

Rhein-Voreifel Touristik e.V.

Der Rhein-Voreifel-Touristik e.V. (RVT) wurde im Jahr 2004 auf Initiative der BürgermeisterInnen der sechs linksrheinischen Kommunen im Rhein-Sieg-Kreis (RSK) gegründet um im touristischen Bereich gemeinsam aktiver zu arbeiten und die Region für Gäste als auch für Einheimische attraktiver zu gestalten. Der Verein hat zur Aufgabe, die touristischen Angebote und Akteure der sechs linksrheinischen Kommunen des RSK zu bündeln und unter einem gemeinsamen Dach (über-)regional zu präsentieren und zu vermarkten. Grundlage war/ist die Überzeugung, dass die Region über ein beträchtliches Potential von Standorten und Angeboten verfügt, das geeignet ist, Tagesgäste und Kurzurlauber aus der Region anzuziehen.

Seit seiner Gründung ist der Verein kontinuierlich gewachsen und hat sich in der Region etabliert. Mit dem Projekt Apfelroute (verbindende Radroute durch alle Mitgliedskommunen mit jeweils zusätzliche Schleifen durch die einzelnen Mitgliedskommunen) hat er durch die Akquisition von EU-Fördermitteln eines der bisher umfangreichsten touristischen Projekte im RSK federführend angestoßen und umgesetzt. Der RVT setzt auf Naherholung und den Nahtourismus der kurzen Wege, bindet regionale Produzenten ein und ist somit ein exponiertes Nachhaltigkeitsprojekt in der größten Obstanbau-Region NRWs.

I. Ziele des RVT

- Profilierung der Region Rhein-Voreifel
- Förderung der interkommunalen Zusammenarbeit
- Vernetzung und Verknüpfung der Akteure im Bereich nachhaltiger Tourismus, Freizeit und regionale Vermarktung und Schaffung einer Plattform für offenen Dialog und Erfahrungsaustausch
- Erhaltung und Verbesserung der freizeithlichen und touristischen Infrastruktur der Region
- Qualitative und quantitative Erweiterung und Verbesserung des touristischen und freizeithlichen Angebotes der Region
- Förderung der regionalen und kommunalen Wirtschaft durch effektive Stärkung der weichen Standortfaktoren in der Region (bspw. Image, Naherholungsangebot, Freizeitwert, ...)

II. Aufgaben des RVT:

- Bündelung und Bearbeitung touristischer Belange
- Einwerbung von Fördermitteln und Abwicklung von Förderprojekten im Bereich Freizeit und Tourismus für die Region
- Bearbeitung von Anfragen durch Gäste, Einheimische, Presse, Politik etc. zu touristischen/freizeithlichen Themen in der Region und Bereitstellung von Informationen über die Region
- Fachliche Beratung von Kommunen, Vereinsmitgliedern und Akteuren im Bereich Freizeit und Tourismus
- Regionsmarketing über On- und Offline-Kanäle (Printprodukte, Webseiten, Social Media ...)
- Präsentation der Region auf Messen und Veranstaltungen
- Erarbeitung von Angeboten mit interessierten touristischen Leistungsträgern
- Bewerbung des Vereins und seiner Angebote in der Region
- Vertretung der Region hinsichtlich touristischer Themen bei überregionalen Gremien (Regionale, Naturpark, Regio Treff ...)
- Begleitung von Veranstaltungen in der Region (Präsentation des Vereins, Bewerbung der Veranstaltung, Mitorganisation...)

