

BTE | Juni 2024

Tourismus- und Vermarktungskonzept für die Stadt Neuwied

Ergebnisse der Onlinebefragung

www.bte-tourismus.de

Methodik und Zielstellung der Onlinebefragung



Zielstellung: Ermittlung der Innen- und Außensicht auf Neuwied (Stärken/Schwächen und Handlungsbedarfe für die touristische Entwicklung) sowie der aktuellen Gästestruktur.



Methode: Onlinebefragung mit dem Befragungstool LamaPoll. Zusätzlich wurden Papierfragebögen in der Tourist-Information sowie im Innenstadtlabor ausgelegt.



Befragungszeitraum: 27. März 2024 – 31. Mai 2024

Zielgruppe & Teilnehmende:



Einwohnerschaft

n = 805



Touristische Leistungsträger

n = 69



Tages- und Übernachtungsgäste

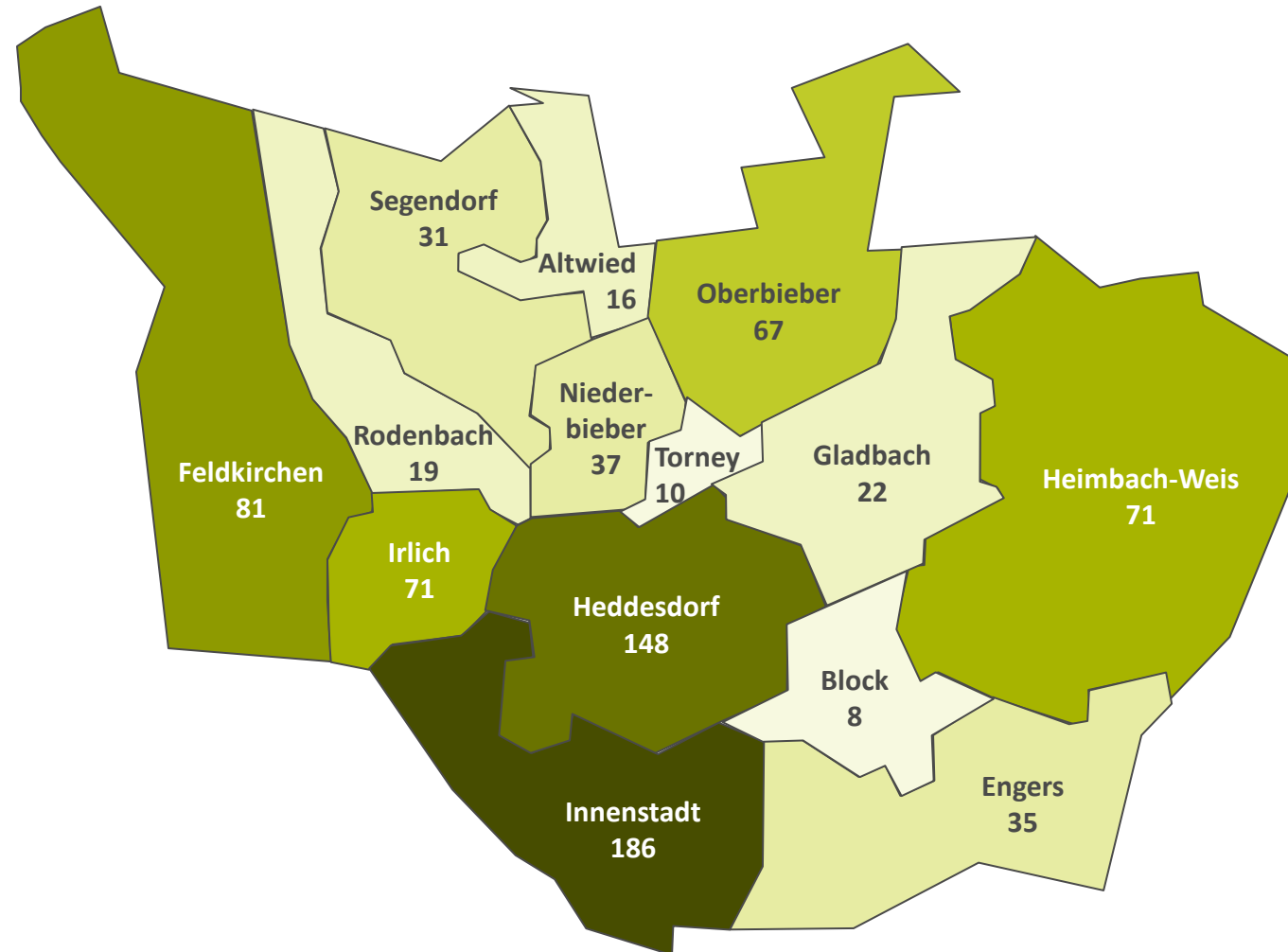
n = 208

Ergebnisse der Einwohnerbefragung



Einwohnerbeteiligung nach Stadtteilen

In welchem Stadtteil befindet sich Ihr Wohnsitz bzw. der Betrieb/die Geschäftsstelle o. ä., für den Sie antworten?



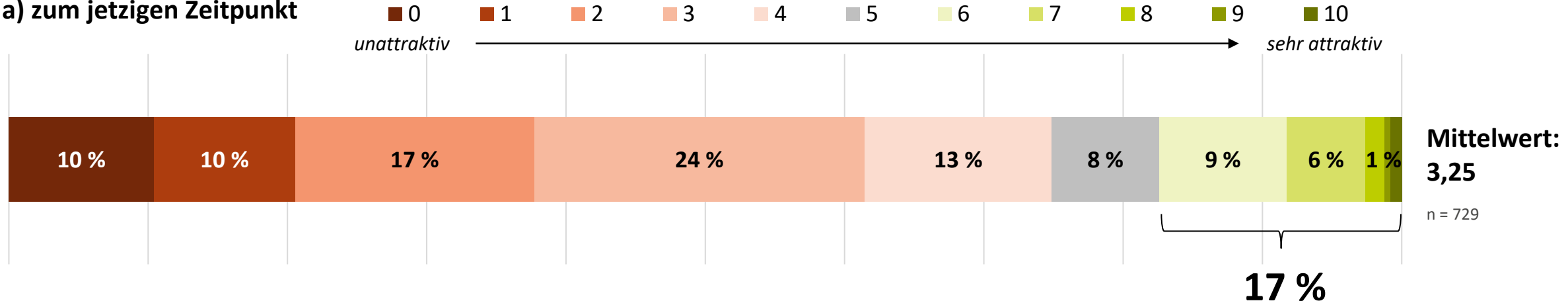


Touristische Attraktivität

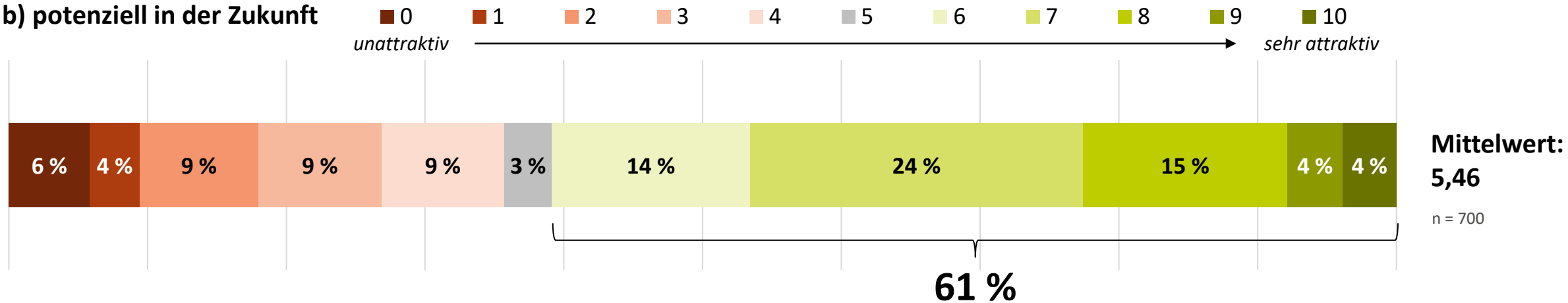
Wie schätzen Sie die touristische Attraktivität der Stadt Neuwied ein?

Die Einwohnerschaft schätzt die touristische Attraktivität zum jetzigen Zeitpunkt als eher unattraktiv ein. Ein Großteil der Befragten (61 %) sieht jedoch Potenzial für die Zukunft.

a) zum jetzigen Zeitpunkt

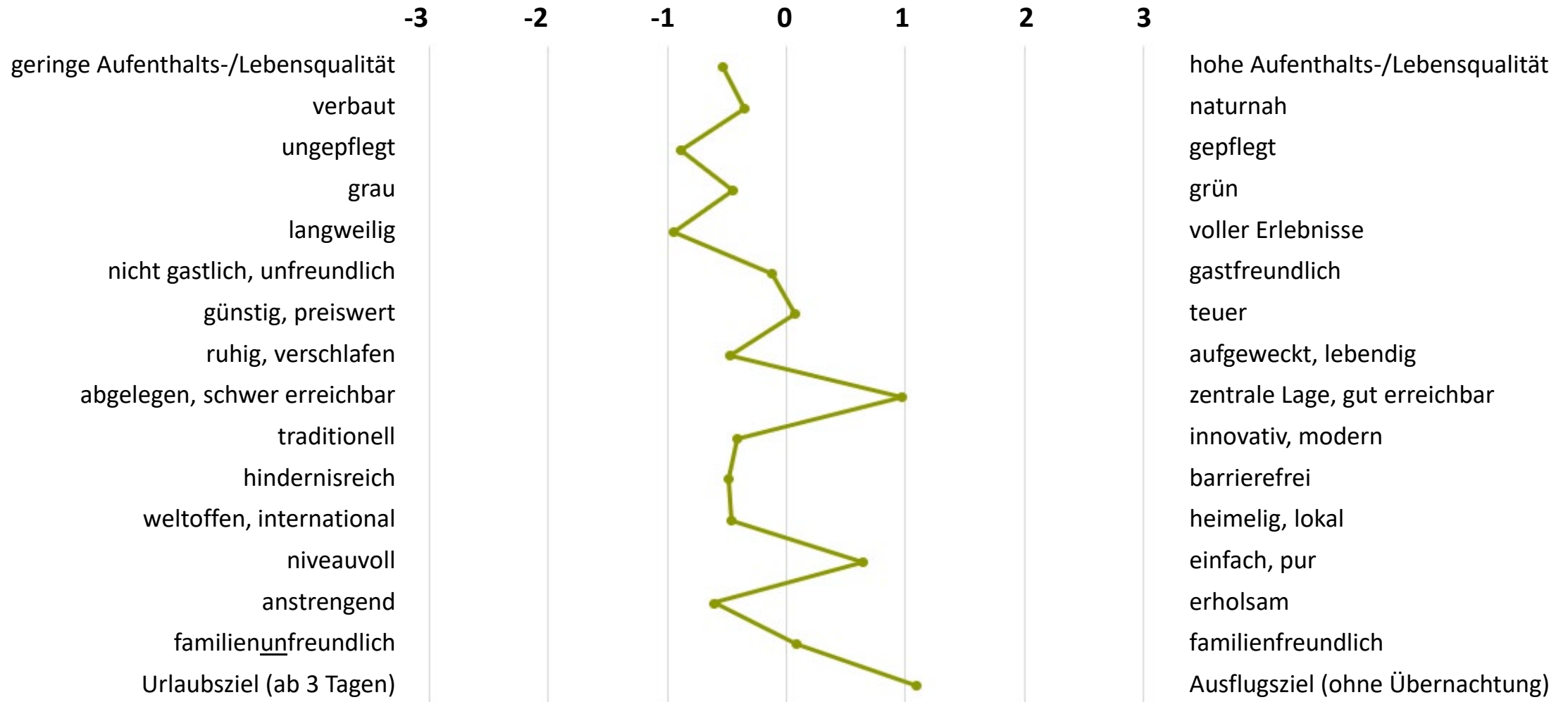


b) potenziell in der Zukunft



Eigenschaften

Welche der Eigenschaften treffen Ihrer Einschätzung nach eher auf die Stadt Neuwied zu?

