

**NORDRHEIN-WESTFALEN:**

**EVALUATION DES „KOMMUNIKATIONSKONZEPTE 2000 – 2005“**



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

Auftraggeber: NRW Tourismus e.V., Köln  
 Jahr: 2005  
 Standort: Köln (Nordrhein-Westfalen)

**Kurzbeschreibung:**

Im Jahr 2000 wurde in Nordrhein-Westfalen ein strategisches Konzept für die touristische Entwicklung der Region in den kommenden Jahren unter der Bezeichnung „Kommunikationskonzept 2000 – 2005“ verabschiedet.

Bereits bei dessen Verabschiedung wurde festgelegt, das bestehende Konzept nach fünf Jahren durch ein externes Büro einer Evaluation zu unterziehen. Dabei sollte unter anderem eine Fortschreibung der vorliegenden Strategie mit Optimierungsvorschlägen zur Organisationsstruktur sowie Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung des Tourismus in Nordrhein-Westfalen bis zum Jahr 2010 erfolgen.

Im März 2005 wurde die Wenzel Consulting Aktiengesellschaft mit der Durchführung dieser Evaluation beauftragt. Um die Ergebnisse der aktuellen Marktforschung mit den Ergebnissen aus 1999 vergleichbar zu machen, entsprach der Aufbau der Primärerhebung der Ursprungsbefragung. Die Ergebnispräsentation erfolgte im Rahmen einer Mitgliederversammlung im Dezember 2005.

Leistungen:

- Kundenanalyse (Marktforschung):
  - Bewertung des Tourismus in Nordrhein-Westfalen aus Kundensicht  
*Zielsetzung:* Überprüfung des Bekanntheitsgrads und Images des NRW-Tourismus und die Darstellung der Veränderungen im Zeitablauf
- Analyse der Ist-Situation:
  - Bewertung der umgesetzten Maßnahmen des im Jahr 2000 verabschiedeten Konzeptes unter Berücksichtigung der Einschätzungen der Verbandsmitglieder, des Vorstands sowie externer Tourismusexperten  
*Zielsetzung:* Wirkung des Verbands nach innen (gegenüber Mitgliedern) und außen (gegenüber Dritten) im Hinblick auf die Profilierung der Regionen über Kernthemen (Themenmarketing) und Stand der Umsetzung des 3-Ebenen-Modells
- Handlungsempfehlungen:
  - Aussprache von Handlungsempfehlungen und strategischen Optionen für die Optimierung der Organisationsstruktur  
*Zielsetzung:* Überprüfung der bisher etablierten Instrumente und Umsetzungsstrategien auf ihren Durchsetzungserfolg sowie Initiierung von Maßnahmen zur Optimierung des Themenmarketings und des 3-Ebenen-Modells