- Klassifizierung von Ferienwohnungen in der Region
- Mitgliedergewinnung für den Verein
- Zusammenarbeit mit den umliegenden touristischen Organisationen

III. Thematische Schwerpunkte

Die thematischen Schwerpunkte ergeben sich aus der Kombination von Landschaft, Landwirtschaft und kulturellen bzw. wirtschaftlichen Schwerpunkten. Wesentliche Herausforderung ist das Erlebarmachen örtlich fixierter Angebote in einer weiträumigen Ballungsrandzone mit punktueller Anbindung an das Bahnnetz. Um ein fokussiertes, kundenorientiertes Marketing zu ermöglichen wurden drei Kernthemen für die Region Rhein-Voreifel und Ihre Vermarktung festgelegt:

Kulturlandschaftserlebnis - Wasserburgen & Schlösser - Römer

IV. Übergeordnete Themen

- **Interkommunale Zusammenarbeit:** Die sechs Kommunen verstehen sich als gemeinsame touristische Region, die über den RVT entwickelt und vermarktet wird. Durch diese Zusammenarbeit haben sich auch Netzwerke in anderen Bereichen gebildet.
- **Verwurzelung in der Region:** Der RVT greift lokale Ansätze auf und entwickelt sie zu vermarktbareren, touristischen Angeboten; dies impliziert eine Absage an künstliche, touristische Welten. Unsere Themen richten sich an der Region aus.
- **Nachhaltigkeit:** Der RVT sieht sich dem Prinzip der Nachhaltigkeit verpflichtet und richtet seine Arbeit darauf aus. Dies ist ein Querschnittsthema, welche sich auf/über alle Arbeitsbereiche erstreckt.

V. Zielgruppen des RVT

Für das EFRE Projekt „Die rheinische Apfelroute“ wurden die Zielgruppen der ersten Landestourismusstrategie von NRW Tourismus (2015) zugrunde gelegt - die sog. **Aktiven Best Ager** sowie die **aktiven Familien**.

In der Weiterentwicklung des Landestourismuskonzepts wurde ein neuer Zielgruppenansatz entwickelt, der „themenorientierte Zielgruppenansatz“. Nach Sinus- Milieus sind es die **adaptiv- pragmatischen** und zum Teil die **liberal-intellektuellen**, die zu unseren Themen der Region als Zielgruppe definiert werden können und angesprochen werden müssen.

VI. Märkte

Unser Hauptmarkt liegt im Besuchs- und Kurzreisesegment, in einem Radius von rund 100 bis 200 km rund um die Region. Hier erreichen wir einen enormen Markt, der viele „aktive“ Kunden für uns bereithält. Im Bereich von 100 km Radius leben 10,9 Mio Menschen/Einwohnern.

Weitere Zielmärkte werden durch die **Destinationsmanagement Organisationen (DMO)** (hier: Tourismus & Congress GmbH Bonn/ Rhein-Sieg/ Ahrweiler) bearbeitet.

VII. Kernthemen

Als touristische Besonderheiten der RVT-Region gilt es, die im vorherigen Schritt identifizierten Elemente auszubauen und zu vermarkten sowie immer wieder auf unser USP „größtes Obst- und Gemüseanbaugebiet NRWs“ hinzuweisen:

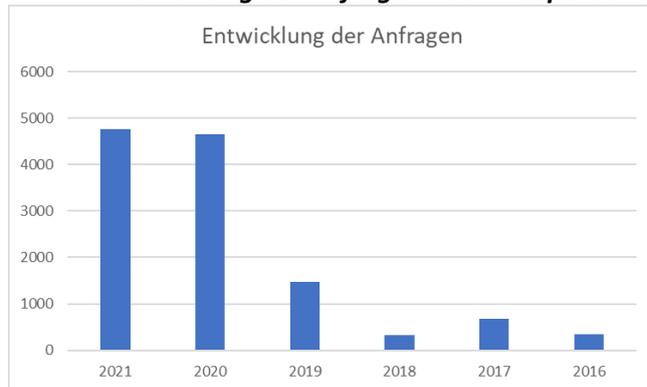
- Erlebnis Land[wirt]schaft (rheinische Apfelroute und die Feuerroute mit Naturpark Rheinland)
- Erlebnis Burgen / Schlösser (Wasserburgenroute mit NET, T&C, RET, AA, Kreis DN)
- Erlebnis Römer (Römerkanal mit dem Römerkanalinformationszentrum, mit NET, RET, NP)

VIII. Controlling/Statistik

- **Statistik zu Ankünften und Übernachtungen in der Region**

Die amtliche Statistik der Ankünfte und Übernachtungen wird kommunenscharf geführt und ist für Nutzer über das stat. Landesamt frei zugänglich. Der RVT führt die Zahlen regelmäßig zusammen, um eine Gesamtentwicklung für die Region daraus ableiten zu können. Zahlen zu Übernachtungen in Betrieben unter 10 Betten werden **NICHT** in der amtlichen Statistik erfasst. Auch der RVT kann diese nicht erfassen. Wir können uns bei Aussagen zu Gästezahlen nur auf die offiziell erfassten Zahlen stützen.