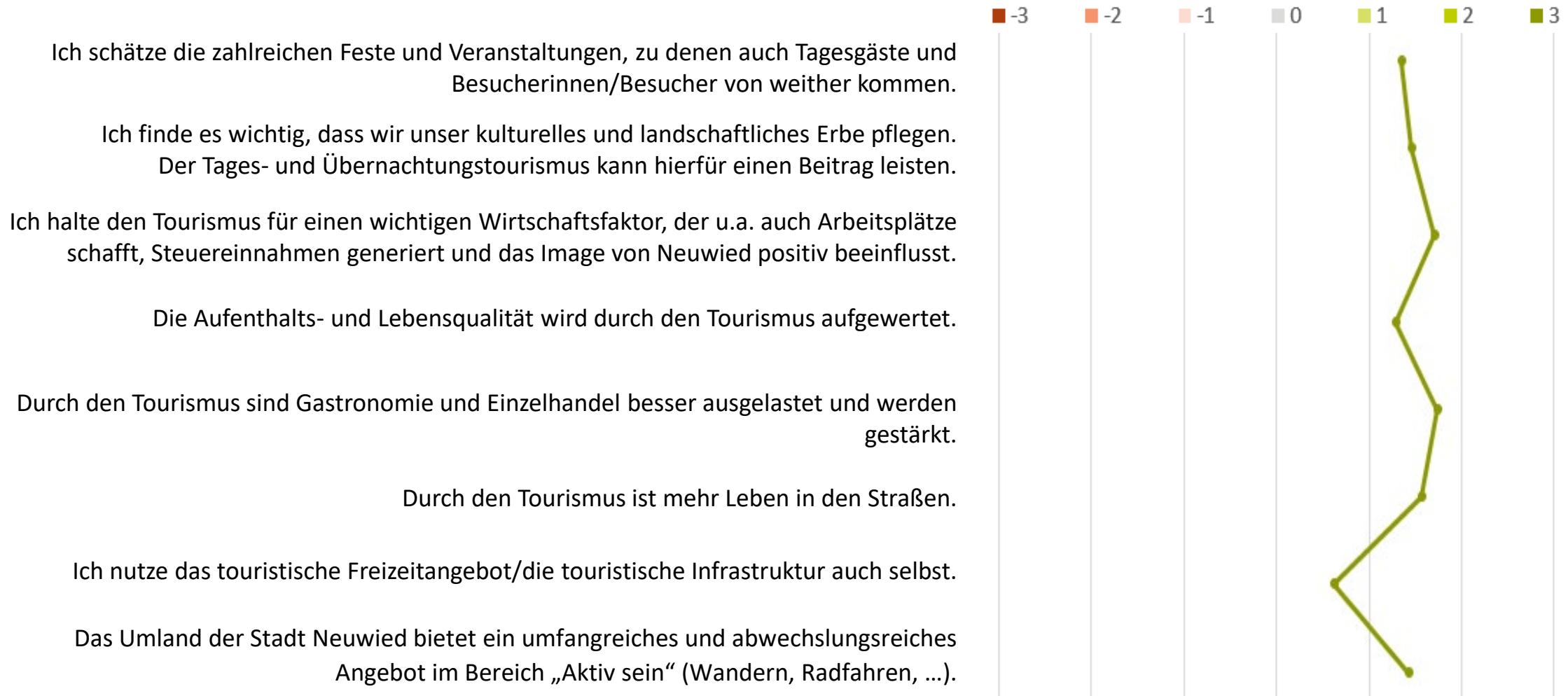


Wahrnehmung

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

stimme auf
keinen Fall zu

stimme voll
und ganz zu



Touristische Highlights

Was sind Ihrer Meinung nach die touristischen Besonderheiten bzw. Highlights von Neuwied?

Bitte nennen Sie drei Begriffe.

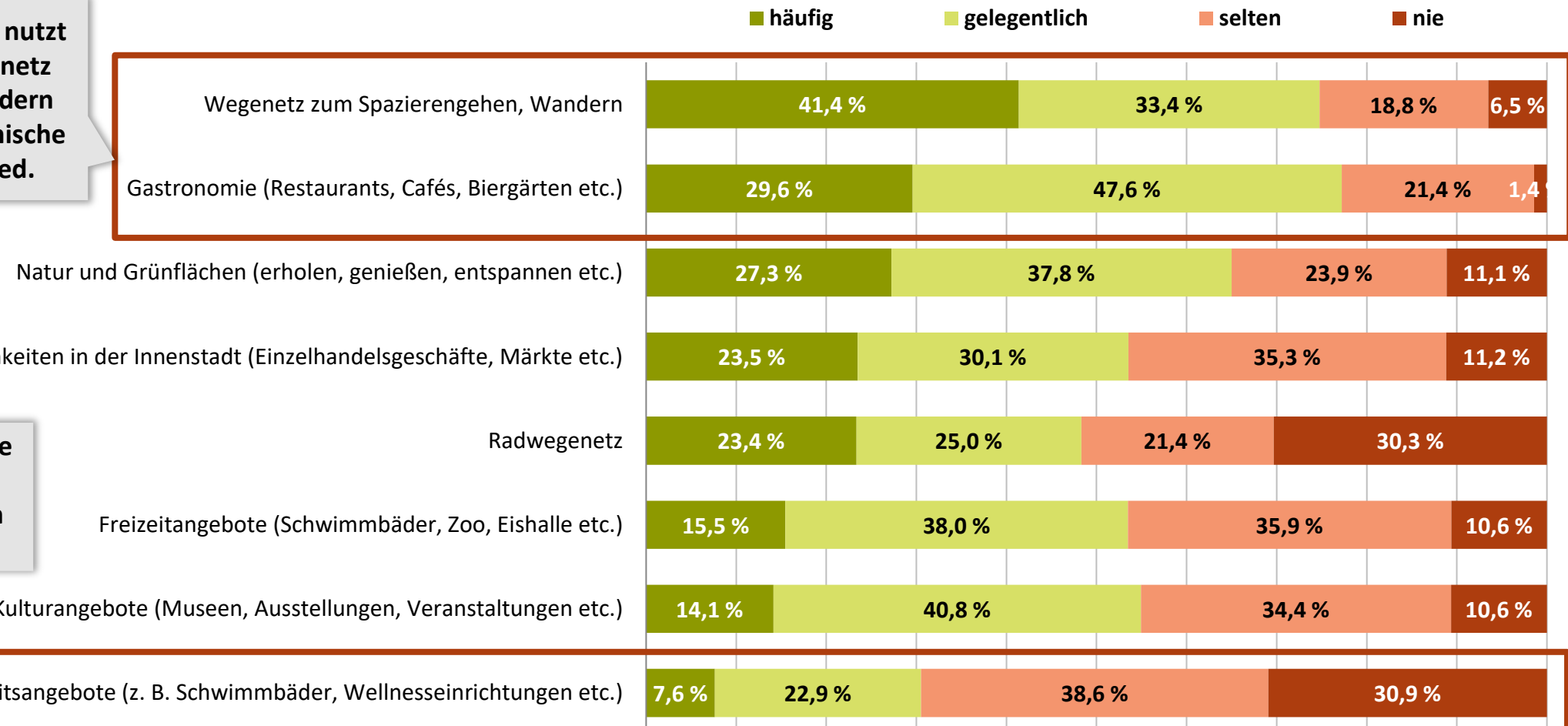


Angebotsnutzung

Welche Angebote in der Stadt Neuwied nutzen Sie häufig, gelegentlich, selten oder nie?

Die Einwohnerschaft nutzt vor allem das Wegenetz zum spazieren/wandern sowie das gastronomische Angebot in Neuwied.

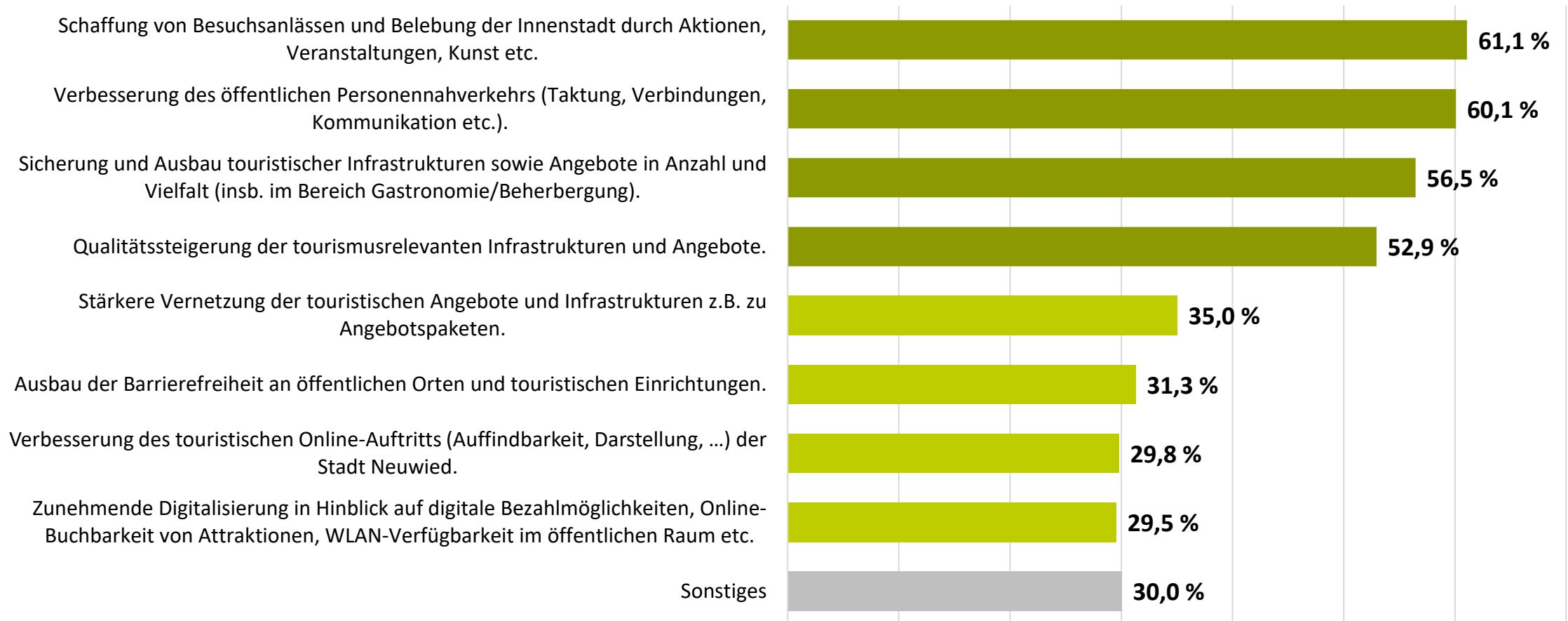
Gesundheitsangebote werden von der Einwohnerschaft am wenigsten genutzt.



Handlungsbedarfe

Teil 1

Welche vorrangigen Handlungsbedarfe sehen Sie für eine positive touristische Entwicklung in der Stadt Neuwied? Bitte wählen Sie max. 5 Antwortmöglichkeiten aus.



Handlungsbedarfe

Teil 2

Welche vorrangigen Handlungsbedarfe sehen Sie für eine positive touristische Entwicklung in der Stadt Neuwied? – Sonstiges, und zwar:

Verbesserung der
Straßenqualität

Angebote für Kinder
und Jugendliche

**attraktiverer Einzelhandel/
weniger Leerstand**

Verbesserung der Freizeitmöglichkeiten

Stärkung des Sicherheitsgefühls

Verbesserung Radwegenetz

Verbesserung der Gastronomie/Hotellerie

Schiffsanleger

Sauberkeit

Wunsch nach mehr Natur und Grünflächen

Aufwertung
der Innenstadt/
Erscheinungsbild

Erweiterung der
Wohnmobilstellplätze

Verbesserung der
Parksituation

Erwartungen, Wünsche & Vision

Wenn Sie eine Sache von heute auf morgen ändern könnten, um Neuwied zu einem attraktiveren Ort für Freizeit und Tourismus zu machen, was wäre das?

