhalten oder inspirieren die Leser und liefern ihnen Tipps, Ratschläge oder Erfahrungsberichte. Aber auch Anzeigen lenken die Aufmerksamkeit auf die Region. Die Anzeigen und Advertorials wurden in einschlägigen Magazinen und Tageszeitungen geschaltet. Die Kommunikation erfolgte auf Basis der festgelegten Zielgruppen.

42
Schaltungen,
Reichweite
5,12 Mio.

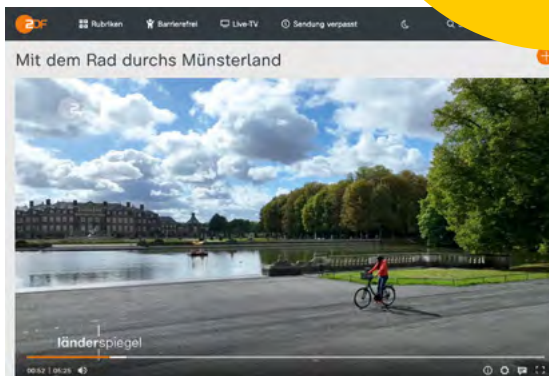


PRESSE- & ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Aufmerksamkeit erzeugen – Vertrauen schaffen

Das Hauptziel der PR- & Öffentlichkeitsarbeit ist es, seine Werte und seine Angebote bekannt zu machen. Gleichzeitig hilft sie dabei, ein bestimmtes Image in der Öffentlichkeit aufzubauen. Vertrauen und Reputation sind wesentliche Erfolgskriterien für eine gute PR-Arbeit.

über 250
Veröffentlichungen
in überregionalen
und regionalen Medien,
Reichweite
75 Mio.

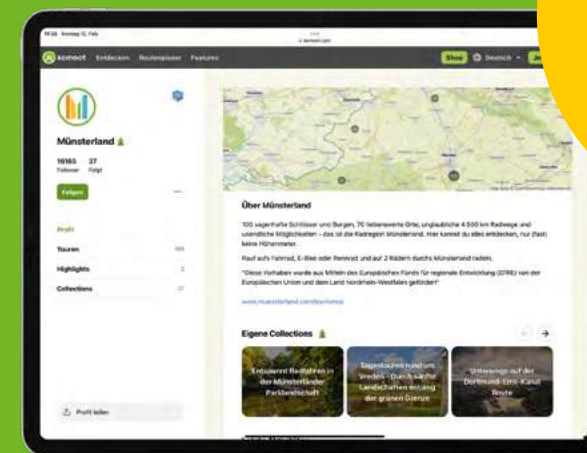


KOMOOT-KOOPERATION

Reichweite für die schönsten Outdoor-Erlebnisse

Mit mehr als 35 Millionen Nutzern ist Komoot einer der größten Anbieter für Freizeitplanung. Der Münsterland e.V. und seine Partner laden mit über 100 Routen zu Rad- und Wandertouren durch die Schlösser- und Burgenregion ein. Die umfassenden Marketingmaßnahmen machen das Münsterland zu einer der erfolgreichsten Tourismusregionen auf der digitalen Plattform.

16 000
Follower,
Reichweite
21 Mio.



www.komoot.de/user/muensterland

VERKAUFSPRODUKTE

Wiedererkennung schaffen – Gäste binden

Mit den Souvenir-Artikeln aus dem Münsterland können die Käuferinnen und Käufer zeigen, dass ihr Herz für die Region schlägt. Die Artikel sind ein schönes Mitbringsel aus dem Urlaub oder Geschenk für Familienangehörige, Freundinnen, Freunde und Bekannte. Die Kollektion soll stetig erweitert werden.

Verkaufsprodukte

- Puzzle
- Memo-Spiel
- Malbuch für Erwachsene
- Illustrierte Postkarten von fünf Schlössern
- Gräftenwasser Vanille & Wacholder
- Wimmelbuch

Merchandise

- Nussmischung
- Salz und Pfeffer
- Sattelschoner

Sonstiges

- Verkaufsdisplay
- Giebelhäuschen



www.muensterland.com/muensterland-kollektion

SOCIAL MEDIA

Markenbekanntheit erhöhen

Auf den Social-Media-Plattformen des Münsterland e.V. werden Inhalte geteilt und es wird mit potenziellen Kundinnen und Kunden interagiert. So kann die Markenbekanntheit des Münsterlandes deutlich erhöht und ein größeres Publikum erreicht werden. Der Münsterland e.V. bespielte im Rahmen des Projektes folgende Kanäle und konnte durch organische und beworbene Posts und Beiträge die Followerzahlen seit Projektbeginn erhöhen:

- Facebook
- Instagram
- Google
- Pinterest
- Youtube
- komoot

Reichweite
(organisch und bezahlt)
100 Mio.



