

AGRETA

Ardennen Großregion, Ökotourismus und Attraktivität

Projekt-Resultate



© PERIPLÉTIÉS



Pressemappe

Inhalt

Das AGRETA-Projekt und seine Resultate 3

Die Partner 5

ÖKOTOURISMUS

Die grenzüberschreitenden Ardennen, ein Ziel für den
Ökotourismus 6

Die Ardennen zu Pferd, im Galopp von Park zu Park 8

Ökotourismus in den Ardennen: Schlüsselzahlen 10

WERBUNG / KOMMUNIKATION / GEBIETSBELEBUNG

Die Marke Ardenne, territoriale Entwicklung der
grenzüberschreitenden Ardennen 12

Visit Ardenne, Werbung für die Destination Ardennen 14

Mon Ardenne, die Ardennen gemeinsam erleben! 16

Kontakte und Fotos 18

Was ist das AGRETA-Projekt?



AGRETA ist ein von belgischen, luxemburgischen und französischen Partnern getragenes, grenzüberschreitendes Projekt zur Attraktivitätserhöhung der grenzübergreifenden Ardennen.

Das Projekt AGRETA wird im Rahmen des Programms Interreg V Großregion (2017 - 2021) über EFRE-Mittel und nationale Kofinanzierung getragen. Es verfügt über ein Budget von 2,3 Millionen Euro zur Entwicklung des Tourismus der Ardennen in der Großregion, d.h. in den belgischen Provinzen Lüttich und Luxemburg sowie im Norden des Großherzogtums Luxemburg, dem Eislek.

Seit mehr als vier Jahren arbeiten elf Partner zusammen, mit Aktionen, die auf drei Themen basieren: **Ökotourismus, die Marke Ardenne und Tourismusförderung.**

Das Projekt wurde von der EWIV Destination Ardenne gesteuert.

Ein Projekt setzt auf den Ökotourismus

Um die Erwartungen der Akteure des Naturtourismus zu kennen, wurde eine Studie durchgeführt: Touristische Betreiber, Einwohner und Touristen (tatsächliche oder potenzielle) sowie die Wirtschaftskraft dieses Tourismussektors. Ziel war es, ein den Erwartungen der Besucher und der Feldrealität entsprechendes Angebot zu unterbreiten.

Dabei wurden sechzig Unterkünfte in ihrem nachhaltigen Entwicklungsansatz unterstützt, insbesondere bei der Implementierung von „Natur“-Vorrichtungen. Sie wurden auch dazu angeregt, das Bewusstsein ihrer Besucher in Sachen Umwelt zu schärfen, indem sie ihnen Hilfsmittel (Naturentdeckungstruhe, didaktischer Führer und Kartenspiel) zur Verfügung stellten.

Einige Zahlen:

- 11 Projektbetreiber
- 6 Methodologische Betreiber
- EFRE-Mittel: 1 401 876,46 €
- Gesamtbudget: 2 336 460,77 €

Die Schaffung einer mehr als 500 km langen Reitroute, die 6 belgische und luxemburgische Naturparks miteinander verbindet, soll zur Diversifizierung des ökotouristischen Angebots beitragen.

Effektive Werbetoools

Zur Bekanntmachung und Verbreitung dieses Ökotourismus-Angebots wurden Werbemittel für das Zielgebiet über mehrere Kanäle eingerichtet: Erstellung einer Website für die Destination www.visitardenne.com/de, Entwicklung und Animation von sozialen Netzwerken, Organisation von Influencer-Reisen, Umsetzung einer 360°-Kommunikationskampagne...

Die Erstellung der Website www.monardenne.com unterstützt dies. Sie vereint Ihre Einwohner in der Gemeinschaft der Ardennenbewohner.

Territoriales Marketing mit der Marke Ardenne

Schließlich vervollständigen die Entwicklung der Marke Ardenne und die Schaffung eines Netzwerks von Botschaftern diese Unterstützungs- und Entwicklungsmaßnahmen für den Sektor. Wie? Durch die Begleitung von touristischen Dienstleistern, die Mitglieder der Marke Ardenne sind, und die Belebung dieses Netzwerks durch Veranstaltungen, Support-Sitzungen (Roadshows), Schulungen und Newsletter.

Um das gesamte Ardennengebiet zu erschließen, gibt es ein Schwesterprojekt. Es handelt sich um das Projektportfolio Interreg Ardenne Attractivity, das vom Programm France-Wallonie-Vlaanderen finanziert wird und sich mit der Entwicklung des Departements Ardennen, der Provinz Namur und der Provinz Belgisch-Luxemburg (die von beiden Projekten betroffen ist) beschäftigt.

1 Projekt - 8 Aktionen:

- Aktionen 1 und 2: Projektmanagement und Kommunikation
- Aktionen 3-4-5-6: Nachhaltige Entwicklung der Ardennen
- Aktion 7: Schaffung eines Netzwerks von Ardennen-Botschaftern
- Aktion 8 : Destinationsmarketing



Für weitere Informationen über das Interreg V Großregion AGRETA-Projekt:

Daniëlle Gevaerts, Koordinatorin des Interreg V AGRETA-Projekts / EWIV Destination Ardenne
gevaerts@ardennes.com / +33 (0)7 77 91 43 57 / <http://interreg.visitardenne.com/index.php/fr/agreta>

Verfügbare Fotos:

<https://drive.google.com/drive/folders/17SLFj4AlbYgFZY5wJgcKhyn2W1W7ukNr?usp=sharing>