- **Entwicklung der Anfragen nach Prospekt und Kartenmaterial:**



Die Anfragen zu Prospektmaterial die über den Online-Shop, die Bestellformulare und die Werbeaktionen eingehen, werden kontinuierlich und PLZ genau erfasst. Durch die Herausgabe der kostenlosen Karte zur Apfelroute sind unsere Anfragezahlen im vergangenen Jahr explodiert. Ohne den Besuch von Veranstaltungen oder die Auslage von Broschüren können wir Anfragern/Interessenten zurzeit Informationsmaterial ausschließlich per Post zukommen lassen.

(Quelle: eigenen Erhebung, Stand: 05.05.2021)

IX. weitere Kennzahlen

- **Buchungen**

Mit der neuen Internetseite wird auch das Online Reservierungssystem Deskline in der Region eingeführt. Mehrwert für Gäste: ÖPNV Ticket kostenlos für Bucher über die Homepage; Mehrwert für Betriebe: bessere Online Darstellung

- **Social Media (Facebook, Instagram)**

Der RVT betreibt drei Facebook Seiten und ein Instagram Account. Werbebudget wurde hier bislang nicht eingesetzt. Das Wachstum ist organisch. Erreicht werden mit den o.g. Seiten in Summe rd 3500 User direkt sowie einige mehr über die Verteilung der Posts in vielen Gruppen der Region.

Abonnenten FB RVT/Musikpicknick	1198
Abonnenten FB Apfelroute	1519
Abonnenten Instagramm Apfelroute	1000

- **Kundennewsletter**

Der Versand des Kundennewsletters (derzeit ca. 1600 Abonnenten) erfolgt viermal jährlich – entsprechend der Jahreszeiten. Derzeit haben wir rund 1600 Newsletter Empfänger/Abonnenten.

- **Newsletter für Mitglieder (derzeit 120 Empfänger)**

6-12-mal im Jahr je nach Themen und Infos. Im Corona-Jahr nur 6-mal, sonst eher monatlich mit Infos zu neuen Angeboten in der Region, Infos zu touristischen News, Weiterbildungsangeboten, RVT Projekten usw. Ziel ist es, die Mitglieder über unsere Themen und Aktionen auf dem Laufenden zu halten und auch ihnen eine Plattform für ihre Neuigkeiten zu bieten. Das Feedback hier ist ausbaufähig.

- **Fahrradzählstellen im Linksrheinischen**

Derzeit verfügt der Kreis über drei Fahrradzählstellen im linksrheinischen Rhein-Sieg Kreis (Bornheim, Wachtberg und Meckenheim). Diese sind tagesaktuell online abrufbar. Über Kreismittel hat der Verein zwei weitere beantragt, die auf Empfehlung des Kreises entlang der Apfelroute, in Swisttal (Heimerzheim) und wahrscheinlich in Meckenheim (Altendorf) installieren werden. So können wir (hoffentlich ab der Radsaison 2022) tagesaktuelle Nutzerzahlen ermitteln und diese auch online über

www.apfelroute.nrw ausspielen. So erhalten wir ein recht gutes Bild über den Radverkehr im links-rheinischen und zum Teil auch über den Radverkehr entlang der Apfelroute. Da die Zahlen auch nach Uhrzeiten ausgewertet werden können, lassen sich auch Aussagen zum Alltagsradverkehr treffen.