43 000 Follower!

+617 %



18 000 Follower!

+330 %

KOOPERATIONSMÖGLICHKEITEN UND -MODELLE

Gemeinsam ist man effizienter

Das grundlegende Ziel von Kooperationen ist es, einen größeren Nutzen für alle Partnerinnen und Partner zu erzielen. Durch Kooperationen können Kosten reduziert und Zeit eingespart werden. Gemeinsam können größere Maßnahmen umgesetzt werden, die eine höhere Schlagkraft und Reichweite nach außen haben und dadurch jeden Partner gewinnen lassen.

Daher wurden im Rahmen des Projektes Kooperationsangebote entwickelt, um gemeinsam mit den Akteurinnen und Akteuren der Region den Tourismus im Münsterland voranzutreiben und zukunftsweisend aufzustellen. Hierzu gehört vor allem eine marken- und zielgruppenkonforme Vermarktung von ebensolchen Angeboten und Produkten. Es werden sowohl Beteiligungsmöglichkeiten aufgezeigt, die kostenpflichtig sind, als auch alle Angebote, die der Münsterland e.V. kostenfrei bereitstellt.

www.touristiker-muensterland.de/kooperationsmodelle





EIN FAHRPLAN FÜR DIE SCHLÖSSER- UND BURGENREGION

ZIELE DEFINIEREN – HERAUSFORDERUNGEN BEWÄLTIGEN – CHANCEN NUTZEN

Eine (regionale) Tourismusstrategie ist entscheidend, um die Zukunftsfähigkeit der Branche zu gewährleisten, Chancen zu nutzen und positive Auswirkungen auf die Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft zu erzielen. Sie hilft dabei, konkrete Ziele für die Entwicklung des Tourismus festzulegen und den Weg zu deren Erreichung zu planen. Destinationen und Unternehmen im Tourismus können sich gegenüber den Mitbewerbern besser differenzieren und ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken.

Eine Strategie hilft dabei, die verfügbaren Ressourcen effizient einzusetzen und Prioritäten zu setzen, um die Rentabilität und Zukunftsfähigkeit des Tourismussektors sicherzustellen. Sie ermöglicht es, die Interessen und Bedürfnisse verschiedener Stakeholder im Tourismus in Einklang zu bringen und gemeinsame Ziele zu verfolgen.

Daher wurde im Rahmen des Projektes an der Weiterentwicklung der touristischen Strategie für das Münsterland gearbeitet. Dabei wurden der Markenaufbau Münsterland und das Territoriale Strategiekonzept Münsterland einbezogen.

TOURISMUSSTRATEGIE



DURCH DEN TOURISMUS ALS QUERSCHNITTSBRANCHE DIE REGION STÄRKEN

Im Rahmen des Projektes wurde die Tourismusstrategie angepasst und weiterentwickelt.

- Der Themenbereich „Schlösser- und Burgenregion“ wurde als dritte thematische Kernkompetenz des Münsterlandes, neben der Rad- sowie der Reit- und Pferdereion, platziert.
- In einer Zielgruppenanalyse wurden die Sinus-Milieus „Postmaterielle“ und „Adaptiv-Pragmatische Mitte“ für das Münsterland definiert sowie Personas entwickelt.
- Die Markenregeln der Marke Münsterland wurden in Produktprinzipien für den Tourismus übersetzt. Sie dienen als Werkzeug, um die Qualität von touristischen Produkterlebnissen zielgruppenorientiert zu verbessern und „münsterländisch“ zu spezifizieren.
- Es wurden Alleinstellungsmerkmale für die Schlösser- und Burgenregion Münsterland herausgearbeitet und für das Marketing und die Kommunikation aufbereitet.