Die Projektpartner

Finanziellen Projektpartner



Strategischen Projektpartner



Kofinanzierungsgeber



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

Direction générale du tourisme

Die grenzüberschreitenden Ardennen, ein Reiseziel für den Ökotourismus

60 Unterkünfte verbessern ihren Empfang und sensibilisieren die Besucher für den Ökotourismus

Im Rahmen des Interreg-Projekts AGRETA-Ardennen Großregion, Ökotourismus und Attraktivität, das aus EFRE-Mitteln und mit Kofinanzierung der Wallonie und des Großherzogtums Luxemburg finanziert wird, haben 60 Beherbergungsbetriebe Unterstützung erhalten, um ihre Umweltbelastungen zu drosseln und die Besucher zu bewegen, dies gleichermaßen zu tun. Die beiden Hauptaktionslinien sind: Die Verbesserung des ökologischen Fußabdrucks von Unterkünften und Bereitstellung von Instrumenten zur spielerischen Bewusstseinsbildung.

Aktionen, die konkret nützen

Um dem Sektor zu mehr Professionalität zu verhelfen und die Qualität der Unterkünfte zu verbessern, wurden konkrete Maßnahmen festgelegt. Ziel war, die Destination Ardennen mit ihren Wäldern und ihrer gut erhaltenen natürlichen Umwelt als Modell für eine nachhaltige Tourismusdestination zu identifizieren.

Diese Unterkünfte befanden sich alle in den Partner-Naturparks des Projekts: dem Naturpark Hohes Venn-Eifel, Deux Ourthes, Attert-Tal und Forêt d'Anlier Obersauer in Belgien sowie den Naturparks Our und Obersauer im Grossherzogtum Luxemburg. Jeder der 60 Betriebsleiter hatte die Möglichkeit, sich begleiten zu lassen, insbesondere bei der Optimierung des Entsorgungsmanagements und des Energieverbrauchs. Dann

wurden ihnen personalisierte Verbesserungslösungen vorgeschlagen: z.B. ökologische Glühbirnen, Abfallsortier- und Recyclingbehälter, Kompostbehälter... Diese Kontakte waren auch eine Gelegenheit, gute Pläne für die Reduzierung der Verwendung von Plastikverpackungen, für die Aufwertung des lokalen und Direktverkaufs und die verschiedenen europäischen Ökolabels zu erklären.

Außerhalb der Unterkunft wurden die Beherberger auch eingeladen, Vorrichtungen aufzustellen, die die Artenvielfalt förderlich sind: Nistkästen, Insektenhotels, Blumenwiesen usw., immer mit finanzieller Unterstützung des Projekts.

«Man kann nicht die ganze Welt retten, aber jeder kann anfangen!»

Als Green Key Ferienhaus ist es immer unsere Politik, die Umwelt auf das Maximum zu schonen, ohne dass unsere Gäste Komfort und Qualität nachgeben. Dank des Agreta-Projekts haben wir neue grüne Schritte unternommen: Die ersten Voggelnistkästen sind bereits besetzt, der Kräutergarten ist angelegt und Obststräucher gepflanzt, jetzt hoffen wir, dass die Igel und Eulen bald den Weg zu unserem Haus finden! Die Zusammenarbeit für eine grüne Welt inspiriert und stimuliert.»

Familie Janssens-Dewulf, *Gîte de Lanterfanter Schönberg St-Vith*

«Sich an dieses Projekt zu beteiligen, erlaubt uns, gemeinsam zu denken und in unserer Praxis der nachhaltigen Entwicklung, einen Schritt weiter zu gehen um, außer der vom Naturpark bereits erhaltenen Hilfe, zusätzliche Unterstützung zu bekommen.»

Agnès Colson, Gästezimmer *Au fil des saisons*,
Sur la Wiels in Fauvillers

«Wir sind völlig im Einklang mit den von AGRETA verteidigten Werten. Wir finden es sehr wichtig, mit der Natur zu arbeiten und sie zu beachten. Wir haben Insektenhotels erhalten, eine Blumenwiese angelegt, um Bienen anzulocken und Obstbäume gepflanzt. Wir haben viele Schwalbennester, es liegt uns am Herzen, die Artenvielfalt zu fördern. Wie gut tut es uns doch, dabei unter die Arme gegriffen zu werden»

Familie Vanderlinden, Frühstückspension
und Ferienhaus, *Ard'Envie*, Houffalize

Didaktische Tools zur Steigerung des Umweltbewusstseins

Ziel des Vorhabens war, neben der Verbesserung der nachhaltigen Qualität der Unterkunft auch die Sensibilisierung der Besucher durch die Bereitstellung von spielerisch-didaktischen Tools zu erhöhen. Den 60 Betreibern wurden daher mehrere dieser Tools zur Verfügung gestellt.

Eine Schatztruhe

Die Truhe...

Am spektakulärsten ist sicherlich die Naturentdeckungstruhe, die dazu auffordert, eine andere Art von Zeit in den Ardennen zu verbringen. Sie regt zum Nachdenken an und ihr Gebrauch macht dabei auch noch Spaß. Was kann man in dieser Truhe wohl finden? Eine Lupe und ein Fernglas, ein ornithologisches Buch und eine Anleitung zum Erkennen von Trittsiegel, ein Insektensauger, eine Herbariumspresse, eine Lockpfeife und ein Kompass... Alles, was man so braucht, um sich dem Garten und dem Wald mit wissbegierigem Blick und allen Sinnen zu nähern... Jacken und Rucksäcke vervollständigen die perfekte Abenteurer-Ausrüstung.

