

ÉTONNER
Ardenne
ENCHANTER



DESTINATION ARDENNE

KENNZAHLEN

EDITION 2020

INHALT

DAS ARDENNEN-GEBIET	4
GESCHICHTE DER EWIV	5
DIE INTERREG V-PROJEKTE - ARDENNE ATTRACTIVITY & AGRETA	6
TOURISMUS-KENNZAHLEN IN DEN ARDENNEN	8
ARDENNE ECOTOURISM & AGRETA	10
ARDENNE CYCLO	13
ARDENNE AMBASSADORS & AGRETA	14
ARDENNE MARKETING & AGRETA	16
ARDENNE INCOMING	20
LES RENCONTRES DE L'ARDENNE	21
PARTNER UND KONTAKTINFORMATIONEN	22



Groupement Européen d'Intérêt Economique de la Destination Ardenne
24, place Ducale 08000 Charleville-Mézières

Fotonachweis: Laetis - VisitArdenne / Thermes de Spa / Teddy Verneuil, Céline Lecomte / FTLB : K. Manand, P. Willems & K. Hazard / FTPL : P. Fagnoul, ADT08 : D. Truillard, Icon made by Freepik from www.flaticon.com / Web-showcase made by Pixeden / Vincent Frasiak / Sébastien Ortega-Dubois / Pixabay / Design und Layout: B. Dumortier et D. Gevaerts

WEIT WEG UND DOCH SO NAH, EINE PASSENDE ANTWORT AUF DIESE UNGEWÖNLICHE SAISON



Was für ein sonderbares Jahr 2020, liebe Partner und Freunde!

Es ist noch nicht lange her, da hätte wohl niemand gedacht, wie eng unser ganzes Handeln in dieser hyperglobalisierten Welt miteinander verflochten ist. Unser Alltag, unsere Gesundheit und unsere Reaktionen auf das jüngste Geschehen. Der natürliche Reflex angesichts einer solchen Entwicklung lautet Rückzug, Abschottung, Kontakteinschränkung. Die EWIV Ardennen jedoch hat selbst in diesen Zeiten Kurs gehalten, mit tapferer Unterstützung aller ehrenamtlichen Helfer, die zu haben waren. Lockdowns und Grenzsicherungen haben das Ganze natürlich erschwert, doch konnten wir mit vereinten Kräften unsere Kommunikation gezielt auf die neuen Erwartungen der Verbraucher umstellen, neue Wege zum Austausch miteinander beschreiten und das Image unseres Gebiets weiter pflegen.

Weit weg und doch so nah. Mit dieser bezaubernden Aussicht luden die Ardennen im Sommer 2020 zum Besuch. Und die Touristen folgten der Einladung in Scharen. So wurde es doch noch eine gelungene Sommersaison, mit der sich unsere Tourismusanbieter über Wasser halten konnten. Manche Tätigkeitsbereiche allerdings hat es hart getroffen, auch jetzt noch. Als Interessenvereinigung, die den Ardenner Tourismus in all seiner Vielfalt fördert, versuchen wir gemeinsam mit sämtlichen Mitgliedern der EWIV Ardennen, den Betroffenen Gehör zu schenken und ihnen in dieser Pandemie nach bester Möglichkeit zur Seite zu stehen, damit sie den Weg aus dieser absonderlichen Krise herausfinden.

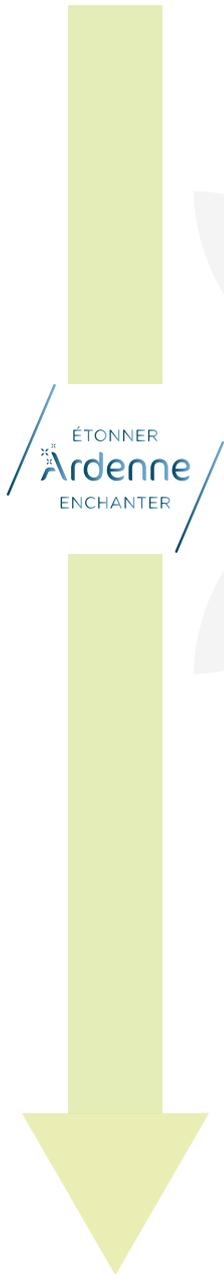
Die Marke Ardennen zählt inzwischen mehr als 730 Mitglieder. Und wenn ich sehe, dass der Aktionsbereich der Marke weiterwächst, dass Sie sich in solch schwierigen Zeiten mit derartigem Engagement für die Sache einsetzen und dass auf unsere Teams absoluter Verlass ist, dann weiß ich mit Sicherheit, dass unsere Destination gestärkt aus diesem Härtetest hervorgehen wird, weil unser touristisches Angebot und die örtlichen Gegebenheiten jetzt noch besser auf die Erwartungen der Nutzer zugeschnitten sind.