KATEGORISIERUNG DER SCHLÖSSER UND BURGEN

Die Schlösser- und Burgenregion bekennt Farbe

Um bei den vielen großen und kleinen Schmuckstücken nicht den Überblick zu verlieren, wurden die Schlösser und Burgen im Münsterland in vier Kategorien eingeteilt. Neben den Highlights (Gelb) warten die Sehenswerten (Orange), die Naturverbundenen (Grün) und die Privaten (Blau) auf ihre Gäste. Dies erleichtert zum einen dem Gast die Orientierung und schürt keine falschen Erwartungen. Zum anderen gibt es den Besitzerinnen und Besitzern der Schlösser und Burgen Sicherheit, wie über ihr Haus nach außen kommuniziert wird.



GELBE SCHLÖSSER sind die touristischen Highlights der Schlösser- und Burgenregion.



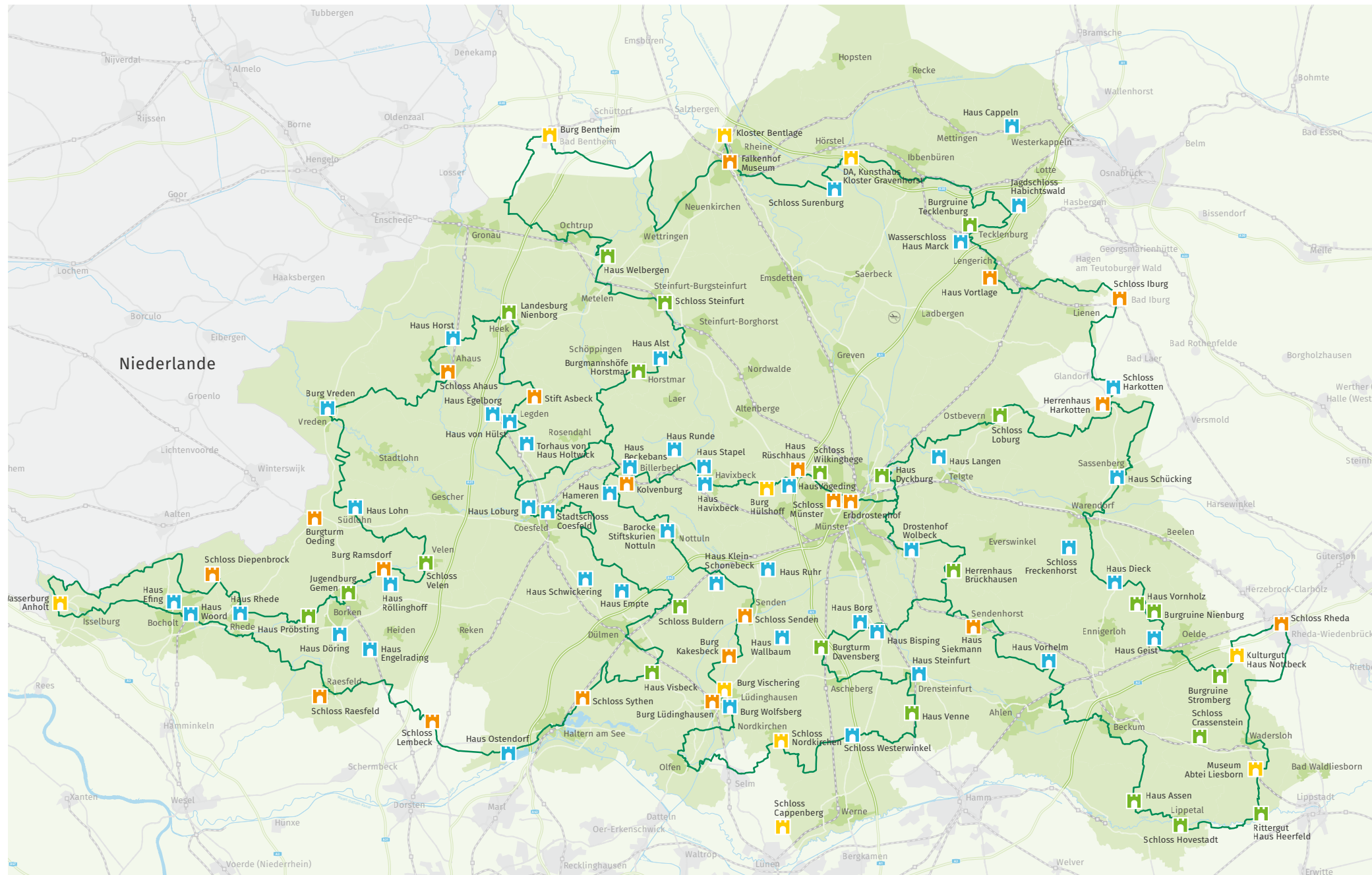
ORANGE SCHLÖSSER sind tatkräftig und positionieren sich durch fleißiges Engagement. Sie haben das Potenzial zu Gelb.