Und dann noch die Nutzung und Beobachtung der von den Unterkünften aufgestellten Vorrichtungen, wie Nistkästen, Insektenhotels oder Mülltrennbehälter, als Erweiterung dieser Truhe.

Leitfaden für bewährte Praxis und 6-Familien-Spiel

Es wurden sechs Maskottchen geschaffen, die Tiere aus den Ardennen repräsentieren. Sie können ihre Abenteuer in dem Besucherleitfaden „Ein Besuch in den Ardennen“ verfolgen. Während sie Ihre Tagesgeschichte erzählen, geben sie auch Tipps, wie man seinen ökologischen Fußabdruck reduzieren und als Tourist die richtigen Gesten anwenden kann.

Wir finden sie im 6-Familien-Spiel wieder, mit dem gleichen Ziel, nämlich das Bewusstsein für ökotouristische Praktiken zu schärfen, die Menschen zum Nachdenken über ihr Verhalten zu bringen und es bestmöglich anzupassen.

Truhen, Leitfäden und Spiele wurden an Fachleute verteilt. Der Leitfaden für bewährte Praxis ist auch in Verkehrsämtern, Verkehrsvereinen und anderen Informationsstellen der Region erhältlich.



«Wir tun alles mögliche, um bei allen Menschen, die zu uns kommen, das Bewußtsein zu schärfen. Für das Verhalten im Wald, Abfallmanagement, Anti-Müll, Konsum von lokalen Produkten... Die erhaltene Metallbox mit Spielen, pädagogischen Büchern und allen möglichen Tools zum Entdecken der Natur sind wertvoll und hilfreich»

Die Familie Vanderlinden, Frühstückspension und Ferienhaus, Ard'Envie, Houffalize



Für weitere Informationen über das Interreg V Großregion AGRETA Projekt:

Daniëlle Gevaerts, Koordinatorin des Interreg V AGRETA-Projekts / EWIV Destination Ardenne
gevaerts@ardennes.com / +33 (0)7 77 91 43 57 / <http://interreg.visitardenne.com/index.php/fr/agreta>

Informationen „Die Ardennen zu Pferd“:

Karlin Berghmans, Naturpark Obersauer Wald von Anlier / karlin@parcnaturel.be / +32 (0)63 60 80 80

Verfügbare Fotos: <https://drive.google.com/drive/folders/17SLFj4AlbYgFZY5wJgcKhyn2W1W7ukNr?usp=sharing>

Mögliche Interviews:

Agnès Colson, Frühstückspension Au fil des saisons sur la Wiels, Fauvillers :

www.chambresdhotels-fauvillers.be / +32 499 400 566

Familie Janssens-Dewulf, Gîte de Lanterfanter, Schönberg St-Vith: www.lanterfanter.be / 32 (0)80 399 877

Familie Vanderlinden, Frühstückspension und Ferienhaus, Ard'Envie, Houffalize :

www.ardenvie.be / +32 (0) 476 32 18 68

Die Ardennen zu Pferd, im Galopp, von Park zu Park



Neu! Eine über 500 km lange, grenzüberschreitende Reitroute führt durch sechs Naturparks in Belgien und im Großherzogtum Luxemburg.

Im Rahmen des aus EFRE-Mitteln und mit Kofinanzierung der Wallonie und des Großherzogtums Luxemburg getragenen Interreg-Projekts AGRETA-Ardennen Großregion, Ökotourismus und Attraktivität, wird die Entwicklung eines hochwertigen Ökotourismusangebots fortgesetzt.

Eine neue Art, die schönsten Panoramen der östlichen Ardennen zu entdecken

Am 18. Juni 2021 wurde eine grenzüberschreitende Reitroute von mehr als 500 km Länge eingeweiht. Sie verbindet den Naturpark Hohes Venn-Eifel in der Provinz Lüttich mit dem Naturpark Attertall in der Provinz Belgisch-Luxemburg. Diese Route ist eine Zusammenstellung der schönsten Landschaften der östlichen Ardennen und basiert auf den Empfehlungen vieler Reiter aus der Region.

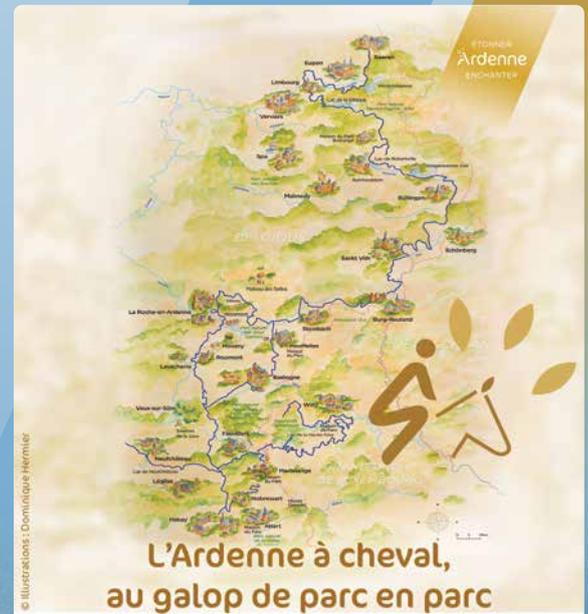
Einige Zahlen:

- Routen-Länge: 552,53 km
- 22 Rastplätze
- 31 Gekreuzte Gemeinden
- Verknüpfungen mit anderen Routen: Route d'Artagnan, Eifel zu Pferd...