Dominique Arnould
Präsidentin der EWIV Destination Ardenne

DAS ARDENNEN-GEBIET



GESCHICHTE DER EWIV



2009 - Entstehung eines Gemeinschaftsprojekts: Entstehung eines Gemeinschaftsprojekts: Dieses Vorgehen entstand aus dem Wunsch einer Gruppe von Akteuren nach Zusammenarbeit: Fremdenverkehrsverbände, Fremdenverkehrsämter ... (in Belgien, Frankreich und im Großherzogtum Luxemburg).

2010 - Erarbeitung eines eigenen Profils:

Dieses legte den Grundstein der Zusammenarbeit rund um eine Bestandsaufnahme zum Tourismus im Gebiet.

2011 / 2012 - Kreation eines gemeinsamen Markencodes

Ab 2013 - Beitritt zur Marke Ardenne

Entstehung von Aktionen, die informieren, mobilisieren und zum Beitritt zur Marke Ardenne motivieren sollen.

2014 - Die EWIV Destination Ardenne

Gründung der Europäischen wirtschaftlichen Interessenvereinigung (EWIV) Destination Ardenne.

2015 / 2016

Fortsetzung und Ausbau der gemeinsamen Kommunikationsmaßnahmen zur Bewerbung der Destination Ardenne.

2016 / 2017 - Projekte Ardenne Attractivity und AGRETA

Start eines ehrgeizigen Aktionsplans im Rahmen der Programme INTERREG V (France Wallonie Vlaanderen und Großregion).

2018 / 2019

Erste Reflektion zur Ausweitung der Marke auf andere Aktivitätssektoren.

Die Interreg-Projekte - Ardenne Attractivity und AGRETA

Die Ardennen haben das Glück, im Rahmen der Programme Interreg V Großregion und France Wallonie Vlaanderen vom Fonds EFRE zu profitieren. In diesem Rahmen werden das Projektportfolio Ardenne Attractivity (mit 4 Unterprojekten: Ardenne Ecotourism, Ardenne Ambassadors, Ardenne Marketing und Ardenne Cyclo) und das Projekt AGRETA umgesetzt, um die Attraktivität der grenzüberschreitenden Ardennen zu steigern.

Ziel dieser Projekte ist es:

- die Dimension der nachhaltigen Entwicklung einzubeziehen
- Bekanntheit und Image zu verbessern
- Produkte und Dienstleistungen zu bewerben, die den Erwartungen der Zielgruppen entsprechen
- Tourismusunternehmen zu halten und anzuziehen
- die Ardennen an der Spitze der großen europäischen Fahrradtourismusgebiete etablieren
- neue Tourismuskunden anzuziehen und die Dauer ihres Aufenthalts das ganze Jahr über zu verlängern.

Mit anderen Worten, die mithilfe dieser besonderen Dynamik umgesetzte Strategie zur Steigerung der Attraktivität privilegiert die Nachhaltigkeit und mobilisiert Tourismusunternehmen, Bewohner als Botschafter ihrer Region, Tourismusschulen und die an der Attraktivität des Gebiets mitwirkenden Institutionen rund um eine eigene Marke.

Der Zweck: Die Zugehörigkeit zu den grenzüberschreitenden Ardennen zu einem echten Wettbewerbsvorteil zu machen, die deren Attraktivität insgesamt erhöht.

*AGRETA : Ardenne Groß Region, Ökotourismus und Attraktivität





Die Projektsteuerung

Die EWIV „Destination Ardenne“ ist für die Verwaltung, Koordination und Steuerung aller Projekte verantwortlich.

Buchhaltungs- und
Verwaltungseinheit

Einheit „Strategische
Überwachung“



Für eine nachhaltige Entwicklung der Ardennen

Ziel: Die Ardennen zu einem nachhaltigen Tourismusziel mit hochwertigem Angebot für entschleunigtes Reisen machen, ein Netzwerk von Tourismusfachleuten, die sich für nachhaltige Entwicklung, Valorisierung lokaler Erzeugnisse und innovative Projekte engagieren.