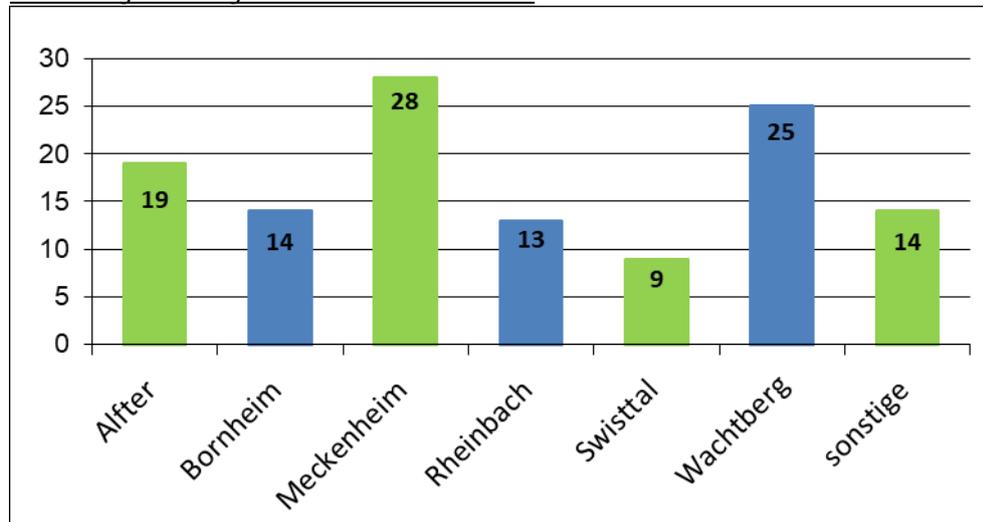
- **Abfrage Hoteliers geplant für 2022**

Wir planen 2022 eine Abfrage der Partnerhotels im Netzwerk Apfelroute, damit wir evaluieren können wie diese angenommen wird und ob die Betriebe hier Buchungen verzeichnen. Mündlich haben wir dies schon öfter gehört, wollen es aber mit einem Fragebogen untermauern. Die Abfrage wird erst in der Radsaison 2022 umgesetzt werden können.

- **Entwicklung der Mitgliederzahlen**

Die Anzahl der Mitglieder im RVT steigt. Gleichzeitig sind wenige Austritte zu verzeichnen. Betriebe/Mitglieder, die ihre Mitgliedschaft bei uns kündigen, geben meist gleichzeitig auch ihren Betrieb auf. Einen Schub neuer Mitglieder konnte durch die Partnerbetriebe an der Apfelroute gewonnen werden. Die Betriebe sehen das Partnernetzwerk sowie die kostenlose Radkarte als echten Mehrwert.

Verteilung der Mitglieder in den Kommunen



X. Organisation und Zusammenarbeit mit den Kommunen

Geschäftsführender Vorstand

Der RVT wird als Verein laut Satzung von einem Vorstand und dem geschäftsführenden Vorstand geführt. Zum geschäftsführenden Vorstand gehören: die/der Vorsitzende, die/ der stv. Vorsitzender sowie die/der Schriftführer/In. Derzeit sind dies BM Dr. Rolf Schumacher (Alfter), Heinz Bursch (Biohof Bursch, Bornheim) und Nicole Krumbach (Tourismusförderung der Stadt Bornheim).

Vorstand

Im Vorstand sind die 6 Gebietskörperschaften (Trägerkommunen des Vereins) durch ihre jeweiligen BMs vertreten. Außerdem sind die T&C als zuständige DMO vertreten, der Naturpark Rheinland sowie gewählte Vertreter/Innen aus Mitgliedsbetrieben der Region. Der Vorstand bestimmt die Ausrichtung des Vereins und berät über anstehende Projekte und Themen der Region.

Geschäftsstelle

Die MitarbeiterInnen des RVT kümmern sich um alle Belange des RVT. Zu nennen sind hier unter anderem die Organisation der Geschäftsstelle, die Umsetzung der Beschlüsse des Vorstandes sowie

die Umsetzung der Themen und Projekte des RVT in und für die Region. Außerdem erledigen sie das Tagesgeschäft (Anfragen, Internet, FB...) sowie die Bewerbung der Region auf Messen und Präsentationen usw.

