

Ferienland im Schwarzwald

# Maßnahmenkatalog 2014



**FERIENLAND**  
**SCHWARZWALD**  
Natur erleben. Mittendrin.

Julian Schmitz  
11.02.2014

# Inhalt

Exkurs: Wasser im Ferienland .....	2
<b>Leuchtturm im Ferienland.....</b>	<b>3</b>
1.) Leuchtturm-Events .....	3
2.) Naturhaus Ferienland im Schwarzwald.....	5
3.) Waldhütten .....	5
4.) Sommernutzung Skilifte .....	5
<b>Priorisierte Maßnahmen 2014 .....</b>	<b>6</b>
1.  Beschilderung Ferienland .....	6
2.  Einkaufsgemeinschaft.....	6
3.  Kinderferienprogramm.....	7
4.  Imagefilm & Fotos .....	7
5.  Ferienland im Schwarzwald Reiseführer .....	8
6.  Elektronische Buchungsmöglichkeit auf Website einbauen .....	8
<b>Verein.....</b>	<b>8</b>
1.  Mehrwert für Mitglieder .....	8
2.  Ferienland-Zeitung .....	9
<b>Begleitende Projekte 2014.....</b>	<b>10</b>
Premiumwanderweg .....	10
Beginnende Ausarbeitung eines Leuchtturms .....	10
Bewirtete Hütten im Aussenbereich .....	10
<b>Begründung für Erhöhung.....</b>	<b>11</b>

## **Exkurs: Wasser im Ferienland**

Das Ferienland verfügt über einige Quellen und liegt dazu im Quellenlandkreis. Da wir keine Seen bzw. natürlich Bademöglichkeiten haben, müssen wir uns auf „Quellwasser“ als Werbethema beschränken.

Damit Gastgeber dieses Alleinstellungsmerkmal nutzen und für Gäste zugänglich machen können, bekommen Mitglieder die Möglichkeit, hochwertige Glas-Karaffen zum Sonderpreis über das Ferienland zu beziehen.

So können Gastgeber auf den Zimmer frisches Quellwasser (Leitungswasser) kostenlos anbieten. Das Ferienland stellt sog. „Compliment-Cards“ mit Erläuterungen zur Verfügung.

Das Ferienland übernimmt auf Vorbestellung den Einkauf der Karaffen und wird diese an Gastgeber distribuieren. Die Karaffen werden mit einem hochwertigen Logo & Schriftzug (Ferienland) versehen sein.

## Leuchtturm im Ferienland



### 1.) Leuchtturm-Events

#### Event I: Musik mit Aussicht (Wochenendveranstaltung)

Jährliche Konzert- bzw. Veranstaltungsreihe, die an wechselnden Orten unter freiem Himmel stattfindet. Der Hintergrund muss stets eine Aussicht sein, die Schönheit der Landschaft in den Mittelpunkt zu rücken. Dabei treten mehrere Künstler und Musiker an zwei Abenden hintereinander auf (Freitag & Samstag).

Das am Freitag stattfindende Eröffnungskonzert ist kleiner gehalten als das Konzert am Samstag. Es findet bspw. in einem Waldstück statt, welches bunt illuminiert wird. Aussicht bedeutet hier nicht „Weitsicht“ sondern der Blick in den Wald. Neben Musik kommen hier auch Kunst und Schwarzwaldsagen zum Tragen. Bspw. kann eine Lesung von „Das kalte Herz“ vorgetragen werden, vorzugsweise durch eine bekannte Hörspielstimme.

Dabei könnte eine Aufnahme für den Verkauf gemacht werden.

Ergänzend kann Catering angeboten werden, bspw. mit Getränken und kalten Speisen.

Zu erwartende Zuschauer: 200– 300 Personen

Samstag beginnt der Hauptteil am frühen Abend. Auch hier gibt es qualitativ hochwertiges Catering und Getränke. Es treten 2-3 Künstler auf.

Mind. ein Akt macht Musik, die anderen Beiden können bspw. tanzen, zaubern, etc. wenn entsprechende Künstler gefunden werden.

Möglich sind auch 3 unterschiedliche Musiker / Gruppen.

Zu erwartende Gäste (je nach Line-Up). 250 bis 600 Personen

Durchführung: Sommer (Juli / August)

Kosten (je nach Line-Up): mind. 15.000 €

## **Event II: „Beat the hill“ (Wochenendveranstaltung)**

Jährlich stattfindende Veranstaltung mit dem Ziel, in verschiedenen Klassen (und mit verschiedenen Gerätschaften) einen Berghang zu erklimmen.