Ein Netzwerk der Botschafter der Ardennen

Ziel: Einwohner, Tourismusunternehmen und Tourismusfachleute mobilisieren, um sie zu echten Botschaftern der Ardennen zu machen, die Angebote und touristische Inhalte tragen und deren Rolle im Rahmen des Projekts Ardenne Marketing hervorgehoben wird.



Marketing der Zielregion

Ziel: Bekanntheit und Image der Zielregion Ardennen weiterentwickeln, ihre Attraktivität für Touristen und darüber hinaus ihre Gesamtattraktivität steigern, indem die Zielregion stärker wettbewerbsorientiert und nachhaltig positioniert wird.



Fahrradtouristische Entwicklung der Ardennen

Ziel: Einrichtung, Ausstattung und Förderung zweier neuer Radrouten zur Erkundung der grenzübergreifenden Ardennen mit ihren weitläufigen Naturlandschaften.

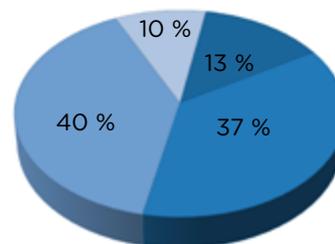


TOURISMUS-KENNZAHLEN IN DEN ARDENNEN - 2019

UNTERKÜNFTE

94 387 lits - Platzkapazität der Ardennen außer Internetplattformen (- 6% / 2018)

Verteilung der Gästebetten nach Unterkunftstyp



- Mietunterkünfte 40 %
- Camping 37 %
- Hotel 13 %
- Gruppenunterkünfte 10 %

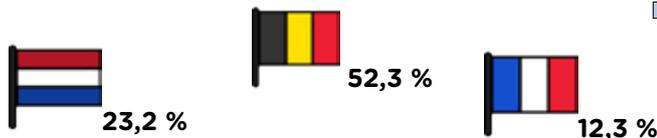


35 135 - Anzahl der Betten auf den Campingplätzen der Ardennen

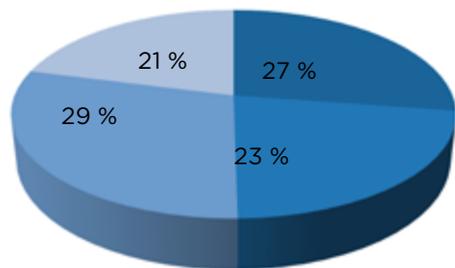


12 743 - Anzahl der Betten in den Hotels der Ardennen

Übernachtungen nach Nationalität



Registrierte Übernachtungen



- Mietunterkünfte 29 %
- Hotel 27 %
- Camping 23 %
- Gruppenunterkünfte 21 %

8 558 558 - Anzahl der 2019 registrierten Übernachtungen (+8,8 % gegenüber 2018)



1 924 540 - Anzahl der registrierten Campingübernachtungen (+2 % gegenüber 2018)



2 349 368 - Anzahl der registrierten Hotelübernachtungen (-3 % gegenüber 2018)



BESUCHS- UND FREIZEITSTÄTTEN

7 377 403 Besucher in 2019* (+4,2 % gegenüber 2018)



121 Museen und 1 926 667 Besucher



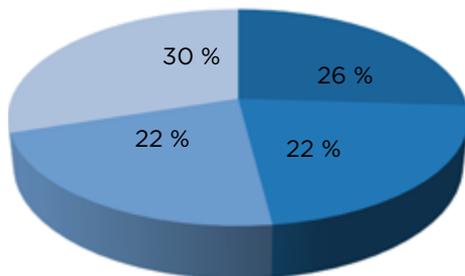
67 Aktivitäten (Wassersport, Freizeitzentren, Freizeitparks, Touristenzüge) und **2 235 498 visiteurs**



38 Sehenswürdigkeiten und 1 602 027 visiteurs



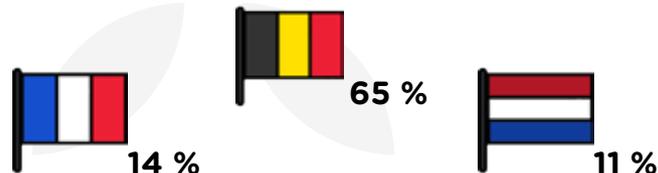
32 Naturattraktionen (Höhlen/Kavernen, Tierparks/zoos/Reservate) und **1 613 211 visiteurs**



Besucheraufkommen nach Ortstyp

- Aktivitäten 30 %
- Museen 26 %
- Sehenswürdigkeiten 22 %
- Natursehenswürdigkeiten 22 %

Besucheraufkommen nach Nationalität



* In dieser Summe sind auch die Zahlen der Eislek-Region einbegriffen, weil sie global angegeben wurden.