GRÜNE SCHLÖSSER sind naturverbunden. Sie zeichnen sich durch ihre schöne Lage aus.



BLAUE SCHLÖSSER sind und bleiben privat. Sie sollen innovative Vorreiter und digital erlebbar sein oder werden.





**DIE SCHLÖSSER- UND
BURGENREGION IN ZAHLEN.**

RADVERKEHRSUNTERSUCHUNG

Radtourismus lohnt sich!

Durch Marktforschung lernen wir unseren Gast und seine Bedürfnisse und Erwartungen besser kennen, was unerlässlich für die Planung und Entwicklung touristischer Angebote und Produkte ist. Im Rahmen des Projektes wurde erstmals eine umfangreiche Radverkehrsuntersuchung im Münsterland durchgeführt. Von November 2021 bis November 2022 wurden an 20 Messstellen vorbeifahrende Radfahrerinnen und Radfahrer gezählt. Begleitend wurden an rund 40 Tagen in der Nähe der Messstellen Befragungen von Besucherinnen und Besuchern durchgeführt. Die ausführlichen Ergebnisse sind im Ergebnisbericht zusammengefasst.



**Bruttoumsatz
Radregion**

114,4 Mio. € p.a.

**Bruttoumsatz
100-Schlösser-Route**

48,3 Mio. € p.a.

[www.touristiker-muensterland.de/
radverkehrsuntersuchung](http://www.touristiker-muensterland.de/radverkehrsuntersuchung)

AKTEURS- UND PARTNERBEFRAGUNG

Ihre Meinung zählt

Im Rahmen des Projektes wurde eine Akteurs- und Partnerbefragung durchgeführt, um die Erfahrungen und Eindrücke zum Thema Tourismus im Münsterland und dessen Entwicklung zu sammeln und in die weitere Arbeit des Münsterland e.V. einfließen zu lassen. Insgesamt haben sich 265 Netzwerkpartnerinnen und -partner an der Befragung beteiligt. Die Ergebnisse sind im Ergebnisbericht zusammengefasst.

Für **93 %** der Befragten hat der **Tourismus/die Tourismuswirtschaft eine hohe oder sehr hohe Bedeutung für das Münsterland.**



CONTROLLING

Je besser die Daten, desto zielführender die Entscheidungen
Controlling schafft einen Überblick über die spezifische, u. a. wirtschaftliche Situation und liefert wichtige Zahlen und Fakten als Basis für Entscheidungen. Daher wurde im Rahmen des Projektes ein Kennzahlensystem mit entsprechenden KPIs (Key Performance Indicators) erarbeitet, das kontinuierlich fortgeschrieben und aktualisiert wird.





NETZWERKE

Einer für alle, alle für einen

Die freiwillige Zusammenarbeit von zwei oder mehr Partnern mit gemeinsamen Zielen in Netzwerken oder Kooperationen ist eine wichtige Basis für die Weiterentwicklung der Schlösser- und Burgenregion. Im Rahmen des Projektes wurden verschiedene Akteurinnen und Akteure aus der Region in unterschiedlichen Formaten zusammengebracht (siehe Seite 35), über aktuelle Themen informiert, zum Austausch und zur gemeinsamen Produkt- und Angebotsentwicklung angeregt.

Daraus haben sich dauerhafte Netzwerke entwickelt, wie zum Beispiel das Netzwerk „Von Gräfte zu Gräfte“, bei dem sich private Schlossbesitzerinnen und -besitzer regelmäßig austauschen oder das Netzwerk der zehn Highlightschlösser. Zudem werden das Netzwerk „Schlösser- und Burgenregion Münsterland“ fortgeführt sowie im Rahmen der Tourismusakademie Münsterland Produktwerkstätten und Innovationsworkshops umgesetzt.

Produktwerkstätten

Gemeinsame Erarbeitung
von Produkten und
Angeboten

Netzwerktreffen

Informationsvermittlung
zu einem bestimmten Thema

Innovationsworkshops

mit aktiver Beteiligung der
Teilnehmerinnen und Teilnehmer

**78 Veranstaltungen
gut 1900 Mitwirkende**

**Zusammenarbeit der
Highlight-Schlösser**

Von Gräfte zu Gräfte
Austausch der Schlossbesitzer-
innen und -besitzer

Tafelrunden

Zusammenkunft aller touristisch
relevanten Akteure in einem Ort
oder um ein Schloss, gemeinsame
Ideen- und Produktentwicklung

Breit aufgestellt

Bei den Netzwerktreffen, Innovationsworkshops und Produkt-
werkstätten wurden viele interessante Themen aufgegriffen.