Dieses neue Angebot für Freizeitreiter durchquert vier belgische Naturparks: den Naturpark Hohes Venn-Eifel, den Naturpark Haute-Sûre (Ober-Sauer) und Forêt d'Anlier, den Naturpark Deux Ourthes, den Naturpark des Attertals, sowie zwei luxemburgische Naturparks (Our und Ober-Sauer).

Reiterempfang

Im Schnitt gibt es alle dreißig Kilometer einen Rastplatz, der mit Tischen, Bänken, einem Anbindepfosten und einer Informationstafel ausgestattet ist, damit Reiter und ihre Pferde wieder zu Kräften kommen. Doch ist die „Ardenne zu Pferd“ keine ausgeschilderte Route, sondern eine GPX-Route, die Sie über den QR-Code auf dem erklärenden Flyer und den Informationstafeln und auf der Website visitardenne.com heruntergeladen können. Entlang der gesamten Strecke empfangen Unterkünfte die Reiter und ihre Vierbeiner unter besten Bedingungen.



Für weitere Informationen über das Interreg V Großregion AGRETA Projekt:

Daniëlle Gevaerts, Koordinatorin des Interreg V AGRETA-Projekts / EWIV Destination Ardenne
gevaerts@ardennes.com / +33 (0)7 77 91 43 57 / <http://interreg.visitardenne.com/index.php/fr/agreta>

Informationen „Die Ardenne zu Pferd“:

Karlin Berghmans, Naturpark Obersauer Wald von Anlier / karlin@parcnaturel.be / +32 (0)63 60 80 80

Verfügbare Fotos:

<https://drive.google.com/drive/folders/17SLFj4AlbYgFZY5wJgcKhyn2W1W7ukNr?usp=sharing>

Ökotourismus in den Ardennen: Schlüsselzahlen

**Was sind die touristischen Erwartungen in puncto Natur- und Wald?
Die Analyse der Feldstudien zeigt Entwicklungswege auf.**

Im Rahmen des aus EFRE-Mitteln und mit Kofinanzierung der Wallonie und des Großherzogtums Luxemburg getragenen Interreg-Projekts AGRETA-Ardennen Großregion, Ökotourismus und Attraktivität, wurde eine Studie zur Ermittlung der Erwartungen der Akteure des Naturtourismus durchgeführt: Tourismusanbieter, Einwohner und Touristen (reale oder potenzielle) sowie die Wirtschaftskraft dieses Tourismussektors. Eine Zusammenarbeit zwischen der Universität Lüttich-Gembloux Agro-Bio Tech (ULiège), dem Nationalen Forschungsinstitut für Landwirtschaft, Ernährung und Umwelt in Nancy (INRAE) und der gemeinnützigen Organisation Ressources Naturelles Développement in Marloie (RND).

Besucherverhalten, -erwartungen und -zufriedenheit

Zwischen 50 und 75 % der Besucher sind hauptsächlich auf der Suche nach Natur bzw. Naturlandschaften. Mehr als 70% mit der Absicht, dort spazieren zu gehen oder zu wandern. Sowohl Betreiber als auch Besucher wünschen sich hauptsächlich unberührte Naturgebiete.

Freizeit- und Tourismusverkehr in Naturräumen

50% der untersuchten Besucher der Naturgebiete und Wälder sind Einheimische, 50% Staatsangehörige von außerhalb der Region und internationale Besucher, davon

übernachten 50 % vor Ort. Es handelt sich um Kurzaufenthalte, die vorwiegend im Sommer und im Herbst stattfinden.

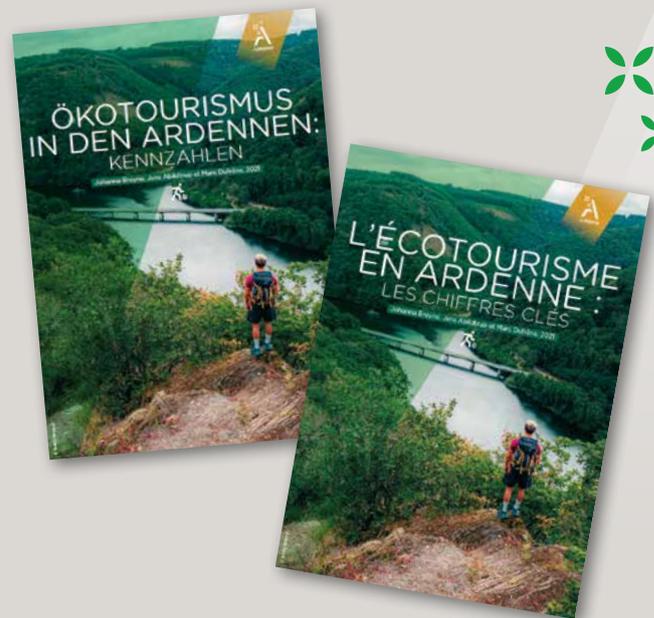
Ökonomische Werte ökotouristischer Dienstleistungen

Für die Anreise zum Besuch eines Naturgebiets oder eines Waldes werden im Schnitt 22 € pro Person und pro Tag ausgegeben. 75 % der Besucher essen vor Ort. 50 % übernachten auch dort. In diesem Fall belaufen sich ihre täglichen Ausgaben auf 76 €. Wenn auch der kostenpflichtige Zugang nicht auf dem Plan steht, zeigt die Umfrage, dass die Besucher bereit wären, zwischen 17 und 28 € für einen qualitativ hochwertigen Naturbesuch zu zahlen.