ARDENNE ECOTOURISM & AGRETA : FÜR DIE ENTWICKLUNG EINES NACHHALTIGEN ANGEBOTS IN DEN GRENZÜBERSCHREITENDEN ARDENNEN



Ziel: Angebote für Touristen, die auf nachhaltiger Entwicklung basieren.

87 % der internationalen Reisenden erklären, beim Reisen die Umweltbelastung begrenzen zu wollen.



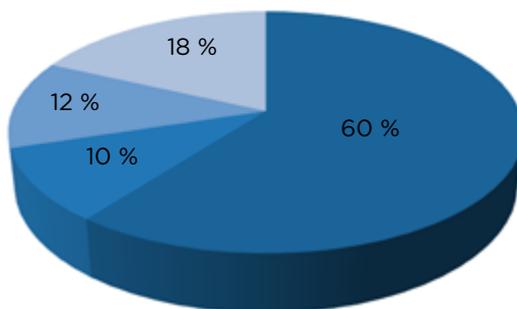
68 % der Reisenden planen, in einer umweltfreundlichen Unterkunft zu übernachten.

Quelle: Studie Booking.com 2018

4 wichtige Entwicklungsachsen:

1. Begleitung der Tourismusfachkräfte bei deren Engagement für nachhaltige Entwicklung
2. Valorisierung lokaler Erzeugnisse für Touristen
3. Sensibilisierung der Touristen für nachhaltige Entwicklung
4. Entwicklung grenzüberschreitender entschleunigter Reiserouten

Aktivitäten der 128 Mitglieder des Clubs Ardenne Ecotourism



Mitglied des Clubs Ardenne Ecotourism zu werden, bedeutet, an der Anerkennung der Ardennen als wichtiges Ökotourismusziel mitzuwirken!

- Unterkünfte 60%
- Restaurants 18%
- Aktivitäten in der freien Natur 10%
- Besuchsstätten und Museen 12%



Audit Ökomanagment: ein Tool das Wirtschaftsleistung und Umweltaforderungen vereint.

Ein Kalender mit saisonalen Erzeugnissen und eine Produzenten-karte, um Gastronomen zu motivieren, lokale Rezepte in Ihrem Speisenangebot hervor-zuheben oder sogar Menüs mit Produkten anzubieten die zu 100% aus den Ardennen stammen!

Großangelegte Studie bei touristischen Besuchern und Anbietern zur Bedarfssituation und Nutzungsweise unsere Naturgebiete.

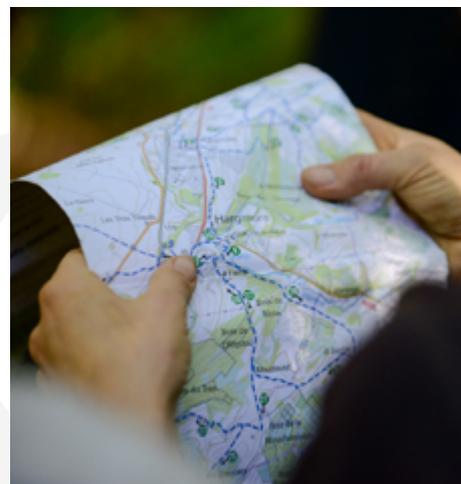
2020, Bau drei neuer Fuß- und Radwege:

- 1 Fußweg (127 km) « Roches et Maisons du Parc »
- 1 Mountainbike-Rundweg:
 - Rundweg « De l'étoile à la perle » (136 km)
- 1 Fahrrad-/E-Bike-Rundwege:
 - Rundweg « La Cacasse » 156 km

Derzeit entstehen weitere Strecken, darunter ein ca. 560 km langer Reitweg.

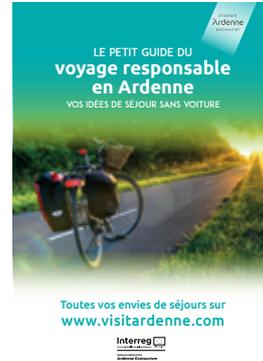
Kommende Landschafts-gestalterische Maßnahmen: 10

Landschaftsräume und 4 Lager-plätze auf französischer Seite.