Jour fixe

Um eine gute und zielgerichtete Kooperation mit den KollegInnen aus den Kommunen zu gewährleisten, findet nach jeder Vorstandssitzung auch ein Jour fixe mit den jeweiligen SachbearbeiterInnen und AnsprechpartnerInnen aus den Mitgliedskommunen statt. Dort informiert der RVT über die Ergebnisse der Sitzung, aktuelle Themen, Projektideen, Vorhaben usw. Bei Einzelprojekten in der Kommunen erfolgt der Austausch in der Regel zusätzlich bilateral.

Aufgaben der Kommunen/kommunalen Ansprechpartner

Im Rahmen der Zusammenarbeit ergeben sich einige Aufgaben, die von den KollegInnen aus den Kommunen mit übernommen werden müssen.

- Übermittlung aktueller Informationen zu:
 - Themen und Informationen, die Eingang auf der Homepage des RVT finden sollten
 - den Hotel- und Gastrobetrieben in der Region (aktuelle Daten, Infos, Schließungen etc...)
 - neue Betrieben in der Region (mit tourismusrelevantem Bezug)
 - der Zulieferung von Informationen zu neuen Entwicklungen in der jeweiligen Kommune
 - Projektwünsche/Ideen, die den RVT betreffen, die er aufgrund seiner Ausrichtung umsetzen könnte oder wo er involviert werden könnte/sollte.
- Koordination von Veranstaltungen in der jeweiligen Kommunen und Präsentationen mit oder für den RVT, z.B. Frühlingserwachen im Vorgebirge
- Austausch zu neuen oder geplanten Werbe- und Printmedien unter Berücksichtigung der CD/CI des RVT sowie der rheinischen Apfelroute
- Messeteilnahmen/Messedienste für und mit dem RVT
- Mitgliedergewinnung und Betreuung

X. Projekte & Maßnahmen des RVT allgemein

Folgende Projekte sind der derzeit die RVT- Schwerpunkte Projekte

- Die rheinische Apfelroute (Fertigstellung und Abwicklung der Förderung)
- Die BTHVN Musik Picknicks (Umsetzung und Abwicklung der Förderung)
- Internetseite RVT (Neu) mit Einführung Buchungssoftware Deskline

Folgende Projekte werden kontinuierlich in Kooperation mit den angrenzenden Tourismusorganisationen oder übergeordneten Stellen bearbeitet

- Die Wasserburgen-Route
- Der Römerkanal Wanderweg
- Radregion Rheinland

Folgende Kooperative Treffen finden (auch digital) regelmäßig zur Verbesserung der Zusammenarbeit statt:

- Regio Treff (T&C)
- Kooperationsrunde Tourismus des Region Köln/Bonn e.V.
- Römerkanal Beirat
- Netzwerktreffen Partnernetzwerk Apfelroute (geplant: 2-mal jährlich)

XI. Weitere geplante Projekte des RVT 2021 & 2022

1. Einführung Reservierungssystem Deskline mit Akquise und Schulung

Das System ist installiert, die Schulung zum größten Teil digital erfolgt, derzeit pflegen wir die Betriebe der Region ein, soweit wir über deren Daten verfügen.

Mehrwert für Gäste: ÖPNV Ticket kostenlos für Bucher über die Homepage

Mehrwert für Betriebe: bessere Online Darstellung

Projektumfang

- Anschreiben aller Hotels und Fewos in der Region
- zahlreiche Akquise Gespräche
- Schulung der RVT Mitarbeiter/Innen

2. Neuer Internetauftritt des RVT

Im Rahmen der Einführung des Daten Hub NRW über/mit Neusta erhalten wir, in Kooperation mit dem Rhein-Sieg Kreis (Naturregion Sieg) eine neue Internetseite. Hier nutzen wir dann zur Darstellung von Touren und Wegen die bekannte und beliebte Plattform Outdooractive. Das Reservierungssystem Deskline wird dann ebenfalls über eine Schnittstelle eingebunden und professionalisiert die Darstellung unserer Unterkünfte in der Rhein-Voreifel.