Hier eine Auswahl:

- Picknick- und Outdoorveranstaltungen
- Social Media und Bildsprache
- Reisen für Alle
- Storytelling
- Alternative Übernachtungsmöglichkeiten
- Netzwerke ausbauen
- Qualität und Service
- Bewertungsportale
- Rad-Pauschalen
- Verkaufsprodukte
- Nutzung von privaten Schlössern und Burgen
- Events und Picknick
- Mobilität
- Tourismusakademie
- Ehrenamt
- Ticketing
- Schlösser und Burgen in Gastro und Beherbergung
- Firmenevents an Schlössern und Burgen
- Veranstaltungen vermarkten
- Markt der Möglichkeiten
- Preisbildung bei Veranstaltungen und Führungen
- Gästeführung



LEITFÄDEN

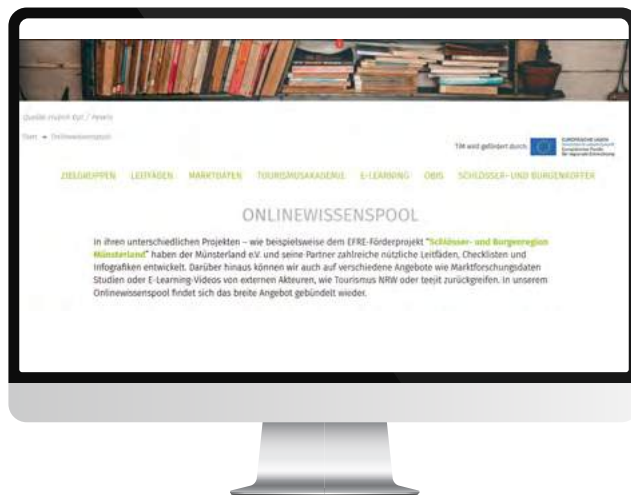
Orientierungsmöglichkeit geben

Im Rahmen des Projektes wurden aufbauend auf den Netzwerktreffen, Innovationsworkshops und Produktwerkstätten Leitfäden und Infoblätter erarbeitet, die allen Akteurinnen und Akteuren im Onlinewissenspool als Hilfestellung für ihre Arbeit frei zur Verfügung stehen.

ONLINEWISSENSPOOL

Wissen ist Macht

Im Rahmen des Projektes wurde die Touristikerplattform „Touristiker im Münsterland (TiM)“ in ihren Funktionalitäten erweitert und der Onlinewissenspool ausgebaut. Dort sind alle Leitfäden, Infoblätter, Checklisten, Studien, Marktforschungsergebnisse etc. abgelegt, die im Zuge des Projektes erarbeitet wurden. Der Onlinewissenspool ist eine Hilfestellung für alle touristischen Akteurinnen und Akteure in der Region.



[www.touristiker-muensterland.de/
onlinewissenspool](http://www.touristiker-muensterland.de/onlinewissenspool)

SCHLÖSSER- UND BURGENKOFFER

Alle Marketingtools auf einen Blick

Der sogenannte Schlösser- und Burgenkoffer ist ebenfalls im Onlinewissenspool hinterlegt und enthält alle Tools, die für das eigene Marketing wichtig sein können. Dazu gehören unter anderem Textvorschläge zur Schlösser- und Burgenregion und zur 100-Schlösser-Route, Vorlagen für Flyer und Plakate oder Logos.



www.touristiker-muensterland.de/koffer



PRODUKT- UND ANGEBOTSENTWICKLUNG

Neue Ideen für neue Gäste

Die Produkt- und Angebotsentwicklung erfolgt stets unter dem Blickwinkel vorhandener Potenziale sowie der aktuellen Marktbedingungen und Trendentwicklungen im Tourismus. Die Produkte und Angebote müssen auf die Zielgruppen und Kernkompetenzen des Münsterlandes einzahlen und die Produktprinzipien berücksichtigen. Im Rahmen des Projektes wurden aufbauend darauf neue Angebote und Produkte entwickelt.