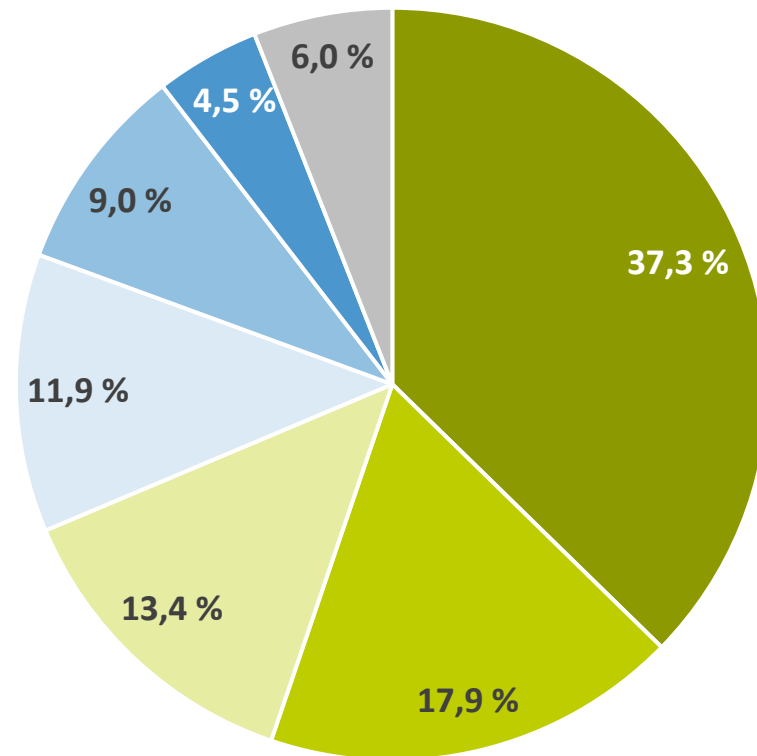


Ergebnisse der Leistungsträgerbefragung



Verteilung der Teilnehmenden

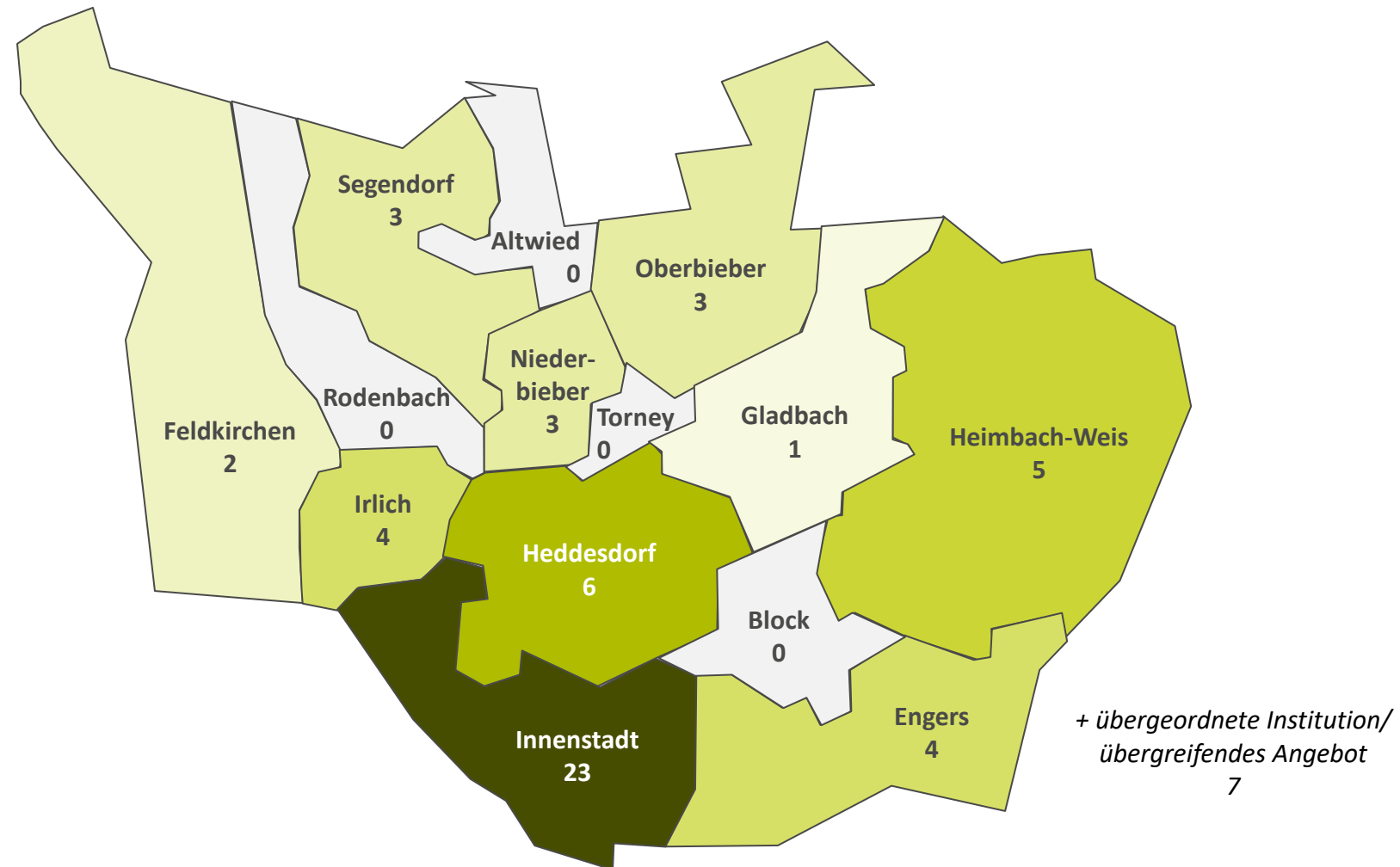
Welcher der folgenden Kategorien würden Sie sich als Tourismusakteur/Tourismusakteurin am ehesten zuordnen?



- Einrichtung im Bereich Kultur und Freizeit (z. B. Museum, Schwimmbad, Radverleih, Gästeführung, Veranstaltungsstätte o.ä.)
- Beherbergungs- und/oder Gastronomiebetrieb
- Einzelhandel
- Verein/Institution mit Bezug zum Tourismus in Neuwied
- Übergeordnete Institution (z. B. Verband, IHK, Wirtschaftsförderung o.ä.)
- Gästeinformation (z. B. Tourist Information, Reisebüro o.ä.)
- Sonstiges

Leistungsträgbeteiligung nach Stadtteilen

In welchem Stadtteil befindet sich Ihr Wohnsitz bzw. der Betrieb/die Geschäftsstelle o. ä., für den Sie antworten?

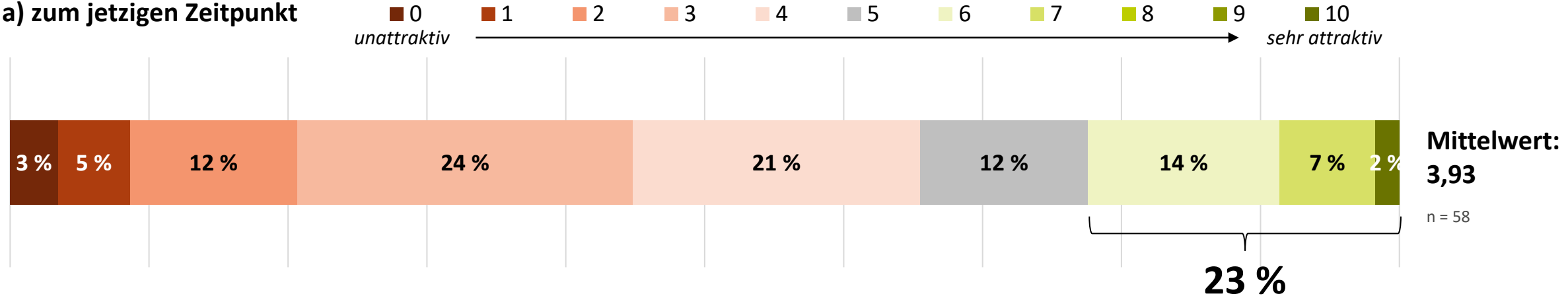


Touristische Attraktivität

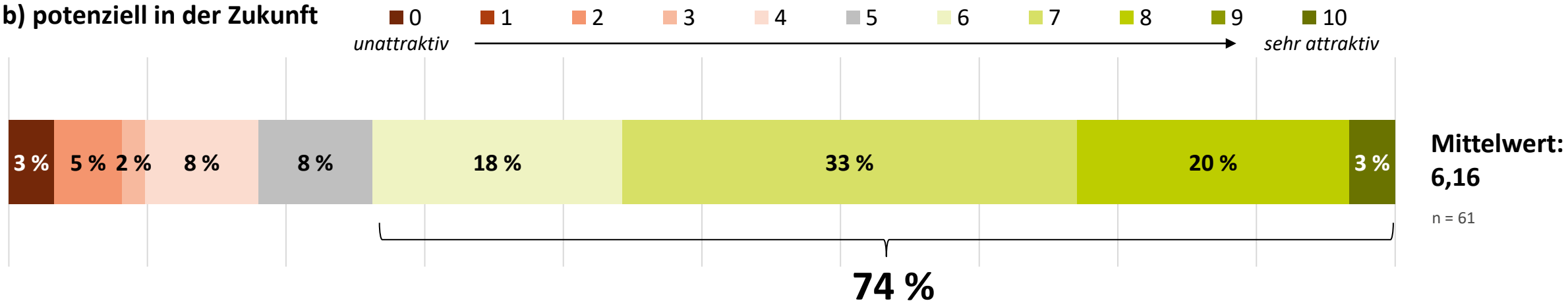
Wie schätzen Sie die touristische Attraktivität der Stadt Neuwied ein?

Die Leistungsträger schätzen die touristische Attraktivität zum jetzigen Zeitpunkt als eher unattraktiv ein. Ein Großteil der Befragten (74 %) sieht jedoch Potenzial für die Zukunft.

a) zum jetzigen Zeitpunkt

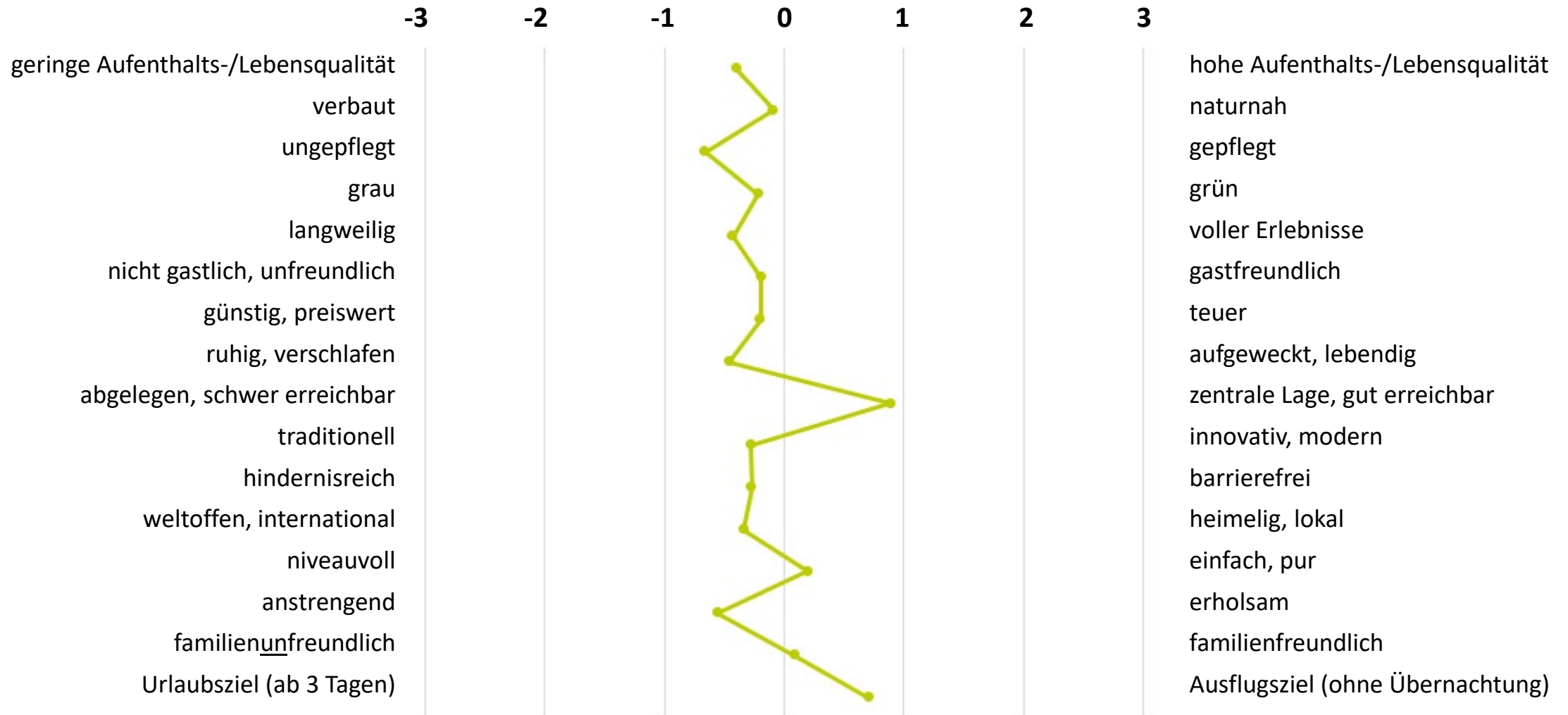


b) potenziell in der Zukunft



Eigenschaften

Welche der Eigenschaften treffen Ihrer Einschätzung nach eher auf die Stadt Neuwied zu?



Wahrnehmung

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

stimme auf
keinen Fall zu

stimme voll
und ganz zu

-3 -2 -1 0 1 2 3

Ich schätze die zahlreichen Feste und Veranstaltungen, zu denen auch Tagesgäste und Besucherinnen/Besucher von weither kommen.

Ich finde es wichtig, dass wir unser kulturelles und landschaftliches Erbe pflegen.
Der Tages- und Übernachtungstourismus kann hierfür einen Beitrag leisten.

Ich halte den Tourismus für einen wichtigen Wirtschaftsfaktor, der u.a. auch Arbeitsplätze schafft, Steuereinnahmen generiert und das Image von Neuwied positiv beeinflusst.

Die Aufenthalts- und Lebensqualität wird durch den Tourismus aufgewertet.

Durch den Tourismus sind Gastronomie und Einzelhandel besser ausgelastet und werden gestärkt.

Durch den Tourismus ist mehr Leben in den Straßen.

Ich nutze das touristische Freizeitangebot/die touristische Infrastruktur auch selbst.

Das Umland der Stadt Neuwied bietet ein umfangreiches und abwechslungsreiches Angebot im Bereich „Aktiv sein“ (Wandern, Radfahren, ...).

Touristische Highlights

Was sind Ihrer Meinung nach die touristischen Besonderheiten bzw. Highlights von Neuwied?

Bitte nennen Sie drei Begriffe.



Zielgruppen

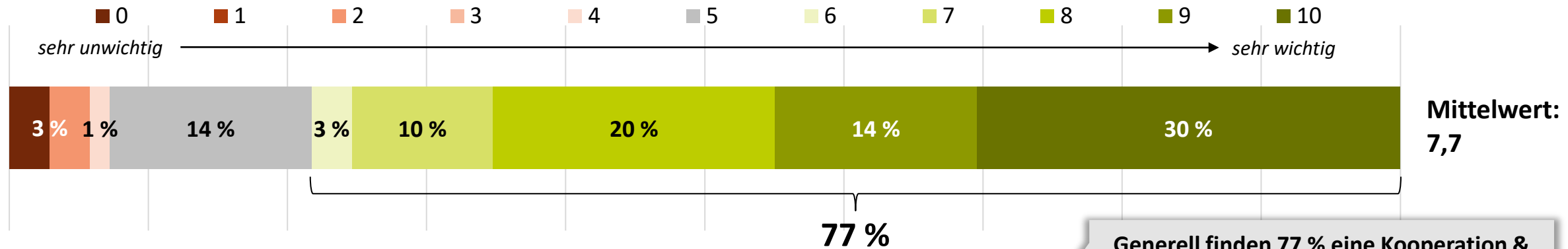
Welche Zielgruppe(n)/Gäste sprechen Sie mit Ihrem Angebot an?