Diese Umfragen zeigen, dass ein sehr bedeutendes Entwicklungspotenzial in Bezug auf touristische Aktivitäten besteht, die mit der Aufwertung des Naturerbes verbunden sind: Aktivitäten zur Entdeckung des Territoriums, Beobachtung der Flora und Fauna und erlebnisorientierte Aktivitäten, die auf menschlichen Beziehungen und den Fähigkeiten der lokalen Akteure basieren.

Ecotourlab oder partizipative Workshops vom Typ Living Lab

Drei Workshops haben es den Interessenvertretern des Territoriums ermöglicht, die Ergebnisse dieser Umfragen in Kenntnis zu nehmen. Sie wurden begleitet, um sich die Konturen eines Tools für den Austausch von Daten und die Überwachung der Freizeitfunktion sowie das Profil der Benutzer vorzustellen. Der „Living-Lab“-Workshop bringt mit Hilfe einer partizipativen Methodik, Schlüsselprofile zusammen, um gemeinsam über ihren Waldraum zu reflektieren. Ein offenes, kollektives und globales Nachden-



ken über die Verbesserung der Attraktivität unter Berücksichtigung der vielfältigen Dienstleistungen, die ein Wald zu bieten hat.

Die Ergebnisse im Detail

Eine zusammenfassende Broschüre:

https://interreg.visitardenne.com/images/AGRETA_OKOTOURISMUS_DE_WEB_vf.pdf

5 detaillierte Berichte (nur auf Französisch):

Handlungen und Erwartungen der Tourismusanbieter:
<https://orbi.uliege.be/handle/2268/234598>

Handlungen und Erwartungen von Einwohnern, Touristen und potenziellen Touristen:
<https://orbi.uliege.be/handle/2268/259076>

Die Handlungen und Erwartungen der Besucher der Ardennen in Bezug auf die Naturräume:
<https://orbi.uliege.be/handle/2268/259077>

Eine Auswertung der wirtschaftlichen Werte:
<https://orbi.uliege.be/handle/2268/259327>

Eine Schätzung der Anzahl von Touristen, die Naturgebiete in den Ardennen besuchen:
<https://orbi.uliege.be/handle/2268/258619>



Für weitere Informationen über das Interreg V Großregion AGRETA Projekt:

Daniëlle Gevaerts, Koordinatorin des Interreg V AGRETA-Projekts / EWIV Destination Ardenne
gevaerts@ardennes.com / +33 (0)7 77 91 43 57 / <http://interreg.visitardenne.com/index.php/fr/agreta>

Mögliche Interviews:

ULiège-Gembloux: johanna.breyne@uliege.be od. marc.dufrene@uliege.be

RND-Marloie: mc.detroz@rnd.be / INRA-Nancy: jens.abildtrup@inrae.fr

Verfügbare Fotos:

<https://drive.google.com/drive/folders/17SLFj4AlbYgFZY5wJgcKhyn2W1W7ukNr?usp=sharing>

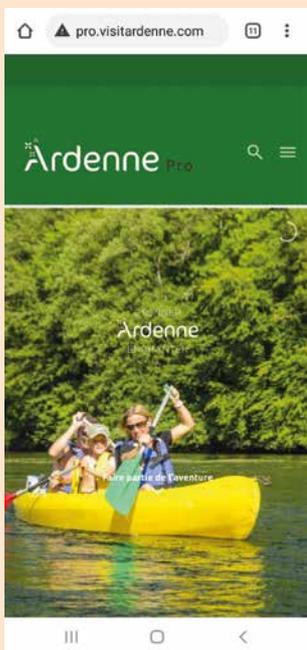
Territoriale Entwicklung der grenzüberschreitenden Ardennen



Eine gemeinsame Identität, Werte und Mobilisierung rund um eine Marke. Mehr als 760 Mitglieder haben sich zur Steigerung der Attraktivität einer überregionalen Wirtschaftslunge miteinander verbunden.

Die Marke Ardenne ist eine territoriale Entwicklungsdynamik, die sich im Rahmen des Interreg-Projekts AGRE-TA-Ardenne Großregion, Ökotourismus und Attraktivität ausdrückt und mit EFRE-Mitteln und einer Kofinanzierung der Wallonie und des Großherzogtums Luxemburg in Zusammenarbeit mit dem Interreg Ardenne Attractivity Projektportfolio getragen ist.

Dieses Interreg-Projekt geht nun zu Ende. Zusätzlich zu einer Aktion für nachhaltige Entwicklung und Marketing hat es die Unterstützung und Mobilisierung von Einwohnern und Tourismusfachleuten um eine gemeinsame Marke herum ermöglicht. Das Ziel war, sich auf diese Gemeinschaft zu stützen, um die Ardennen, die ihre Kundschaft überraschen und verzaubern, unter den wesentlichen touristischen Zielen mit eigener Identität zu positionieren.



Begleitenden Tools

Seit dem Start des Projekts wurde eine Web-Plattform zur Förderung der Marke erstellt (pro.visitardenne.com). Sie vereint alle nützlichen Tools für die Mitglieder: eine eigene Website, einen Marken- und Mitgliederleitfaden, eine Mediathek, einen Terminkalender, News und erklärt das Projekt denjenigen, die sich der Marke anschließen möchten. Eine Facebook-Seite, ein Newsletter und Z'@péros (thematische Online-Treffen) wurden in das System aufgenommen. Diese Tools sind besonders nützlich, um während Lockdowns in Kontakt zu bleiben.