11 Tagestouren-
tipps auf
der 100-
Schlösser-Route



5 Wochenend-
reisen auf der
100-Schlösser-
Route



5 „Trifft-
Arrangements“



2 barrierefreie
Inspirationen



1 Inspiration
Lippetal und
Wadersloh



1 Kinder-
fahrradkarte



1 Schaufenster-
pauschale



FILMPRODUKTIONEN

Identität stiften

Im Projekt konnten zwei Produktionen junger Filmschaffender aus dem Münsterland unterstützt werden. Gedreht wurde in der Region an ausgewählten Schlössern und Burgen. Beide Produktionen wurden bereits bei großen Filmfestivals gezeigt, nominiert und mit Preisen geehrt. „Haus Kummerveldt“ hat unter anderem den prestigeträchtigen Grimme-Preis erhalten und ist unter anderem in der ARD Mediathek vertreten.



„Haus Kummerveldt“

„Die Spöckenkiekerin und das Fräulein“



VERANSTALTUNGEN

Bekanntheit steigern

Veranstaltungen und Events bieten die Möglichkeit, besondere Erlebnisse und Erinnerungs- und Imagewerte zu schaffen. Durch ihre Einzigartigkeit schaffen sie eine emotionale Plattform, die außerhalb des Alltäglichen liegt. Daher wurden im Rahmen des Projektes verschiedene Veranstaltungen und Events geplant, umgesetzt oder kreativ begleitet.



REISEN FÜR ALLE

Zugbrücke runter!

In Deutschland leben etwa zehn Mio. Menschen mit einer Behinderung. Für sie sind detaillierte und verlässliche Informationen über die Nutz- und Erlebbarkeit touristischer Angebote eine wesentliche Grundlage für ihre Reiseentscheidung. Daher wurden im Rahmen des Projektes neun Schlösser und Burgen aus dem Münsterland in einem ersten Quick-Check einer Untersuchung unterzogen und im Nachgang mit wertvollen Tipps versorgt, wie sie die Barrierefreiheit für ihr Haus steigern können. Acht der neun Häuser haben sich anschließend nach „Reisen für Alle“ zertifizieren lassen. Die Ergebnisse der Quick-Checks wurden in einem Leitfaden zusammengetragen, der allen Akteurinnen und Akteuren im Onlinewissenspool zur Verfügung steht. Im Rahmen einer hybriden Netzwerkveranstaltung wurde zudem für das Thema sensibilisiert. Bei der Produktentwicklung wurden zwei barrierefreie Inspirationen entwickelt und beworben.

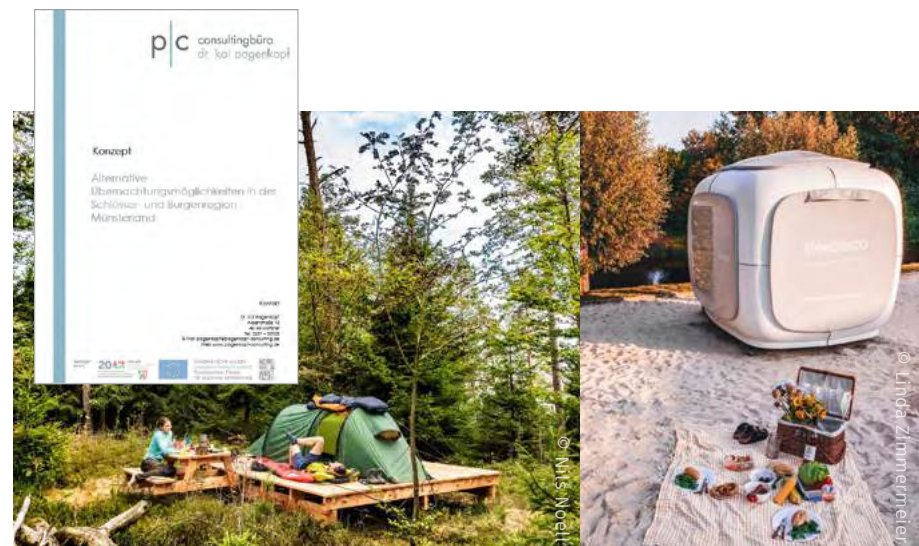


www.touristiker-muensterland.de/leitfaden-barrierefrei

ALTERNATIVE ÜBERNACHTUNGSMÖGLICHKEITEN

Neue Wege gehen

Alternative Übernachtungsmöglichkeiten bieten eine Ergänzung zu bestehenden Beherbergungsangeboten und können verstärkt als Marketinginstrument eingesetzt werden. Sie sind auch dort möglich, wo „normale“ Unterkunftsformen nicht greifen, wie zum Beispiel an Schlössern und Burgen. Im Rahmen des Projektes wurden vier alternative Übernachtungsformen unter die Lupe genommen und die Ergebnisse in einem Konzept zusammengefasst.