ERRUNGENSCHAFTEN DER PROJEKTE ARDENNE ECOTOURISM UND AGRETA

Kleiner umweltbewusster Ardennen-Reiseführer mit gut zehn autofreien Urlaubsideen in den Ardennen.



Unterhaltsame Best-Practice-Broschüre mit Empfehlungen und praktischen Tipps für einen Aufenthalt als Urlaubs-, Ausflugs- oder Alltagsgast in den Ardennen.

Verteilung eines Öko-Kits an die Mitglieder des „Club AECO“, um das Bewusstsein der Besucher für umweltschonende Verhaltensroutinen zu schärfen.



Eigenkreation von 70 Naturkundekoffern für Besucher, allesamt mit einer Ardennen Ausgabe des „**Spiels der sieben Familien**“, mit Büchern, Wanderwesten und sonstigen Utensilien zur Erkundung der Landschaftsräume während ihres Aufenthalts.

ARDENNE CYCLO : ENTWICKLUNG DES FAHRRADTOURISMUS IN DEN GRENZÜBERGREIFENDEN ARDENNEN



Ziel: Einrichtung und Förderung zweier neuer Radrouten zur Erkundung der grenzübergreifenden Ardennen mit ihren weitläufigen Naturlandschaften.



Einrichtungen bis 2022

- 2 grenzüberschreitende Radrouten
- 280 km ausgeschilderte Wegstrecken

Errungenschaften 2020

17 km eingerichtete Radrouten

- 7 km sanfte Verkehrsstrecke in Chooz
- 1 km sanfte Verkehrsstrecke in Bièvre
- 9 km sanfte Verkehrsstrecke zwischen Muno und Carignan

1 eingeweihte Wegstrecke

Die Schleife von Chooz am 10. Juli 2020.

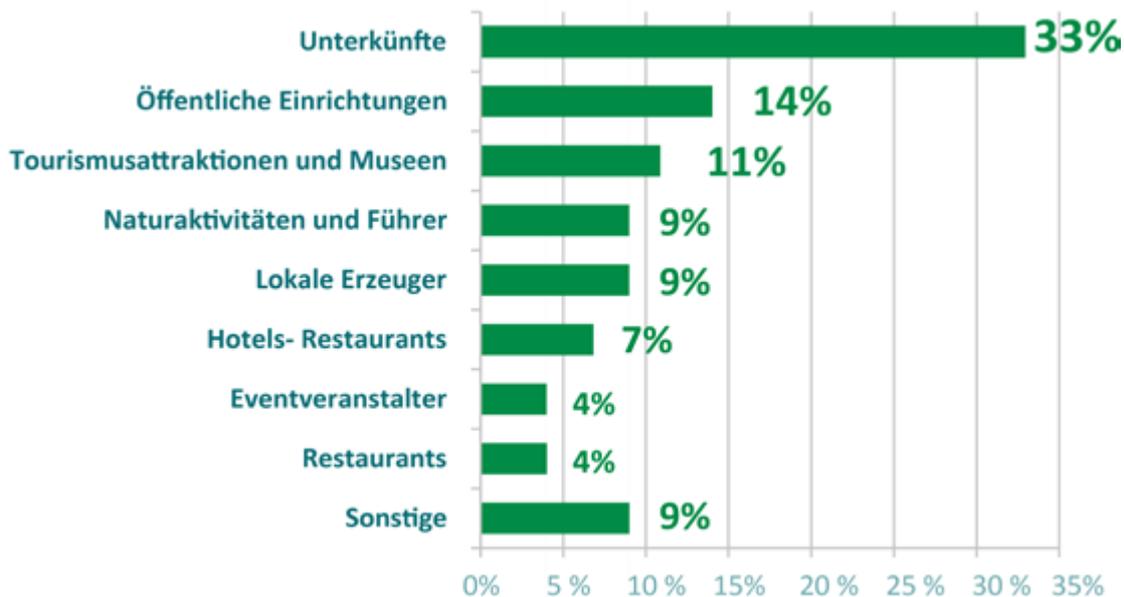


ARDENNE AMBASSADORS & AGRETA : FÜR DIE MOBILISIERUNG DER TOURISMUSUNTERNEHMEN UND BÜRGER IN DEN GRENZÜBERSCHREITENDEN ARDENNEN



2020 gab es **734 Mitglieder*** der Marke Ardenne in Belgien, Frankreich und Luxemburg (654 Mitglieder 2019 und 506 Mitglieder 2018).