Um möglichst Zielgruppengenau vorzugehen haben wir eine Contentmanagement Strategie entwickeln lassen, die unsere alte Internetseite analysiert hat und uns Empfehlungen für den Neuaufbau der Sitemap geben wird, um hier möglichst kundenfreundlich und themenfokussiert zu werden.

3. Erstellung einer neuen Infobroschüre mit Gastgebern über die Region

Unsere alte Informationsbroschüre über die Region ist veraltet und vergriffen. Eine neue Broschüre zur Bewerbung der Region als Ganzes muss erstellt werden. Die neuen Projekte Apfelroute und Römerkanalinfo-Zentrum müssen Eingang in eine Informationsbroschüre über die Region finden. Somit werden die Neugestaltung und Auflage einer Broschüre mit den neuen Projekten, den bestehenden Sehenswürdigkeiten und aktuellen Entwicklungen unumgänglich.

Ziel ist es die neue Broschüre eher journalistisch – im Stil von Artikeln, Tipps und Infos zur Region umzusetzen und somit ein modernes Erscheinungsbild zu kreieren.

4. Konzeption eines neuen Hofladenflyers

Wir repräsentieren das größte Obst und Gemüseanbaugebiet NRWs und sollten daher auch die Anbieter vor Ort entsprechend bewerben können. Es gab vor Jahren einmal einen solchen Flyer und die Anfragen danach sind immer noch ungebrochen hoch.

5. Kulturlandschaftspfad Streuobst in Alfter

Der Kulturlandschaftspfad Streuobst wurde 2010/2011 in Kooperation mit der Uni Bonn in Alfter umgesetzt. Sowohl die Tafeln als auch das Layout von Tafeln und Karten sind mittlerweile in die Jahre gekommen. Des Weiteren könnten 2 bis 3 neue Standorte hinzugenommen werden.

Wir möchten die Inhalte der Tafeln sowie die Karten komplett überarbeiten. Auch die Beschilderung des rund 10 km langen Themenweges muss modernisiert und angepasst werden.

6. Weiterentwicklung der Rheinischen Apfelroute

Das EFRE Projekt die „Rheinische Apfelroute“ findet mit dem Aufbau der Erlebnisstationen zu Beginn der Radsaison 2021 seinen offiziellen Abschluss. Damit endet auch die Förderung der EU, nicht jedoch die Arbeit im/mit dem Projekt. Durch die bereits angestoßenen Prozesse ergeben sich zahlreiche weitere Maßnahmen und Aufgaben, die wir in den kommenden Jahren mit/an der Apfelroute gerne umsetzen möchten, um unser Produkt auch weiterhin attraktiv zu halten und entsprechend vermarkten können.

6.1 Nachbeschilderung Apfelroute sowie Mängelbeseitigung

Im Rahmen der 2020 durchgeführten ADFC Befahrung der daraus resultierenden Zertifizierung der Route ergeben sich einige Schwachstellen der Route, bei denen nachgebessert werden muss. Besonders bei der Wegweisung muss mit Wegweisern nachgebessert und entsprechend das Schilderkataster angepasst werden.

Diese Aufgabe übernimmt nach Abstimmung federführend der Rhein-Sieg Kreis mit den Kommunen.

6.2 Anschaffung von ein oder zwei Zählstationen im Linkrheinischen

Siehe Seite 8. Messung der Besucherfrequenz auf der Apfelroute.

6.3 Ausgestaltung weiterer Erlebnisstationen mit Sonderelementen

(Cortenstahl Mann, Hummel, Spielplatzelemente, Spielplatzkartierung, Fotorahmen)

Es gibt noch Ideen für Elemente entlang der Apfelroute, die wir bisher aufgrund begrenzter Fördermittel nicht umsetzen konnten.

6.4 Alte Apfelsorten mit Erläuterungen auf/ an jeder Erlebnisstation mit Hinweis

Das Thema „Apfel“ soll auf allen Erlebnisstationen sichtbar sein. Dies könnte bspw. an manchen Erlebnisstationen mit der Pflanzung alter Apfelsorten erfolgen und gleichzeitig ein wichtiger Beitrag zur Erhaltung der alten Arten in der Region ermöglicht werden.