/ Pourquoi adhérer à la marque Ardenne ? /

- ÊTRE ACCOMPAGNÉ**
En adhérant, vous bénéficiez d'un accompagnement personnalisé pour vous aider à développer votre entreprise.
- GAGNER EN VISIBILITÉ**
Sur le site pro ou grand public, votre entreprise est référencée et mise en avant.
- FAIRE RAYONNER**
En devenant ambassadeur et en vous impliquant dans la marque Ardenne, vous participez à faire rayonner l'Ardenne auprès de votre clientèle.

/ Découvrir la marque Ardenne /





Webinare und Schulungen

Um den Mitgliedern die bestmögliche Unterstützung zu bieten und deren Nachhaltigkeit zu gewährleisten, wurde in Zusammenarbeit mit dem Interreg Ardenne Ambassadors Projekt ein Trainingskurs für digitale Gebietsbetreuer ins Leben gerufen. So haben im September 2019 36 Personen ihr E-Tourismus-Projektleiter-Diplom erhalten. Sie konnten das Gebiet bereisen, um den Mitgliedern bei ihrer digitalen Kommunikation und der Erstellung von Inhalten zu helfen. Webinare, Roadshows und Workshops für ein menschlicheres, kooperativeres, erlebnisorientierteres und viraleres Marketing wurden ebenfalls während des gesamten Projekts organisiert, um Tourismusfachleuten die zur Entwicklung ihrer Aktivität nötigen digitalen Tools, an die Hand zu geben.

Mobilisierung und Treffen

Mitglieder zu mobilisieren und ihnen die Möglichkeit bieten, sich zu treffen, waren Schlüsselemente dieses Projekts. Neben zahlreichen, an Mitgliedern gerichtete Informations- und Sensibilisierungsveranstaltungen, wurden jährliche Treffen organisiert. Sie brachten 2017 in Libramont, 2018 in Sedan und 2019 in Malmédy um die tausend Fachleute aus der grenzübergreifenden Tourismuswirtschaft der Ardennen zusammen. Wegen der Pandemie wurde die Ausgabe 2020, die in Namur stattfinden sollte, gestrichen.

Schließlich wurde rund um die Website <https://monardenne.com/> ein Club von Ardennen-Botschaftern gegründet. Heute sind es fast 2000 Einwohner, Unternehmer und Enthusiasten, die den Fortschritt der Marke Ardenne, aber auch die Kommunikationsmittel der grenzüberschreitenden Ardennen verfolgen. Alles Profit für ihren wirtschaftlichen und kulturellen Sektor. Alles zum Wohle der Mitglieder der Marke Ardenne.



Roadshow.



Les Rencontres de l'Ardenne 2018.

© Sébastien ORTEGA-DUBOIS



Für weitere Informationen über das Interreg V Großregion AGRETA Projekt:

Daniëlle Gevaerts, Koordinatorin des Interreg V AGRETA-Projekts / EWIV Destination Ardenne
gevaerts@ardennes.com / +33 (0)7 77 91 43 57 / <http://interreg.visitardenne.com/index.php/fr/agreta>

Informationen Marke Ardenne :

Lucil Mawet, Tourismusverband der Provinz Lüttich
lucil.mawet@provincedeliege.be / +32 (0)427 955 81

Verfügbare Fotos:

<https://drive.google.com/drive/folders/17SLFj4AlbYgFZY5wJgcKhyn2W1W7ukNr?usp=sharing>

Förderung der Destination Ardennen

ÉTONNER
Ardenne
ENCHANTER



Website, soziale Netzwerke, Influencer, 360°-Kommunikationskampagnen. Die grenzüberschreitenden Ardennen positionieren sich als bedeutsame touristische Destination.

Im Rahmen des Interreg-Projekts AGRETA-Ardennen Großregion, Ökotourismus und Attraktivität, das aus EFRE-Mitteln und mit Kofinanzierung der Wallonie und des Großherzogtums Luxemburg getragen wird, wurden in Zusammenarbeit mit dem Projektportfolio Ardenne Attractivity des Programms France Wallonie Vlaanderen verschiedene Kommunikationskanäle zur Förderung der Destination Ardennen aktiviert. Sie verstärken sich von Jahr zu Jahr, lassen die grenzüberschreitenden Ardennen mehr denn je erstrahlen und haben schon so manchen überzeugt, in der Nähe seiner Heimat Urlaub zu machen.

Eine Destinations-Website

www.visitardenne.com ist eine viersprachige Destinations-Website (FR, DE, NL, EN), deren inhaltliche Strategie darauf abzielt, die grenzübergreifenden Ardennen unter den wesentlichen touristischen Zielen zu platzieren. Sie fördert Erlebnisse, stützt sich auf Botschafter des Territoriums und wird ständig mit neuen Themen bereichert.

Broschüren und soziale Netzwerke

Neben dieser Destinations-Website, einer Förderungs- und einer Wanderbroschüre, sind die Ardennen in den sozialen Netzwerken mit einer eigenen Identität präsent. Auf Facebook (www.facebook.com/visit.ardenne), auf Instagram (www.instagram.com/visit.ardenne/) und auf Pinterest (www.pinterest.fr/visitardenne/_created/). Sie hat dort erhebliche Fortschritte gemacht.