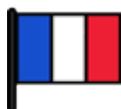
Verteilung der Mitglieder nach Sektoren in %



Verteilung der Mitglieder nach Länder



500 Mitglieder



204 Mitglieder



30 Mitglieder

* Zahlen vom 31/12/2020

INSTRUMENTE

Eine grenzüberschreitende Mediathek: ein Tool, das alle Bestandteile des Markencodes und mehr als **8.500** Medien zur Marke Ardenne verfügbar macht: media.visitardenne.com



Eine Markenplattform: ein Online-Tool, um der Marke beizutreten, Akteur der Marke Ardenne zu werden und aktuelle Projekt-neuigkeiten zur verfolgen: pro.visitardenne.com

BEGLEITUNG

Newsletter: Die Marke Ardennen sendet ihren Mitgliedern monatlich einen Newsletter zu den neuesten Entwicklungen in den Ardennen. 2020 sind **16** Newsletter erschienen, davon **5** Sonderausgaben zur Coronakrise und zum Lockdown..



Les Z'@péros:

Neues Konzept seit 2020. Das Wort Z'@péro ist eine Verschmelzung aus „Zoom“ und „Apéro“ (dem französischen Wort für Aperitif). Das Prinzip ist einfach. Da persönliche Begegnungen pandemiebedingt nicht möglich sind, kommt man virtuell zusammen, um über diverse Themen auszutauschen.

2 Austauschgruppen
(gebildet im Nov. 2020)



85 Mitglieder



16 Mitglieder

ARDENNE MARKETING & AGRETA : FÜR DIE TOURISTISCHE VERMARKTUNG DER GRENZÜBERSCHREITENDEN ARDENNEN UNTER EINBEZIEHUNG NEUER METHODEN DES TERRITORIALMARKETINGS

991 991 Sessions* (+518%/2019)

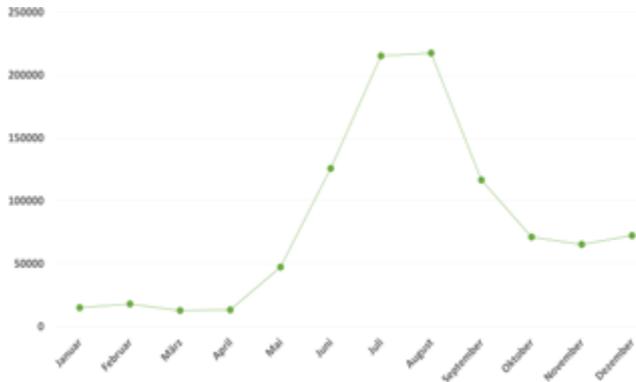
1,99 angesehene Seiten pro Session

2:20 Minuten Durchschnittsdauer

58% der Nutzer sind Frauen



WWW.VISITARDENNE.COM



24% sind zwischen 25 und 34 Jahre alt (größte Altersgruppe)

59% der Sitzungen finden von einem Mobiltelefon aus statt

< Entwicklung der Sitzungsanzahl

Besucheraufkommen nach Nationalität



Mai 2019: Veröffentlichung der niederländischen Version
 September 2019: Veröffentlichung der deutschen Version
 Januar 2020: Veröffentlichung der englischen Version

* Im Zeitraum von 01/01/2020 bis 31/12/2020

Die Top 3 der Inhalte von visitardenne.com :



- 1 - Top 5 der offiziellen Wanderwege GR der Ardennen
- 2 - Die Burg von Bouillon
- 3 - Top 10 der Badestellen



- 1 - Top 10 der Badestellen
- 2- Dinant
- 3 - Außergewöhnliche Unterkünfte in den Ardennen



613 476 Klicks auf einen Partnerlink,
das entspricht 62 % der Sessions

VISITARDENNE IN DEN SOZIALEN NETZWERKEN

Langfristige Arbeit in den sozialen Netzwerken

73 880 Fans auf der Facebook-Seite*

18 740 Abonnenten des Instagram-Accounts*

233 210 Besucher auf dem Pinterest-Account*



549 224 Nutzer verwendeten Hashtags im Zusammenhang mit den Ardennen**

* Zahlen vom 31/12/2020 - für soziale Netzwerke: die Summe seit der Gründung.