www.touristiker-muensterland.de/uebernachtungsmoeglichkeiten

MOBILITÄT

Ohne Mobilität kein Tourismus

Mobilität ist ein zentrales Thema für den Tourismus, denn ohne Bewegungen hin zur Destination und vor Ort kann Tourismus nicht stattfinden. Daher wurde im Rahmen des Projektes ein interner Mobilitätsworkshop durchgeführt, um zu eruieren, wie das Thema Mobilität für den Tourismus im Münsterland noch stärker ausgebaut werden kann. Des Weiteren fand ein Austausch mit den Mobilitätsbetrieben der Region statt, der beibehalten werden soll, und bei dem erste Ideen zur stärkeren Zusammenarbeit eruiert wurden.



E-BIKE

E-Bikes verändern die Art des Reisens

E-Bikes haben die Tourismusbranche verändert, da sie Reisenden längere Strecken ermöglichen. Laut der durchgeführten Radverkehrsuntersuchung (siehe Seite 15) sind im Münsterland trotz der flachen Topografie, je nach Radreisetyp und Routenwahl, zwischen 52,8 und 58,8 % der Radreisenden mit dem E-Bike unterwegs. Auf die Bedürfnisse dieser Reisenden muss sich im Tourismus eingestellt werden. Im Rahmen des Projektes wurden Ladestationen im Münsterland-Design entworfen, die im Ausstattungskatalog vorgestellt werden und von allen Akteurinnen und Akteuren in der Region angeschafft werden können. Es wurde ein Infoblatt erstellt, das das Potenzial der Zielgruppe beschreibt und Umsetzungstipps gibt. Des Weiteren wurde aus der Radverkehrsuntersuchung ein Auszug erstellt, der die Fahrerinnen und Fahrer von E-Bikes und Bio-Bikes gegenüberstellt und wertvolle Marktforschungsdaten liefert.





AUSBLICK

SO GEHT ES WEITER

Das EFRE-Förderprojekt „Schlösser- und Burgenregion Münsterland“ hat innovative und nachhaltige Erfolge und Ergebnisse für das Münsterland erzielt, die es nun fortzuführen gilt. Daher sollen vor allem der Bereich der Produktentwicklung vorangetrieben und ausgebaut sowie bestehende Netzwerke weitergeführt und neue geknüpft werden.

Durch eine kontinuierliche Weiterbearbeitung des Themas sollen gemeinsam mit den Akteurinnen und Akteuren der Region die Schlösser und Burgen weiterbegleitet und -entwickelt werden, um die Tourismusbranche dauerhaft zu stärken.

DIE GESICHTER HINTER DEM PROJEKT

MÜNSTERLAND E.V.



Michael Kösters
Bereichsleiter Tourismus



Kerstin Clev
Projektleitung



Jörn Berding
Ausstattung



Robert Denzer
Digitalisierung/
Online-Marketing



Philipp Fölting
Fotografie



Hajo Gerdemann
Infrastruktur/Qualität



Christine Konken
Produktentwicklung/
Netzwerke/App



Kristina Konken
Verkaufsprodukte/Blog



Franziska Niemeyer
Produktentwicklung/
Netzwerke



Patrick Pieper
Ausschreibungen/
Administration



Eva Stannigel
Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit



Lisa Vogel
Offline-Marketing

LENKUNGSGRUPPE



Daniela Glimm-Lükewille
Kreis Borken



Mathis Entrup
Kreis Coesfeld



Henner Grevenbrock
Münster Marketing



Petra Panske
Münster Marketing



Kirsten Weßling
Kreis Steinfurt



Christine Schneider
Kreis Warendorf

HERAUSGEBER

Münsterland e.V.

Verein zur Förderung des Münsterlandes

Airportallee 1, 48268 Greven

info@muensterland.com

www.muensterland.com

Fotos: Wenn nicht anders angegeben

© Philipp Fölting/Münsterland e.V.



MÜNSTERLAND. DAS GUTE LEBEN.



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

NORD
RHEIN
WEST
FALEN