© BTE 2024, n = 30, je größer die Schrift, desto häufiger genannt, mit 7 Nennungen am häufigsten genannt: „Aktive“ / „alle Altersgruppen“ / „Familien“

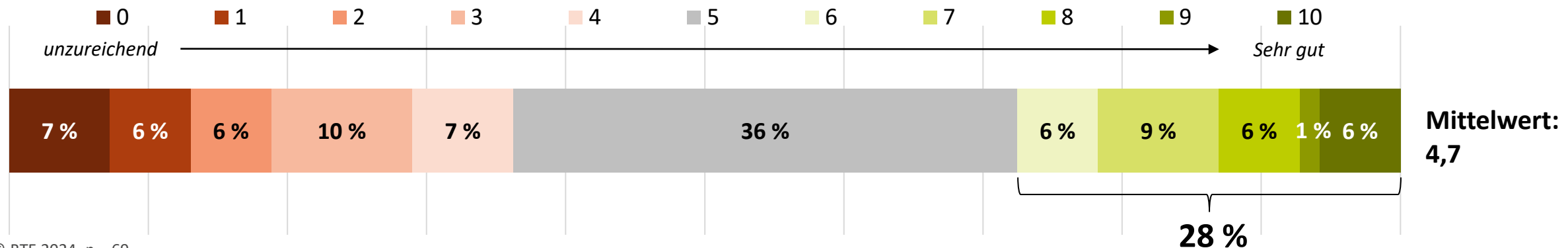
Kooperation & Zusammenarbeit

Was denken Sie, wie wichtig sind Kooperation und Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen touristischen Akteurinnen/Akteuren innerhalb einer Destination, wie der Stadt Neuwied?



Generell finden 77 % eine Kooperation & Zusammenarbeit zwischen touristischen Leistungsträgern wichtig. Aber nur 28 % bewerten die aktuelle Kooperation als gut.

Wie bewerten Sie die aktuelle Kooperation und Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen touristischen Akteurinnen/Akteuren innerhalb Neuwieds?



Handlungsbedarfe

Teil 1

Welche vorrangigen Handlungsbedarfe sehen Sie für eine positive touristische Entwicklung in der Stadt Neuwied? Bitte wählen Sie max. 5 Antwortmöglichkeiten aus.

TOP 5

Sicherung und Ausbau touristischer Infrastrukturen sowie Angebote in Anzahl und Vielfalt (insb. im Bereich Gastronomie/Beherbergung).

65,2 %

Verbesserung der touristischen Vermarktung der Stadt Neuwied.

47,8 %

Qualitätssteigerung der tourismusrelevanten Infrastrukturen und Angebote.

37,7 %

Schaffung von Besuchsanlässen und Belebung der Innenstadt durch Aktionen, Veranstaltungen, Kunst etc.

36,2 %

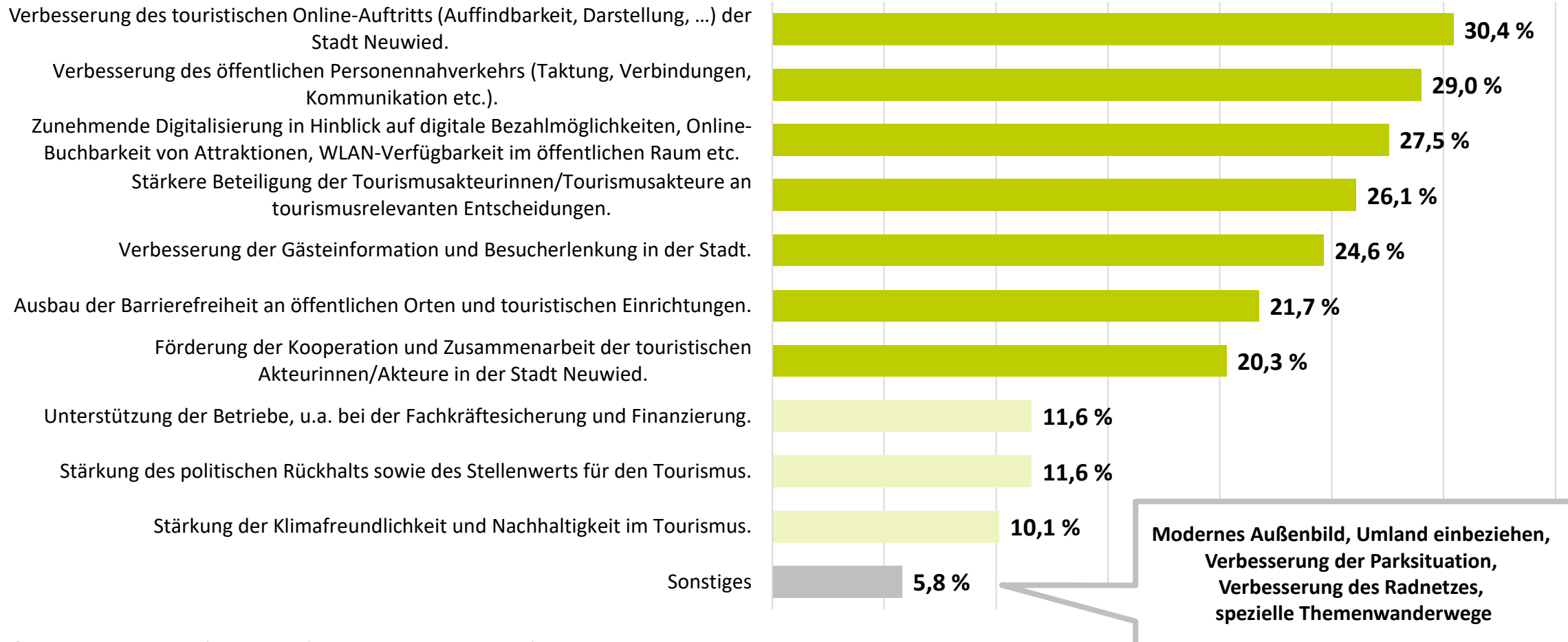
Stärkere Vernetzung der touristischen Angebote und Infrastrukturen z.B. zu Angebotspaketen.

36,2 %

Handlungsbedarfe

Teil 2

Welche vorrangigen Handlungsbedarfe sehen Sie für eine positive touristische Entwicklung in der Stadt Neuwied? Bitte wählen Sie max. 5 Antwortmöglichkeiten aus.



Erwartungen, Wünsche & Vision

Welche Erwartungen, Wünsche und Visionen haben Sie im Hinblick auf die touristische Entwicklung der Stadt Neuwied?

„Als Stadt am Rhein mit dem Deich als Besonderheit – aber kein **Schiffsanleger**? Das ist doch eine Katastrophe!“

„Meiner Meinung nach haben die **Stadtteile Engers und Heimbach-Weiß** ein großes Potenzial, dass leider **viel zu wenig beachtet** wird. Die Innenstadt ist nach meiner Meinung auf einem guten Weg.“

„Die Tourismus- und Freizeitanbieter sollten sich unter einem **gemeinsamen Konzept gegenseitig stärken**, statt sich als Einzelkämpfer allein durchschlagen zu müssen.“

„Erhöhung der Attraktivität der **Einkaufszone und der Gastronomie**. Schaffung von **Freizeitmöglichkeiten** und **Erreichbarkeit** dieser und bereits vorhandener mit **ÖPNV** in den Stadtteilen.“

„Die **natürlich vorhandenen Gegebenheiten einbinden**. **Wandermöglichkeiten** werden nur begrenzt angeboten.“

„Mehr **Alleinstellungsmerkmale schaffen**, die über einmal im Jahr stattfindende Veranstaltungen hinausgehen.“

„Mehr **Transparenz in der Darstellung der verschiedenen Attraktionen** in Neuwied.“