„Weit weg und doch so nah“, eine 360°-Kommunikationskampagne

Die von der Brüsseler Agentur HeaderPop orchestrierte „Weit weg und doch so nah“, eine 360°-Kommunikationskampagne „Weit weg und doch so nah“ die 2019, kurz vor Beginn der COVID-19-Krise gestartet wurde, ist ein Erfolg. Ausgehend von der Idee des Tapetenwechsels sollte das Bewusstsein für die Ardennen gesteigert werden. Es legt vier Hauptthemen fest: 4-Jahreszeiten-Destination, Open-Air-Spielplatz, trendiger Lifestyle und Tapetenwechsel. Es wurden drei Hauptzielgruppen identifiziert: aktive Naturliebhaber, Kurzurlauber und Entdecker.



Die digitale Strategie ist ambitioniert. Zum einen verweist eine werbliche Mini-Website <https://weitwegunddochsonah.visitardenne.com> auf die Inhalte der Zielwebsite. Andererseits ermöglichen die Animation von sozialen Netzwerken und die Erstellung von Anzeigen, die Community zu vergrößern und Internetverkehr hervorzurufen; dazu kommt die Erstellung und der Versand eines monatlichen Newsletters in Französisch, Deutsch und Niederländisch.

Die Presseberichterstattung über diese Kampagne war sehr erfolgreich. 46 Artikel wurden in der Presse veröffentlicht.



Blogger und Influencer lösen einen Buzz aus

Seit 2018 erleben Blogger und Influencer die grenzübergreifenden Ardennen nach verschiedenen Themen: Gastronomie, „Into the wild“... 2020 kam dann die niederländische Sendung „3 op Reis“, um über das Gebiet zu berichten, und drei Influencer, Spitzensportler, durchquerten das Gebiet im Rahmen der Sendung Riding Zone: mehr als 90.000 Aufrufe auf YouTube. Gewiss war das ein ordentlicher Schub!

Grenzübergreifende Ardennen trotz Gesundheitskrise

Aber die Gesundheitskrise veränderte den Verlauf dieser Kampagne. Es wurden spezifische Inhalte erstellt, um in der Gemeinschaft der Ardennen-Liebhaber präsent zu bleiben. Im Laufe der Jahreszeiten konnte sich das Bewusstsein für die grenzüberschreitenden Ardennen deutlich verbessern. Das Reiseziel erfüllte die Erwartungen der post-covidischen Touristen und machte dies auch bekannt.

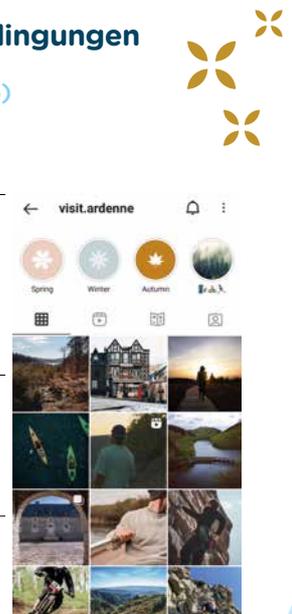
Die Kampagne in Zahlen: deutliche Fortschritte trotz ungünstiger Rahmenbedingungen

| Websites: Eindeutige Aufrufe (Anzahl der Aufrufe) | 2020 | 2021 (vom 01.01. bis 31.05) |
|---|---------|-----------------------------|
| https://www.visitardenne.com/fr | 991 991 | 304 812 |
| https://partirlointoutpres.visitardenne.com/ | 192 988 | 33 064 |

| Anstieg: | Zielvorstellung Ende 2020: | Resultate Ende 2020: |
|-------------|----------------------------|----------------------|
| Frankreich | +30-40% | +400% |
| Belgien | +40% | +1300% |
| Niederlande | +40-60% | +1000% |

| Soziale Netzwerke: | Zielvorstellung Ende 2020: | Resultate Ende 2020: | Resultate Frühjahr 2021: |
|-----------------------|----------------------------|----------------------|--------------------------|
| Facebook: Abonnierte | 20 000 | 68 000 | 80 599 |
| Instagram: Abonnierte | 6000 | 20 000 | 21 525 |

| Newsletter (11 seit 2020): | Zielvorstellung Ende 2020: | Resultate Ende 2020: | Resultate Frühjahr 2021: |
|----------------------------|----------------------------|----------------------|--------------------------|
| Abonnierte | 20 000 | 27 000 | 30 767 |



Alle Zahlen für 2020 sehen:

https://interreg.visitardenne.com/images/Chiffres-cles-2020-Destination_Ardenne_VF_DE.pdf



Für weitere Informationen über das Interreg V Großregion AGRETA Projekt:

Daniëlle Gevaerts, Koordinatorin des Interreg V AGRETA-Projekts / EWIV Destination Ardenne
gevaerts@ardennes.com / +33 (0)7 77 91 43 57 / <http://interreg.visitardenne.com/index.php/fr/agreta>

Informationen Visit Ardenne:

Lucil Mawet, Tourismusverband der Provinz Lüttich
Lucil.mawet@provincedeliege.be / +32 427 955 81

Verfügbare Fotos:

<https://drive.google.com/drive/folders/17SLFj4AlbYgFZY5wJgcKhyn2W1W7ukNr?usp=sharing>

Mon Ardenne: die Ardennen gemeinsam erleben!

**Die Bürger zusammenbringen. Austauschen, treffen,
entdecken... Eine neue Art des Zusammenlebens erfinden.
Lebenserfahrungen in den Ardennen teilen.**

MON
ARDENNE

Die Gründung der neuen Gemeinschaft „Mon Ardenne“ ist die letzte, im Rahmen des Interreg Projekts AGRETA-Ardennen Großregion, Ökotourismus und Attraktivität, aus EFRE-Mitteln finanzierte und mit Kofinanzierung der Wallonie und des Großherzogtums Luxemburg, in Zusammenarbeit mit dem Interreg Ardenne Ambassadors Projekt, durchgeführte Aktion. Sie ergänzt die anderen Kommunikations- und Werbetoools des Territoriums, insbesondere die Marke Ardenne.