6.5 Zusatzbeschilderung/Infoschilder Apfelroute an Rastmöglichkeiten

Durch unser Spendenprojekt mit Liegebänken entlang der Route haben wir mittlerweile weitere Rastmöglichkeiten für Radfahrer. (Alfter: 3, Wachtberg: 2, Rheinbach: 1)

6.6 Familienangebot- Känguru Magazin

Das Familienmagazin Känguru hat angeboten, eine Familientour als Einleger für das Magazin zu entwickeln und so auch zu vertreiben. Da das Magazin in Köln und Bonn weit verbreitet ist, erhoffen wir uns hierdurch eine zielgruppengenaue Ansprache.

6.7. Ausstattung aller Apfelrouten Partnerbetriebe mit Prospektständern für Karte und Flyer & Ausstattung der Apfelrouten Partnerbetriebe mit Merchandising Artikeln

Unsere Netzwerkpartner haben im Rahmen der Zertifizierung zum Apfelrouten Partnerbetrieb u.a. ein Schild und eine Urkunde für die Zertifizierung durch uns erhalten. Sie haben sich im Gegenzug verpflichtet u.a. unsere Flyer auszulegen. Einige haben uns nach einem geeigneten Prospektständer angefragt. Um ein einheitliches und professionelles Bild zu schaffen, würden wir ihnen gerne anbieten, sie mit einem Prospektständer auszustatten. Ein Partnerbetrieb hat ein Modell entworfen (Buchenholz, massiv, handgefertigt), welches dann in größerer Stückzahl bestellt werden könnten.

6.8 Maskottchen Apfelroute mit Kinderquiz und Malvorlagen

Um die Ausrichtung auf unsere Zielgruppe „Familien“ zu untermauern, würden wir gerne ein Apfelrouten Maskottchen von unserer Wimmelbild-Illustratorin entwickeln lassen. Dies könnte auf den Familienprodukten aufgebracht werden. Zudem könnte sie uns Malvorlagen oder ein entsprechendes Apfelrouten Wimmelbild/-buch erstellen, welches wir als Werbemittel herausgeben würden.

7. Adendorfer Töpferpfad

Der Töpferpfad in Adendorf wurde 2009/2010 mit der Gemeinde Wachtberg umgesetzt. Die Töpfereien im Töpferort werden weniger, dennoch möchten wir auch in Zukunft auf die Historie und Tradition des Ortes aufmerksam machen, der ein wichtiger Bestandteil der Historie der Region darstellt.

Sowohl die Tafeln als auch das Layout der Tafeln und Flyer sind mittlerweile veraltet.

Hier müssen die Inhalte der Tafeln sowie der Flyer komplett überarbeitet werden.

8. Obstlehrpfad in Wachtberg

Der Obstlehrpfad wurde vor einigen Jahren von einem ortsansässigen Landwirt ins Leben gerufen. Der Pfad liegt direkt an der Apfelroute und komplettiert das thematische Angebot. Hier ist eine Aufwertung der Beschilderung notwendig. Da es sich um einen Partnerbetrieb der Route handelt, wird hier eine Kooperation angestrebt.

9. Social Media Schulung für RVT und Mitglieder und Kampagne für RVT/Apfelroute

Begründung: seit einigen Jahren sind wir mit dem RVT sowie der Apfelroute auf Facebook vertreten. Die Apfelroute wirbt zudem auf Instagram. Die beiden Profile werden zeitaufwändig von uns selbst gepflegt. Allerdings sind wir Laien und stoßen immer wieder an Grenzen. Um die mittlerweile sehr ausgereiften Instrumente dieser Plattformen nutzen zu können, bedarf es einer Grundlagen Schulung. Hierfür würden wir gerne – auch unseren Mitgliedern beim RVT eine Schulung ermöglichen. Darauf aufbauend würden wir in den kommenden Jahren gerne einen Teil unseres Budgets in eine Social Media Kampagne investieren.