Ergebnisse der Gästekbefragung



Soziodemographie

Geschlecht der Teilnehmenden

57 %



weiblich

40 %



männlich

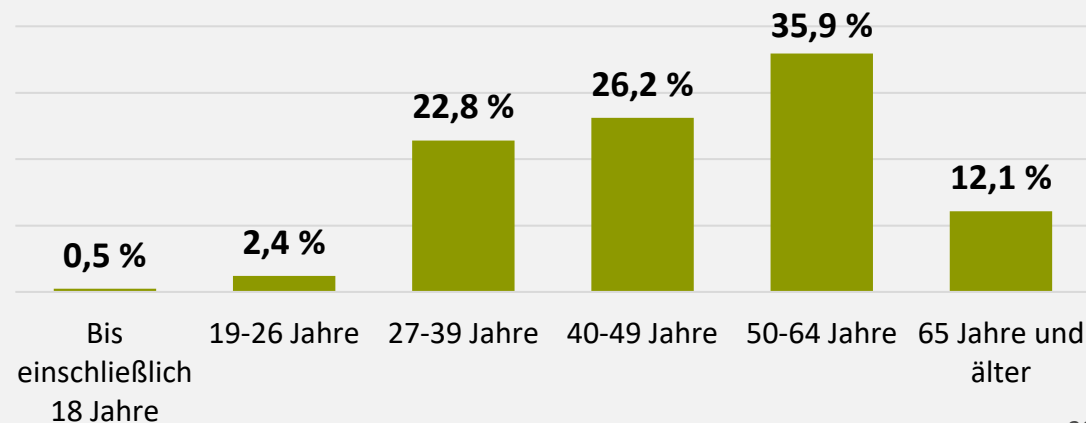
3 %



divers

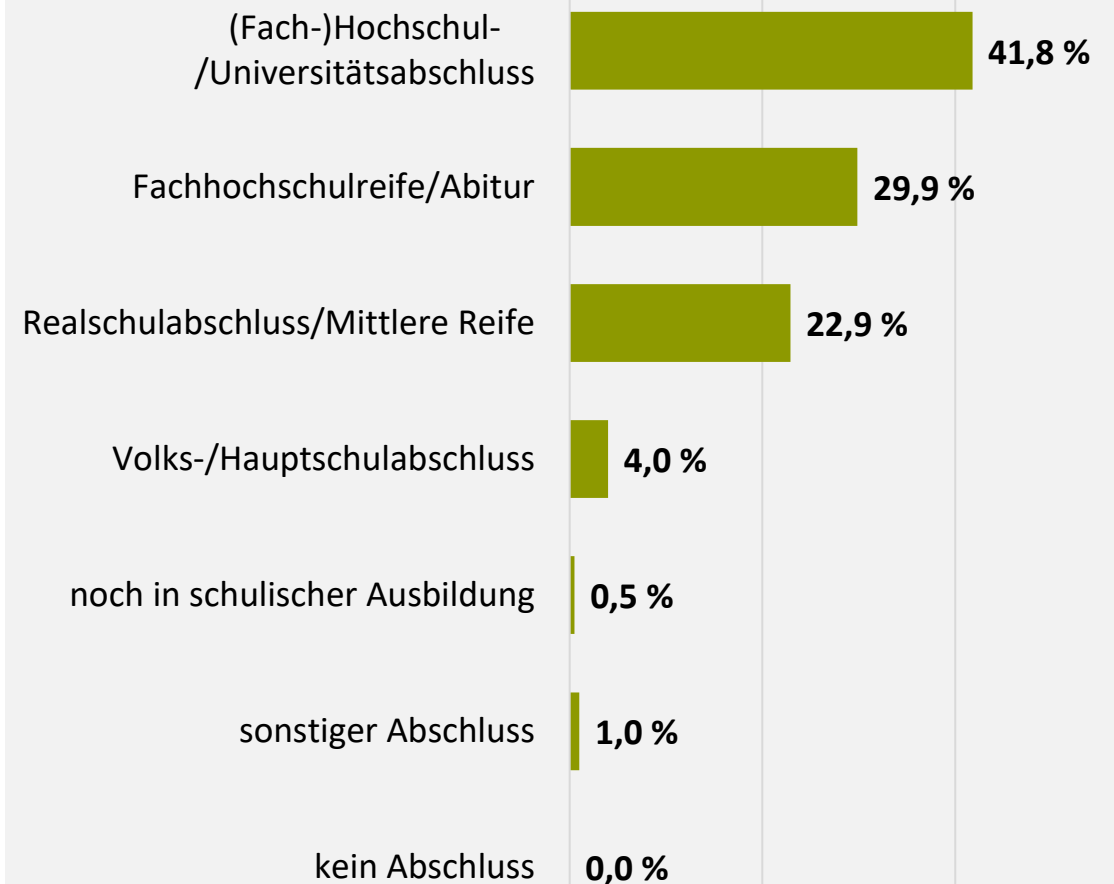
n = 204

Alter der Teilnehmenden



n = 206

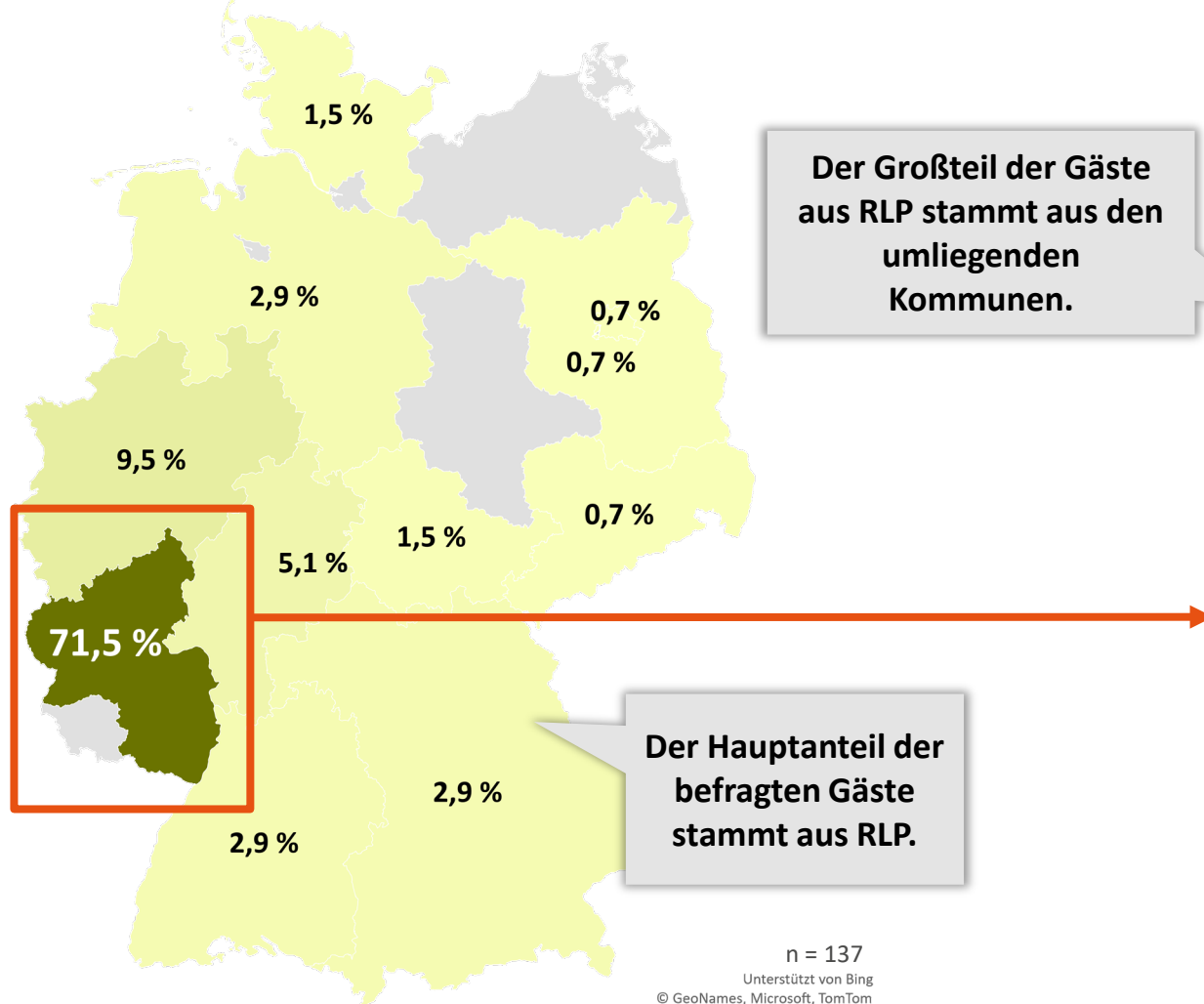
Aktuell höchster Bildungsabschluss der Teilnehmenden



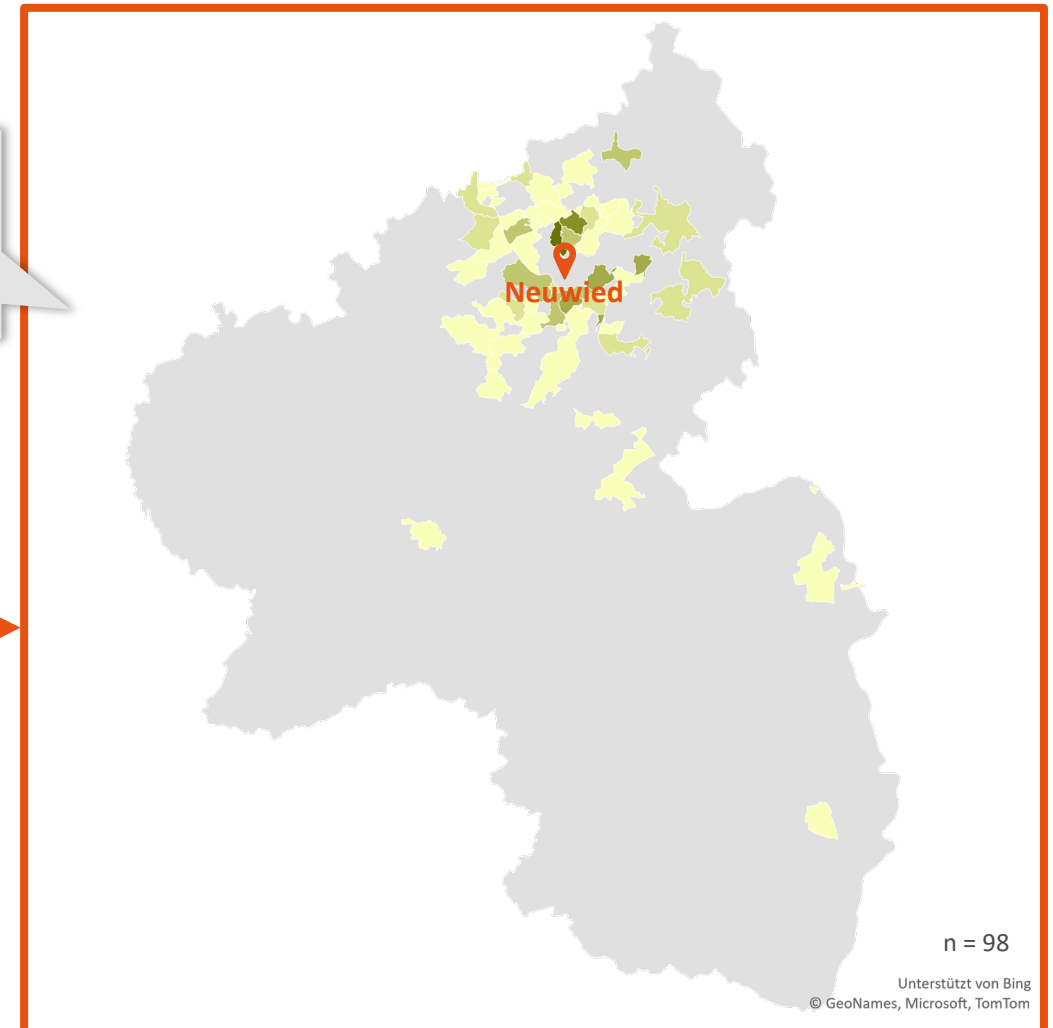
n = 201

Soziodemographie

Herkunft der deutschen Besucher



Detailbetrachtung Rheinland-Pfalz



Gästestruktur

Welcher der folgenden Antwortoptionen ordnen Sie sich zu?

Hauptanteil der Befragten sind Tagesgäste, davon stammen 95 % vom Wohnort (nicht Neuwied).



77 %
Tagesgäste

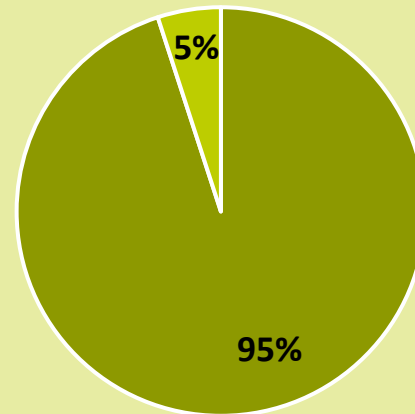
23 %
Übernachtungsgäste

$\frac{2}{3}$ der Übernachtungsgäste bleiben 1 oder 2 Nächte.



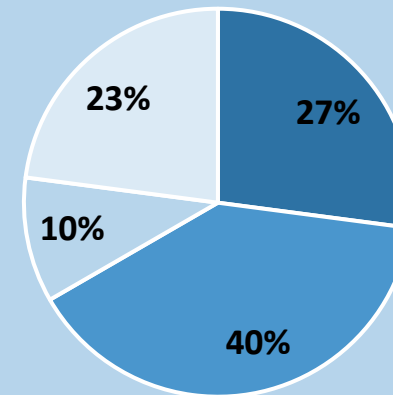
Ich mache einen Tagesausflug in die Stadt Neuwied, und zwar:

- vom Wohnort
- vom Urlaubsort (nicht Neuwied)



n= 160

Ich bin Übernachtungsgast in der Stadt Neuwied, und bleibe:

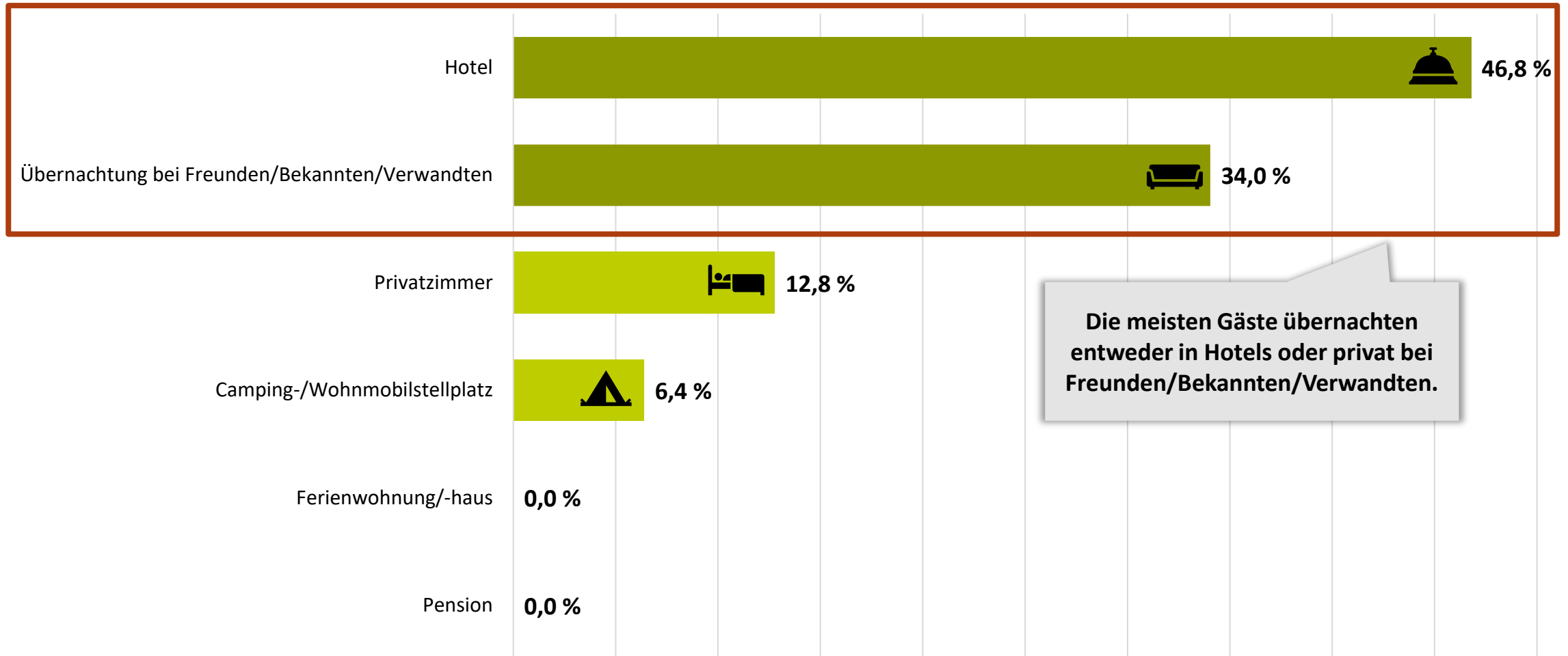


n= 48

- 1 Nacht
- 2 Nächte
- 3 Nächte
- 4 Nächte oder länger

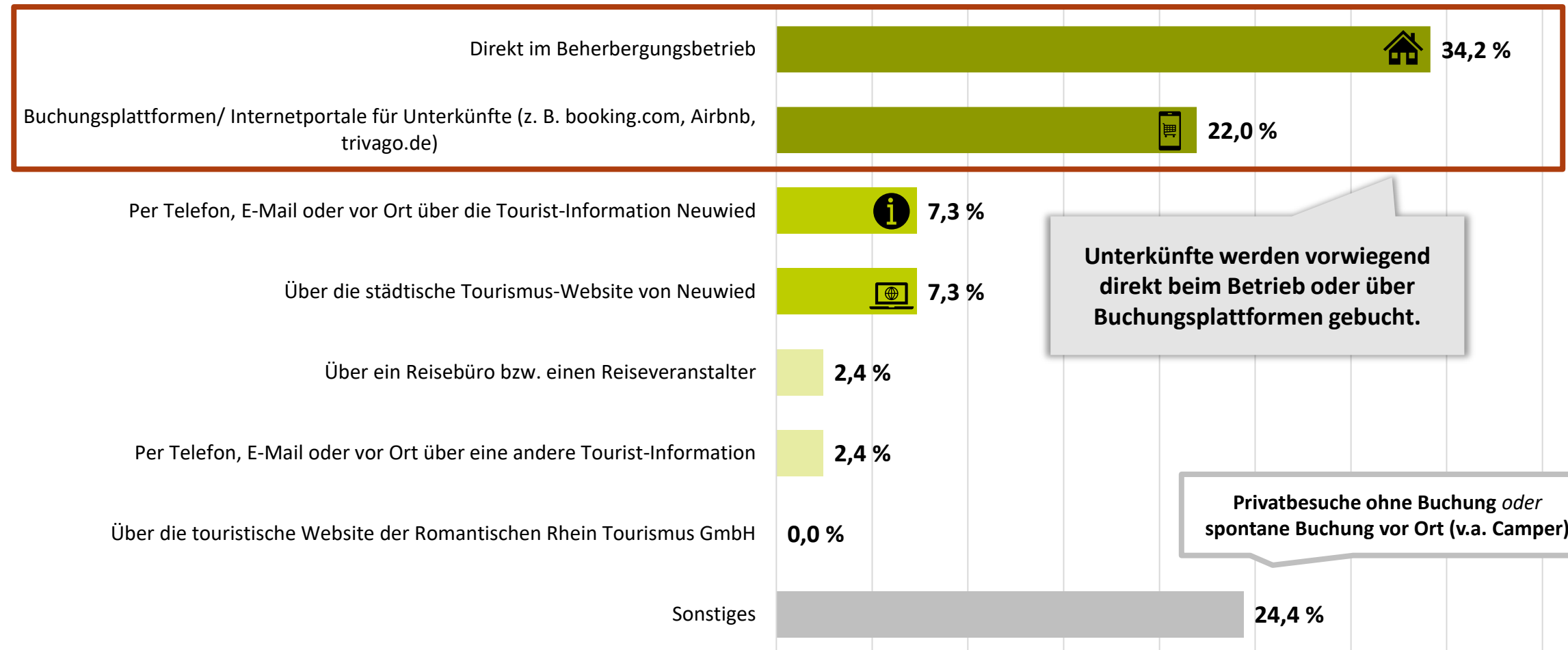
Wahl der Übernachtungsmöglichkeit

Welche Unterkunftsort haben Sie für Ihre Übernachtung gewählt?