In unterschiedliche Kategorien unterteilt (bspw. nach Gefährt (Einkaufswagen, Fahrrad, Dreirad, Bobbycar, Motorrad, Auto, etc.)) versuchen die Teilnehmer einen Steilhang zu bezwingen (oder eine Sprungschanze).

Dabei müssen diverse Aufgaben erfüllt werden, z.B. muss ein Glas Bier in einem Kinderwagen den Hang hinaufgebracht werden ohne dabei etwas zu verschütten. In den höheren Kategorien kann der Hang mit einem Motorrad oder Auto bezwungen werden.

Am Freitag finden bspw. die Vorausscheidungen statt, am Samstag beginnt mittags das Finale. Abends werden bei einer gemeinsamen Party die Sieger gekürt & gefeiert.

So können Einheimische und Touristen gleichermaßen eingebunden werden.

Durchführung: Sommer oder Winter (Juli/Aug./Sept./Jan./Feb.)

**Kosten (je nach Line-Up & Größe): mind. 10.000- 15.000 €**

## **Event III: „Schwarzwald-Olympiade“ (Wochenendveranstaltung)**

In Anlehnung an „Beat the hill“ werden an einem Wochenende verschiedene Parcours und Tätigkeiten absolviert, die ihren Ursprung im Schwarzwald haben, bspw. Holz hacken & sägen, Schafe hüten, Kühe melken, Strohflechten, etc.

Dabei treten mehrere Teilnehmer gegeneinander an und haben die Möglichkeit einen Preis zu gewinnen.

Abends werden bei einer gemeinsamen Party die Sieger gekürt & gefeiert.

Durchführung: Sommer oder Winter (Juli/Aug./Sept./Jan./Feb.)

**Kosten (je nach Line-Up & Größe): mind. 10.000- 15.000 €**

## **2.) Naturhaus Ferienland im Schwarzwald**

Im Ferienland entsteht ein zentrales Naturhaus, in dem alle Aspekte des traditionellen Schwarzwalds dargestellt werden. In einem Gebäude befinden sich ein Bauernmarkt, Restaurant, Werkstätten (Käserei, Kuckucksuhren, Holzschnitzer, etc.) Informations- & Veranstaltungsräume, Kinderspielplatz, Kleintierzoo, usw.

Ziel des Zentrum ist es, dieses als bewusst gewähltes Ausflugsziel in einem Umkreis von 150 – 200 Kilometer für Wanderer, Naturbegeisterte, und Familien zu etablieren.

Als Inspiration können folgende Einrichtungen dienen:

Dorfhaus Thalkirchdorf (<http://www.dorfhaus.de/>)

Marktscheune Berghaupten (<http://markt-scheune.com/>)

In einem solchen Gebäude kann der Kern des Schwarzwälder Wesens und der Schwarzwälder Spezialitäten repräsentiert, angeboten und erlebbar gemacht werden.

## **3.) Waldhütten**

Im gesamten Ferienland verteilt entstehen in den nächsten Jahren diverse Hütten im Wald. Diese können selbstversorger- oder belieferte Hütten sein.

Die Hütten sollen von Privatpersonen erbaut und betrieben werden, die Vermarktung und Vermietung erfolgt durch das Ferienland. Banken können, wenn sie das Projekt als erfolgsversprechend ansehen, durch günstige Kredite den Bau der Hütten fördern.

## **4.) Sommernutzung Skilifte**

Um Schleplifte im Sommer nutzbar zu machen und Touristen anzulocken, können „Off-Road-Dreiräder“ angeschafft werden. Diese können mit dem Lift hochgezogen werden und die Gäste fahren auf ihnen den Berg hinunter. Das Angebot kann von Kindern und Erwachsenen gleichermaßen genutzt werden. Je nach Location sind die Abfahrten von leicht bis anspruchsvoll einzustufen.

---

## Priorisierte Maßnahmen 2014

---

### 1. Beschilderung Ferienland

#### Innerorts

Bis August 2014 werden in allen Orten des Ferienlands Imageplakate aufgehängt. Ziel ist, an exponierten Stellen entsprechende Plakate aufzuhängen und so Einheimische und Gäste gleichermaßen auf das Ferienland im Schwarzwald hinzuweisen.

Die komplette Abwicklung wird vom Ferienland übernommen.

Die ausgewählten Standorte müssen von den Gemeinden genehmigt werden.

**Geschätzte Kosten:** 15.000 € (inkl. Montage)

**Abschluss:** August 2014

#### Außerorts

Bis Ende des Jahres sollen Schilder an allen Ortseingängen und auf Landstraßen im Ferienland aufgestellt werden.