** #visitardenne #visitardennes #visitardennen #ardenne #ardennen #ardennes auf 31/12/2020

EINE EHRGEIZIGE 360°-KOMMUNIKATIONSKAMPAGNE

Ziel: Den Bekanntheitsgrad der grenzübergreifenden Ardennen mithilfe einer ehrgeizigen Kommunikationskampagne steigern, die auf dem Prinzip beruht, Neues in der Nähe zu erleben.

Hierzu ist im März 2020 die Kampagne „Weit weg und doch so nah“ angelaufen.

Gestaltung einer Mini-Website in 3 Sprachen

Online-Start in März: weitwegunddochsonah.visitardenne.com

192 988 Sessions

Betreuung der sozialen Netzwerke für die Ardennen

+ 69000 neue Abonnenten auf Facebook

+ 19 000 neue Abonnenten auf Instagram



Versand von Newsletters

+ 29.600 Abonnenten (FR, DE, NL)

6 newsletter

Pressearbeit

46 Artikel in der presse (BE/FR)

1 Influencer-Reise - Riding Zone



ERGÄNZENDE KOMMUNIKATIONSMASSNAHMEN

**Neue attraktive Broschüre in
4 Sprachen, Auflage von über
120.000 Exemplaren.**



**Sammlung mit Karten der Ardennen, Auflage
von 125.000 Exemplaren (für 5 Zielgebiete).**

**Reiseführer „Guide du Routard“ für die
grenzüberschreitende Region Ardennen,
Veröffentlichung im Mai 2019, Auflage 23 000
Exemplare. Die niederländische Variante „Trotter“
wurde ihrerseits mit einer Auflage von 5000
Exemplaren veröffentlicht.**



Ardenne Incoming

IHRE GRENZÜBERSCHREITENDE
ERFAHRUNG



Unsere Dienstleistungen und Produkte für Gruppen werden bei Reiseveranstaltern, Reisebusunternehmen, Vereinigungen, Clubs usw. in den Fokus gerückt und in mehreren Ländern vermarktet (Belgien, Deutschland, Frankreich, Niederlande, Großbritannien, Italien u. a. m., dazu weitere aufstrebende Märkte wie China und Indien). Diverse Online- und Offline-Kommunikationsträger werden in 4 Sprachen angeboten: Informationsblätter zu Aufenthalten und Ausflügen, Prospekte, Newsletter für bestimmte Zielgruppen, eine Website, soziale Netzwerke, Werbeanzeigen/-beilagen usw.

Wir entwickeln Kooperationen mit Tourismusfachleuten. Wir nehmen an Fachmessen teil und organisieren regelmäßig Schulungsfahrten mit potenziellen Kunden.



Erfolge von Ardenne Incoming im Zeitraum **2015 à 2020**:

- **490.000 €** Umsatz zugunsten der Ardenner Tourismusanbieter
- **723 offres** davon **225 mit Auftragsbestätigung**
- **133 Anbieter** und **38 Touristenführer** unter Vertrag

ARDENNEINCOMING.BE

Les rencontres de l'Ardenne

Ein jährliches Event, das sämtliche Akteure des Ardenner Tourismus zusammenführt. Die vierte Auflage, ursprünglich für 2020 geplant, wurde aus Coronagründen auf 2021 verschoben.



**Auf ein baldiges
Wiedersehen 2021 !**

Die Partner und Mitglieder der Europäischen wirtschaftlichen Interessenvereinigung „Destination Ardenne“



Die Partner und Akteure der Interreg-Projekte des Portfolios Ardenne Attractivity und des Projekts AGRETA



KONTAKTINFORMATIONEN

EWIV Destination Ardenne
24, place Ducale
BP. 419
08107 Charleville-Mézières Cedex
Frankreich



Xavier Lorandeu
Projektleiter Ardenne Attractivity
lorandeu@ardennes.com
0(033) 6 78 06 43 58



Daniëlle Gevaerts
Projektleiterin AGRETA
gevaerts@ardennes.com
0(033) 7 77 91 43 57

ÉTONNER
Ardenne
ENCHANTER



Interreg

France-Wallonie-Vlaanderen



UNION EUROPÉENNE
EUROPESE UNIE

Ardenne Attractivity

Interreg



EUROPEAN UNION

Grande Région | Großregion

AGRETA

Fonds européen de développement régional / Europäischer Fonds für regionale Entwicklung



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Économie