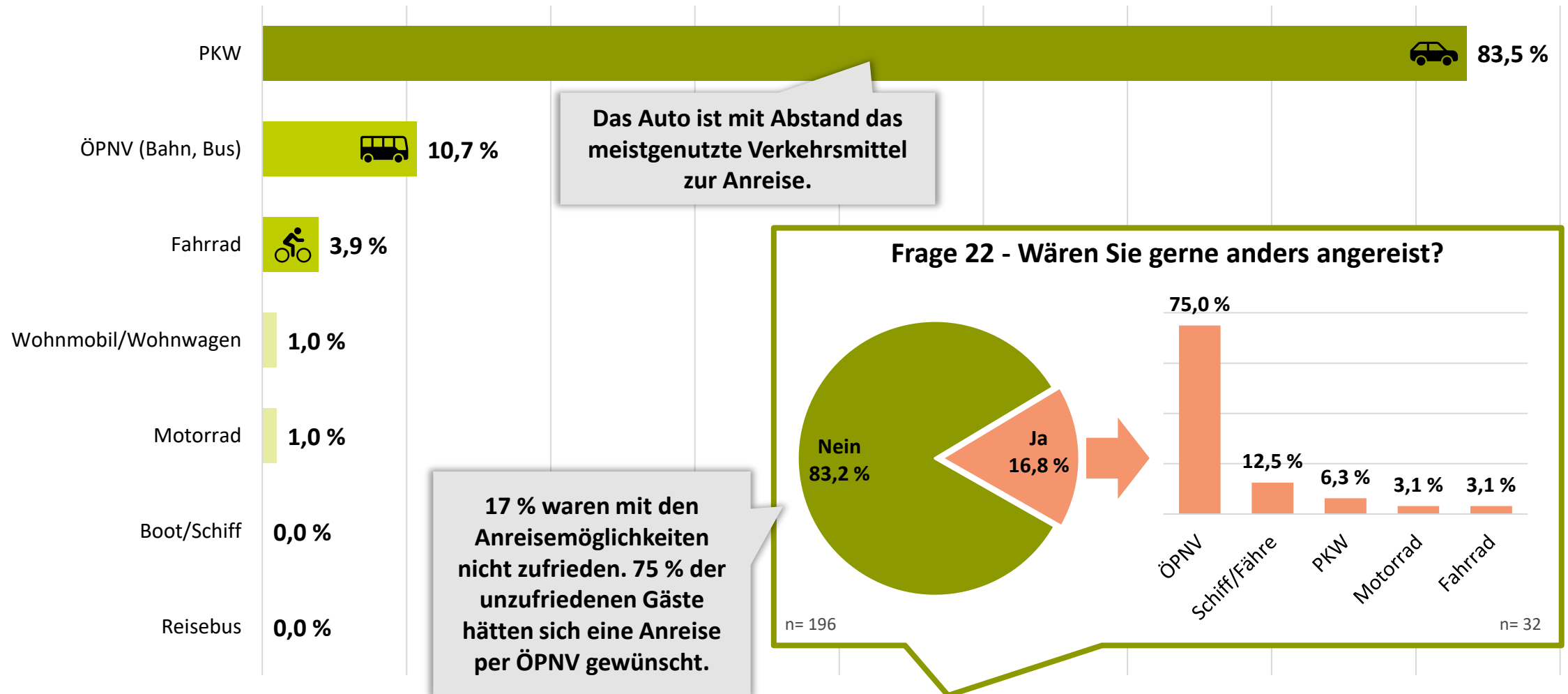
Buchungsweg

Wo oder wie haben Sie Ihre Reise/ Ihre Unterkunft gebucht?



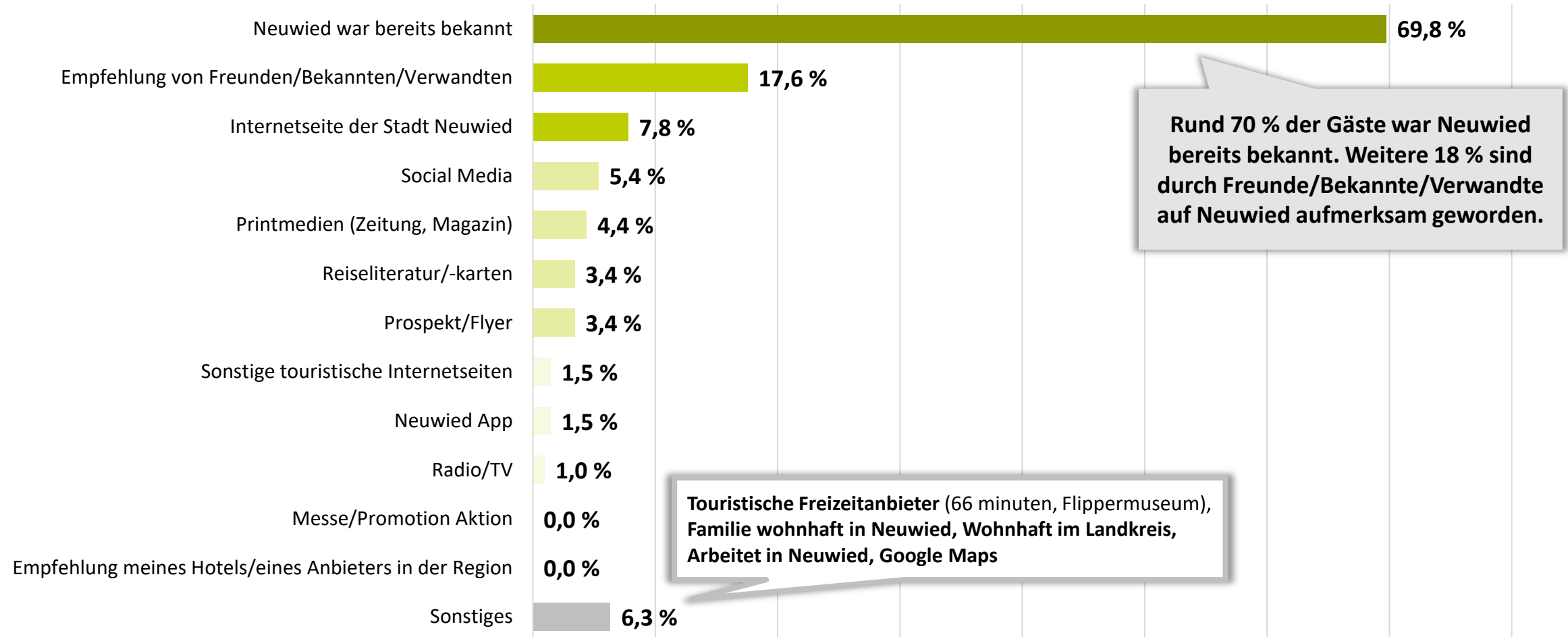
Verkehrsmittelwahl

Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie hauptsächlich in die Stadt Neuwied angereist?



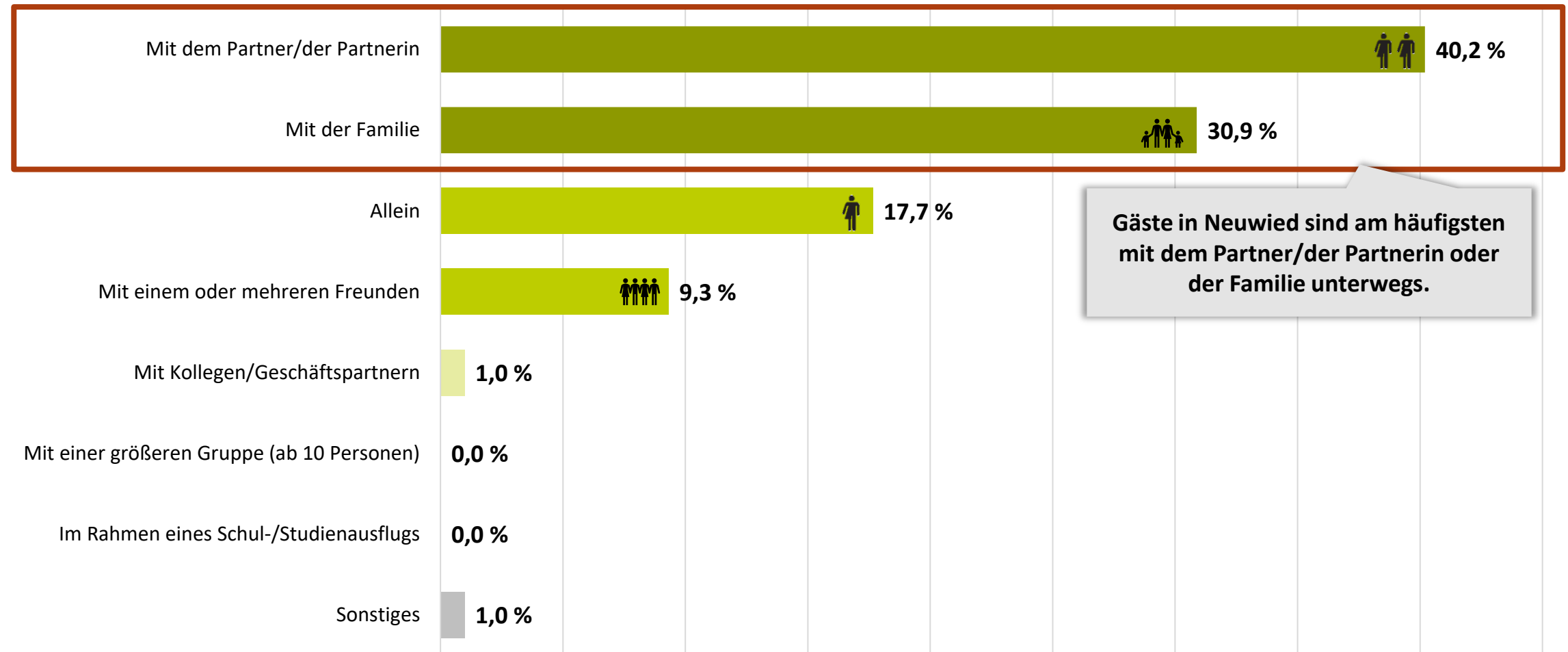
Aufmerksamkeit auf Neuwied

Wie sind Sie auf Neuwied aufmerksam geworden?