Leidenschaftlich für die Ardennen

„Mon Ardenne“ besteht aus Einwohnern, Zweitwohnungsbesitzern, Arbeitern, Liebhabern der Region, Fotografen, Bloggern... und Ardennen, die innovativ sind. Menschen, die sich für ihre Region einsetzen und sich begeistern, Einheimische, die ihre Ardennen auswändig kennen oder Auswanderer, die sie Tag für Tag entdecken... Kurzum, die Gemeinschaft derer, die die Ardennen täglich erleben. Ihr Ziel? Die menschlichen Vorzüge der Region und ihren einzigartigen Lebensstil fördern.

Die Gemeinschaft wurde im April 2021 ins Leben gerufen und hat nun fast 2000 Mitglieder.

Ein einzigartiger Raum für den Austausch

Die Website <https://monardenne.com/> ist das Schaufenster dieses Netzwerks von Ardennen-Liebhabern. Es ist auch eine Einladung zum Mitmachen. Sie finden hier die Projekte, die die grenzüberschreitenden Ardennen vorantreiben: Gourmet-Innovationen, Begegnungen, Austausch von Know-how, kulturelle Vorstellungswelt, Umweltschutz... Wir treffen auch auf die Zeugnisse vieler Ardennen, die sich, manchmal sehr diskret und einfach, für die Ausstrahlung ihrer Region bemühen.

Ein Mitglied von Mon Ardenne sein, das bedeutet...

- ... Sich an der Förderung der Ardennen beteiligen
- ... Den Zugang zu einem Netzwerk von Menschen haben, die in diesem Bereich aktiv sind
- ... Seine Meinung äußern
- ... Seine Geschichten teilen
- ... Von Vorteilen profitieren



Dieses sich ständig weiterentwickelnde Netzwerk von Ardennen-Liebhabern wird täglich durch ihre vielen beteiligten Persönlichkeiten bereichert. Eine Facebook-Gruppe gibt ihnen Zugang zu guten Tipps: Aktivitäten, Entdeckungen, Kultur...

Einige Beispiele...

GoE Les Découvertes de Comblain

Die Belebung und Sensibilisierung für die Umwelt und Aktivitäten, die auf den natürlichen, ererbten und städtischen Ressourcen der Stadt basieren und mit dem Vorhaben, die Öffentlichkeit die Schönheiten der Region zu offenbaren, sie für den Respekt der Natur empfänglich zu machen und ihnen Tools überreichen, um auf ihrer Ebene handeln zu können.



© Comblain Découvertes

Die Große Durchquerung der Ardennen

Abwechslungsreiche Wanderwege zu Fuß, mit dem Rad oder dem Mountainbike vorschlagen, die Transardennaise ausschildern und das Wandern fördern, das war für Denis Jusserets eine lohnende Aufgabe und die Geschichte seines Lebens. Der Tourismus ist eine große Leidenschaft, die er übrigens gerne mit allen teilt. Seit etwa vierzig Jahren arbeitet er an der Entwicklung des regionalen Tourismus und macht es sich zur Ehre, die Ardennen in den Mittelpunkt seiner Initiativen zu stellen.



© K. DUERINCKX

Ardenne Plaisir

Wanderungen, geführte Touren, Verkostungen und viele andere gute Ideen in der ganzen Region will er Richard Mignolet anbieten. Nach einer 25-jährigen Karriere in der Lütticher Region, ließ er sich in Saint-Hubert nieder, dort wo er als Kind seine Ferien verbrachte. Fasziniert von den Reichtümern der Region, mit einem großen Gefühl des gemeinsamen Teilhabens, wurde er schnell dazu bewegt, Gruppen bei seinen Gourmet und Natur-Entdeckungen zu begleiten. So wurde Ardenne Plaisir geboren.



© Ardenne Plaisir



Für weitere Informationen über das Interreg V Großregion AGRETA Projekt:

Daniëlle Gevaerts, Koordinatorin des Interreg V AGRETA-Projekts / EWIV Destination Ardenne
gevaerts@ardennes.com / +33 (0)7 77 91 43 57 / <http://interreg.visitardenne.com/index.php/fr/agreta>

Informationen Mon Ardenne:

Lucil Mawet, Tourismusverband der Provinz Lüttich
lucil.mawet@provincdeliege.be / +32 (0)427 955 81

Verfügbare Fotos:

<https://drive.google.com/drive/folders/17SLFj4AlbYgFZY5wJgcKhyn2W1W7ukNr?usp=sharing>

Kontakte und Fotos

Für weitere Informationen über das Interreg V Großregion AGRETA-Projekt:

Daniëlle Gevaerts, Koordinatorin des Interreg V AGRETA-
Projekts / EWIV Destination Ardenne
gevaerts@ardennes.com / +33 (0)7 77 91 43 57
<http://interreg.visitardenne.com/index.php/fr/agreta>

Fotomaterial für alle Themen:

[https://drive.google.com/drive/
folders/17SLFj4AlbYgFZY5wJgcKhyn2W1W7ukNr?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/17SLFj4AlbYgFZY5wJgcKhyn2W1W7ukNr?usp=sharing)