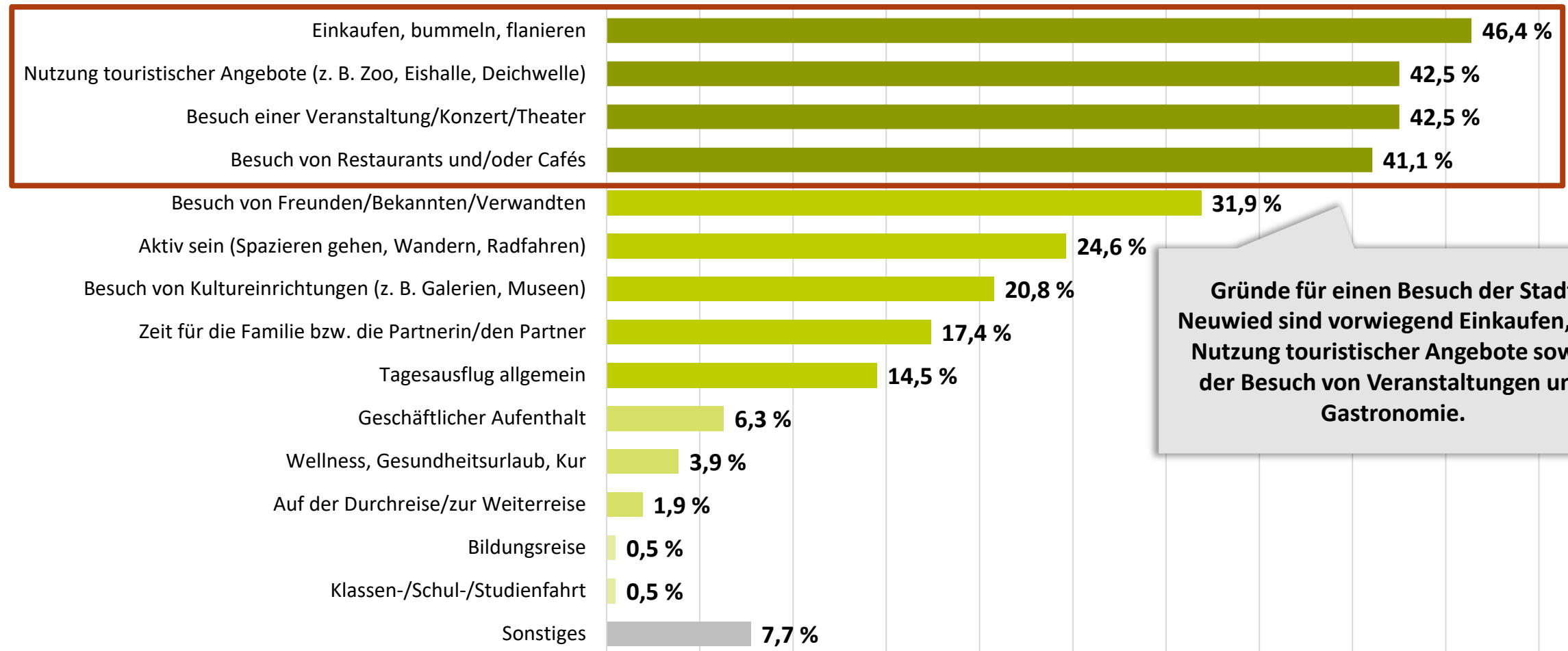
Reisekonstellation

Mit wem sind Sie unterwegs?



Reisemotive

Was sind die Gründe für Ihren Aufenthalt in bzw. Tagesausflug nach Neuwied?



Gründe für einen Besuch der Stadt Neuwied sind vorwiegend Einkaufen, die Nutzung touristischer Angebote sowie der Besuch von Veranstaltungen und Gastronomie.

Besuchsabsichten

Bitte nennen Sie drei konkrete Sehenswürdigkeiten, Attraktionen oder Orte, die Sie während Ihres Aufenthaltes besuchen werden bzw. bereits besucht haben.



Touristisches Außenbild der Stadt Neuwied

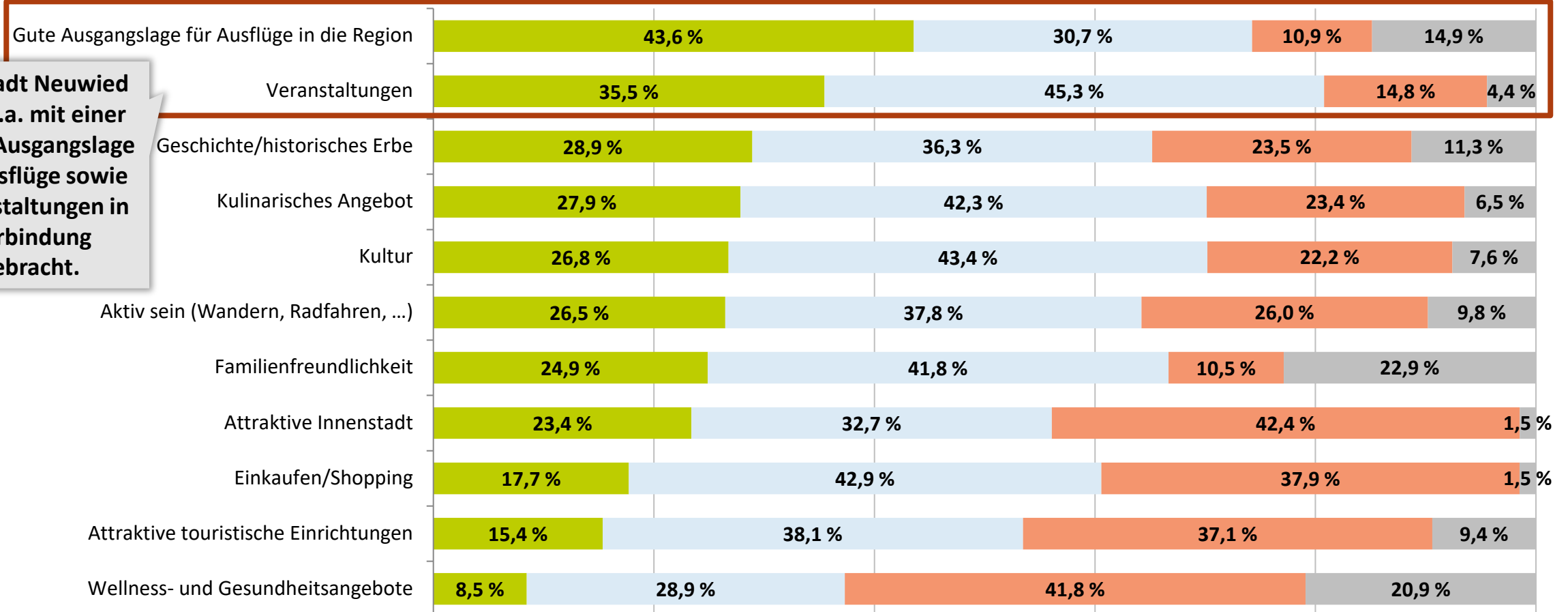
Gern würden wir Ihr persönliches Bild von der Stadt Neuwied erfahren. Was zeichnet die Stadt Ihrer Meinung nach als touristisches Ziel aus?



Assoziierungen mit der Stadt Neuwied

Inwieweit verbinden Sie die genannten Merkmale/Themen/Begriffe mit der Stadt Neuwied?

eher ja teilweise eher nein kann ich nicht beurteilen



Die Stadt Neuwied wird v.a. mit einer guten Ausgangslage für Ausflüge sowie Veranstaltungen in Verbindung gebracht.

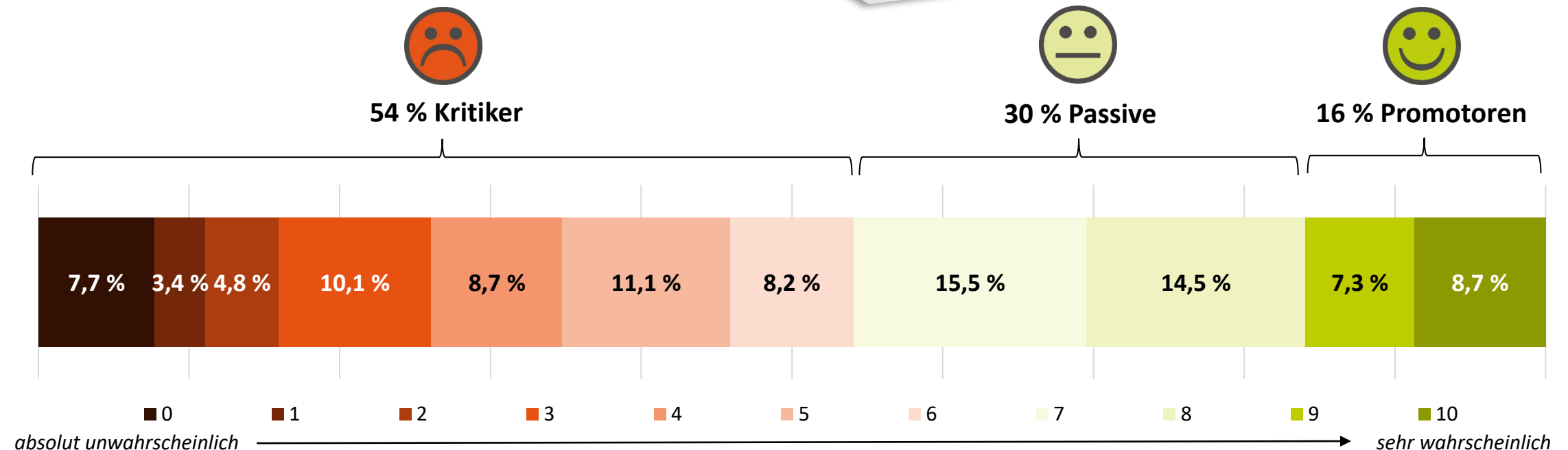
Weiterempfehlung

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Anderen (Familie, Freunden, Kollegen, ...) die Stadt Neuwied als Urlaubs- bzw. Ausflugsziel weiterempfehlen?

Net Promoter Score: - 38

(auf einer Skala von - 100 bis + 100)

- Aktuell würden nur **16%** der Gäste die Stadt Neuwied aktiv weiterempfehlen und positiv über den Besuch bei Familie/Freunden/Bekannten berichten.
- 30%** sind passiv eingestellt, eine Weiterempfehlung ist nicht zu erwarten.
- 54%** sind sogar kritisch eingestellt und werden einen Besuch der Stadt Neuwied nicht empfehlen bzw. sogar davon abraten.

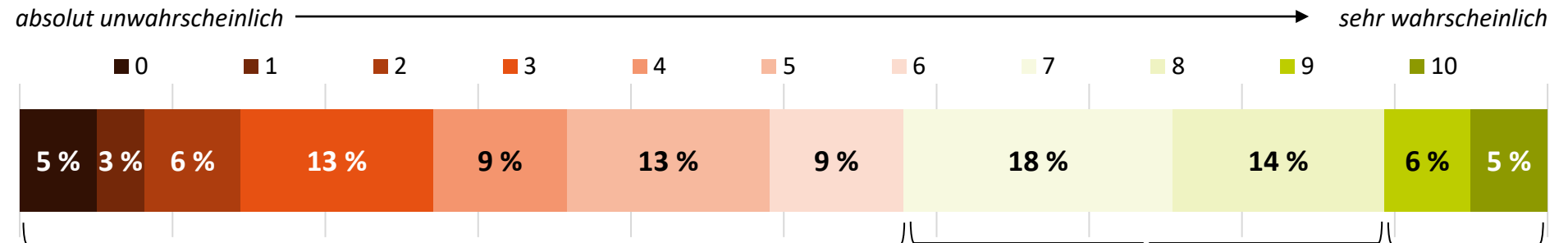


Weiterempfehlung

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Anderen (Familie, Freunden, Kollegen, ...) die Stadt Neuwied als Urlaubs- bzw. Ausflugsziel weiterempfehlen?

Net Promoter Score (NPS)

Tagesgäste
(NPS: -47*)



58 %



Kritiker

31 %



Passive

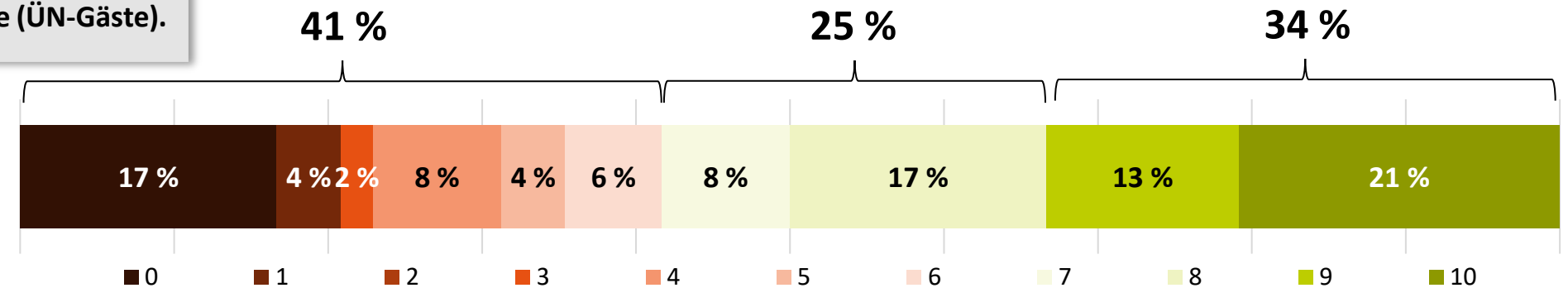
11 %



Promotoren

Tagesgäste sind bei der Weiterempfehlung deutlich kritischer als Übernachtungsgäste (ÜN-Gäste).

ÜN-Gäste
(NPS: -8*)



41 %

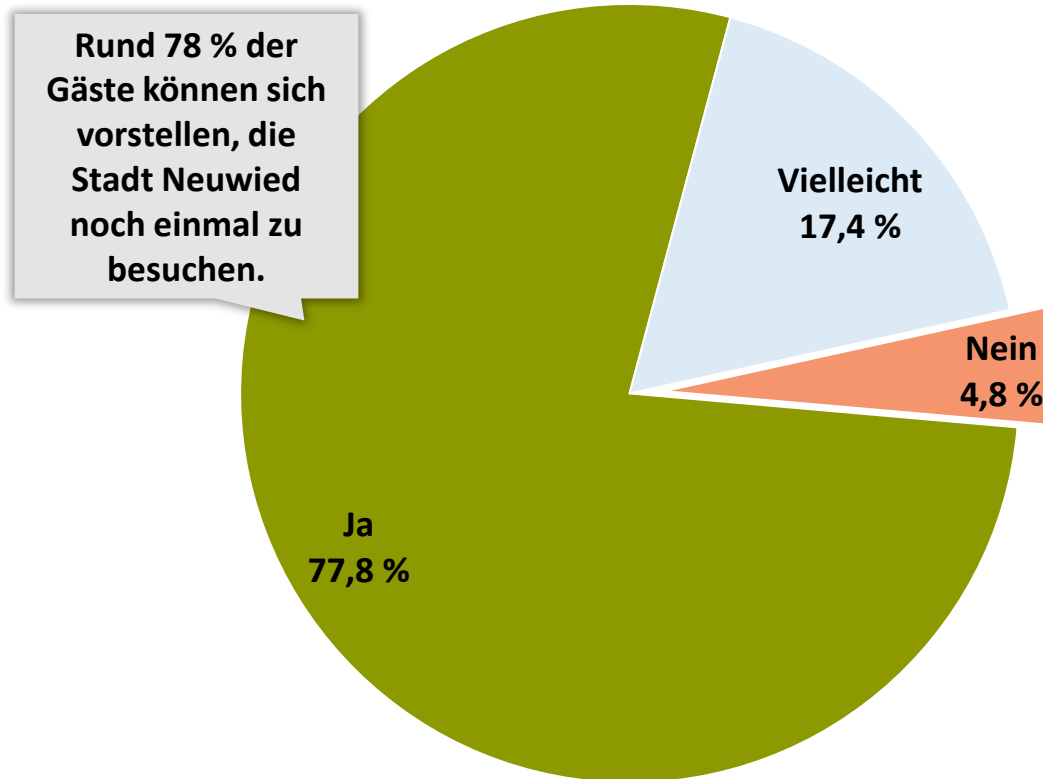
25 %

34 %

absolut unwahrscheinlich → sehr wahrscheinlich

Wiederbesuchsabsicht

Können Sie sich vorstellen die Stadt Neuwied noch einmal zu besuchen?



„Man kann in den Abendstunden nicht mehr alleine auf die Straße gehen.“

„schlechtes Angebot, Baustellen und leere Geschäfte“

„unsauber & unattraktive Innenstadt“

„Keine schöne Atmosphäre in der Stadt, Obdachlosigkeit, viele hässliche Flecken in der Stadt, viele Baustellen, marode Straßen.“

„total verdreckt, kaputte Straßen, viele leere Geschäfte“



Nein, weil...

n = 10

Fazit





Fazit der Online-Befragung

- **Touristische Attraktivität:** Sowohl die Einwohnerschaft als auch die Leistungsträger/Leistungsträgerinnen der Stadt Neuwied schätzen die touristische Attraktivität zum jetzigen Zeitpunkt als eher unattraktiv ein (74 % bzw. 65 %). Mit Blick in die Zukunft wird jedoch von beiden Befragungsgruppen Potenzial hinsichtlich der touristischen Attraktivität gesehen.
- **Eigenschaften:** Die Stadt Neuwied wird von der Einwohnerschaft und den Leistungsträgern/Leistungsträgerinnen u. a. als eher verbaut, ungepflegt, grau, langweilig, nicht gastlich, hindernisreich, anstrengend und einer geringen Aufenthalts- und Lebensqualität in Verbindung gesetzt. Dem gegenüber stehen aber auch positive Eigenschaften, wie weltoffen, traditionell, familienfreundlich und eine zentrale Lage bzw. gute Erreichbarkeit.
- **Wahrnehmung:** Der Tourismus wird von beiden Befragungsgruppen als wichtiger Wirtschaftsfaktor gesehen, der u. a. Arbeitsplätze schafft, Steuereinnahmen generiert und das Image von Neuwied positiv beeinflusst. Auch eine bessere Auslastung und Stärkung der Gastronomie und des Einzelhandels werden wahrgenommen.
- **Angebotsnutzung:** Die Einwohnerschaft Neuwieds nutzt vor allem das vorhandene Wegenetz zum spazieren/wandern sowie das gastronomische Angebot der eigenen Stadt. Gesundheitsangebote werden am wenigsten genutzt.



Fazit der Online-Befragung

■ Handlungsbedarfe:

- Als wichtigsten Handlungsbedarf sehen die Einwohner/Einwohnerinnen die „Schaffung von Besuchsanlässen und die Belebung der Innenstadt durch bspw. Aktionen oder Veranstaltungen“. Gefolgt von der „Verbesserung des öffentlichen Personennahverkehrs“.
- Die Leistungsträger/Leistungsträgerinnen bewerten die „Sicherung und den Ausbau der touristischen Infrastrukturen sowie Angebote in Anzahl und Vielfalt“ als wichtigsten Handlungsbedarf. Gefolgt von der „Verbesserung der touristischen Vermarktung“.

■ Zielgruppen: Die touristischen Leistungsträger/Leistungsträgerinnen in Neuwied sprechen mit Ihrem Angebot unterschiedliche Zielgruppen an. Die Angebote richten sich sowohl an Aktive und Naturliebhaber, Familien, Kinder und Jugendliche, Kultur- und Kunstliebhabende als auch Geschäftsreisende.

■ Kooperation & Zusammenarbeit: Rund 77 % der Neuwieder Leistungsträger/Leistungsträgerinnen finden eine Kooperation und Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen touristischen Akteurinnen/Akteuren eher wichtig. Die aktuelle Situation der Kooperation & Zusammenarbeit wird jedoch nur mit 28 % als eher gut bewertet.



Fazit der Online-Befragung

■ Erwartungen, Wünsche & Vision:

- Die Neuwieder Leistungsträger/Leistungsträgerinnen wünschen sich für die zukünftige touristische Entwicklung u. a. eine engere Zusammenarbeit untereinander, mehr Transparenz in der Angebotsdarstellung, eine stärkere Berücksichtigung der Stadtteile, die Erhöhung der Innenstadt-Attraktivität, Schaffung von Freizeitangeboten sowie die Erreichbarkeit dieser mit dem öffentlichen Personennahverkehr.
- Die Einwohner/Einwohnerinnen wünschen sich für die Zukunft u. a. die Verbesserung des Einzelhandels, den Ausbau des öffentlichen Personennahverkehrs, eine Verbesserung der Parksituation sowie Radinfrastruktur und eine Aufwertung des gastronomischen Angebotes. Aber auch die allgemeine Belebung der Innenstadt, bessere Sauberkeit und der Bau eines Schiffsanlegers wünschen sich viele.

Fazit der Online-Befragung

■ Soziodemographie:

- Mit 57 % ordnet sich die Mehrheit der Befragungsteilnehmenden dem weiblichen Geschlecht zu. Weitere 40 % dem männlichen Geschlecht und 3 % divers.
- Das Alter der Teilnehmenden liegt mit rund 85 % zwischen 27 und 64 Jahren, wovon die 50-64-jährigen mit 36 % den größten Anteil einnehmen.
- Nahezu jede teilnehmende Person verfügt über min. einen Realschulabschluss bzw. mittlere Reife. Mit knapp 42 % haben die meisten Teilnehmenden sogar einen (Fach-)Hochschul-/Universitätsabschluss.
- Mit rund 72 % stammen die meisten Befragungsteilnehmenden aus Rheinland-Pfalz. Diese stammen zum Großteil aus den umliegenden Kommunen.

- **Gästestruktur:** Mit 77 % stellen Tagesgäste gegenüber den Übernachtungsgästen mit 23 % die größere Zielgruppe dar. Von den Tagesgästen sind mit 95 % nahezu alle vom eigenen Wohnort nach Neuwied angereist und nur 5 % von einem anderen Urlaubsort. Dies deckt sich mit den Angaben zur Herkunft der Gäste, welche zum Großteil aus den umliegenden Kommunen stammen (s. Soziodemographie). Übernachtungsgäste bleiben bevorzugt 1 oder 2 Nächte und entsprechen somit Wochenend- und Kurzreisenden.

Fazit der Online-Befragung

- **Unterkunftswahl und -buchung:** Rund 80 % der Übernachtungsgäste übernachten entweder in Hotels oder privat bei Freunden/Bekannten/Verwandten. Als Buchungsweg wird die Buchung direkt beim Betrieb oder über Buchungsplattformen bevorzugt.
- **Verkehrsmittelwahl:** Das Auto ist mit Abstand das beliebteste Verkehrsmittel zur Anreise. Knapp 84 % der befragten Gäste sind so nach Neuwied angereist. 17 % waren mit den Anreisemöglichkeiten jedoch nicht zufrieden. Drei von vier der unzufriedenen Gäste hätten sich eine Anreise per ÖPNV gewünscht.
- **Aufmerksamkeit auf Neuwied:** Rund 70 % der Gäste war Neuwied bereits vorher bekannt. Weitere 18 % sind durch Freunde/Bekannte/Verwandte auf Neuwied aufmerksam geworden.
- **Reisekonstellation:** Gäste in Neuwied sind am häufigsten mit dem Partner/der Partnerin oder der Familie unterwegs. Weitere 18 % sind alleine und 10 % mit Freunden unterwegs.
- **Reisemotive:** Gründe für einen Besuch der Stadt Neuwied sind vorwiegend Einkaufen, die Nutzung touristischer Angebote sowie der Besuch von Veranstaltungen und Gastronomie.

Fazit der Online-Befragung

- **Touristisches Außenbild der Stadt Neuwied:** Für Besucher/Besucherinnen zeichnet sich Neuwied vor allem durch die Rheinanlage mit Deich & Pegelturm als touristisches Ziel aus. Aber auch die diversen Veranstaltungen und Märkte, die Innenstadt mit den verschiedenen Einkaufsmöglichkeiten, die vorhandenen Museen und kulturellen Angebote sowie die gute Lage und Erreichbarkeit sprechen für Neuwied als touristisches Ziel.
- **Assoziiierungen mit der Stadt Neuwied:** Die Stadt Neuwied wird von Gästen v. a. mit einer guten Ausgangslage für Ausflüge sowie Veranstaltungen in Verbindung gebracht. Am wenigsten verbinden die Gäste die Stadt Neuwied mit Wellness- und Gesundheitsangeboten sowie attraktiven touristischen Einrichtungen.
- **Weiterempfehlung:** Aktuell würden nur 16 % der Gäste die Stadt Neuwied aktiv weiterempfehlen und positiv über den Besuch bei Familie/Freunden/Bekannten berichten. Weitere 30 % sind passiv eingestellt. Hier ist eine Weiterempfehlung nicht zu erwarten. 54 % sind sogar kritisch eingestellt und werden einen Besuch der Stadt Neuwied nicht empfehlen bzw. sogar davon abraten. Somit liegt ein Net Promotor Score von - 38 vor (auf einer Skala von - 100 bis + 100). Tagesgäste sind bei der Weiterempfehlung mit 58 % Kritikern und 11 % Promotoren deutlich negativer eingestellt als Übernachtungsgäste (ÜN-Gäste) mit 41 % Kritikern und 34 % Promotoren.
- **Wiederbesuchsabsicht:** Bei der Wiederbesuchsabsicht zeigt sich, dass sich rund 78 % vorstellen können, die Stadt Neuwied noch einmal zu besuchen.



Fazit der Online-Befragung

■ Touristische Highlights & Besuchsabsichten der Gäste

- Die **Einwohnerschaft** und die **Leistungsträger/Leistungsträgerinnen** sind sich einig, dass die Rheinanlage mit Deich und Pegelturm das touristische Highlight Neuwieds ist.
- Als weitere touristische Highlights bzw. Besonderheiten sieht die **Einwohnerschaft** den Neuwieder Zoo, das Schloss mit angrenzendem Park, die zahlreichen Veranstaltungen und Märkte (insb. das Deichstadtfest) sowie das Monrepos.
- Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den Neuwieder **Leistungsträgern/Leistungsträgerinnen**. Hier werden ebenso der Neuwieder Zoo und die diversen Veranstaltungen und Märkte als touristische Highlights angesehen. Weiterhin werden das Naturerlebnis/aktiv sein sowie die Deichwelle als weitere Highlights benannt.
- Auch bei den **Gästen** ist die Rheinanlage mit Deich und Pegelturm der meistbesuchte Ort Neuwieds bzw. haben die Gäste am häufigsten die Absicht diese zu besuchen, gefolgt vom Neuwieder Zoo. Weitere Besuchsabsichten stellen die Innenstadt, das 66 Minuten, das Schloss mit angrenzendem Park sowie die Deichwelle dar.

BTE Tourismus- und Regionalberatung

Ihr verlässlicher Partner in der Tourismusentwicklung - erfahren, kompetent, engagiert & kreativ seit 1989

BTE steht für praxisorientierte, umsetzbare Tourismusberatung und Konzeptentwicklung in der Regionalentwicklung auf Basis profunder Fachkenntnisse in einem interdisziplinären Team. Wir denken umsetzungsorientiert und fach-übergreifend Prozesse bis zum Ende und bieten für jeden Kunden verständliche und visuell aufbereitete Ergebnisse.

Von uns erhalten Sie Beratungsleistungen von der Strategieentwicklung bis zur praktischen Umsetzung.

Zentrale Leistungen:

- Organisationsberatung
- Marken- und Marketingstrategien
- Machbarkeit- & Wirtschaftlichkeitsstudien
- Destinationsentwicklung & Tourismuskonzepte
- Event- und Wettbewerbsorganisation
- Regionale Entwicklungskonzepte
- Grafik, PR & Kommunikation
- Infrastrukturplanung & Standortentwicklung
- Vorträge, Coaching, Moderation

Wichtige Themenfelder:

- Aktivtourismus (Wandern, Radfahren, Reiten, Wasser)
- Nachhaltiger Tourismus
- Naturtourismus
- Beschilderung & Besucherlenkung
- Gastgewerbe & Freizeitattraktionen
- Kulturtourismus
- Digitalisierung

www.bte-tourismus.de