Ziel ist es, jedem Besucher der Region bewusst zu machen, dass er sich im Ferienland befindet und so Interesse an einer Buchung bei uns zu wecken.

Im Vorfeld müssen Gespräche mit dem Landratsamt bzw. Straßenbauamt geführt werden. Von dem ausstehenden Genehmigungsverfahren hängt es ab, bis wann die Beschilderung realisiert werden kann.

**Geschätzte Kosten:** 30.000 € (Inkl. Montage)

**Abschluss:** Ende 2014 (Abhängig von Behörden)

### 2. Einkaufsgemeinschaft

Um für Mitglieder (und Tourismustreibende) im Ferienland einen Mehrwert zu generiert, wird das Ferienland als Einkaufsgemeinschaft auftreten um bei Anschaffungen Preisvorteile zu generieren. Ziel ist dabei die Stärkung der Servicekultur und der Wahrnehmbarkeit des Ferienlands auch innerhalb der Betriebe. Es sollen bspw. gekauft werden:

- **Servietten**

Interessierte haben die Möglichkeit, Servietten für Ihren Betrieb zu erwerben. Diese Servietten werden mit dem Logo des Ferienlands und weiteren Informationen bedruckt sein.

- **Glaskaraffen**

Siehe „Wasser im Ferienland“

- **Sets für Kinder**

Interessierte können über das Ferienland spezielle Kindersets aus Papier beziehen. Auf diesen sind Spiele (bspw. Malbögen oder Labyrinth) aufgedruckt oder auch Ausflugstipps in der Region. Kinder sind so während des Essens beschäftigt und erhalten gleichzeitig Vorschläge für die Urlaubsgestaltung.

**Geschätzte Kosten:** 7.000 €

**Abschluss:** August 2014 (Servietten & Sets; Karaffen bei Interesse)

### 3. Kinderferienprogramm

Familien mit Kindern (und Großeltern mit Enkeln) sind eine wichtige Zielgruppe des Ferienlands. Durch die Teilnahme am Landeswettbewerb „Familienfreundliche BaWü“ ist es unser Ziel, Familien im Ferienland bestmöglich zu unterstützen.

Im Mittelpunkt steht hierbei ein umfangreiches Kinderferienprogramm im Sommer, welches dieses Jahr erstmalig neu aufgelegt wird. Das Programm findet wöchentlich wechselnd (oder tageweise) in allen Orten statt.

#### Eckpunkte des Programms & Vermarktung:

- „Programm-Tour“ durch alle Orte (rollierend)
- Spezielle Veranstaltungen an Spielplätzen
- „Eistruck“ im Ferienland (kostenloses Eis für Kinder, einen Tag je Ort; die Sparkasse führt dieses Jahr eine ähnliche Aktion durch, evtl. Kooperation)
- Kinderbetreuung einrichten (über Spielscheune & Kindergärten)
- Umfangreiche Werbung bei Gastgebern (Plakate & Flyer)
- Verstärkte Werbung im Rahmen des Landeswettbewerbs „Familienfreundliche“
- Mailingaktion bei Familien (ca. 4.000 Personen; kauf von passenden Adressen)
- Gezielte Themenvermarktung auf passenden Onlineportalen

**Geschätzte Kosten:** 15.000 €

**Abschluss:** Juli 2014

### 4. Imagefilm & Fotos

Bilder und Videos sind in der heutigen Zeit unerlässlich. Für die mediale Onlinevermarktung soll ein 5-minütiger Imagefilm erstellt werden, der alle Jahreszeiten abdeckt. Analog wird ein Film je Jahreszeit und Ort erstellt (Ausschnitte des Imagefilms neu geschnitten).

Um eine Fundus an aktuellen Bildern aufzubauen muss ein Fotoshooting für jede Jahreszeit und für jedes Thema durchgeführt werden.

**Geschätzte Kosten:** 18.000 €

**Abschluss :** April 2015 (Imagefilm & alle Bilder)  
(witterungsabhängig)



## 5. Ferienland im Schwarzwald Reiseführer

Durch den Beitritt Unterkirnachs und den Austritt Tribergs ist der Reiseführer nicht mehr aktuell. Auch ist das Design nicht mehr zeitgemäß und er ist mit dem alten Logo versehen.

Ziel ist ein aktueller, themenbezogener Ortsführer, in dem jeder Ort & die Highlights des Ferienlands vorgestellt werden.

**Geschätzte Kosten:** 40.000 €

**Abschluss:** Januar 2015

## 6. Elektronische Buchungsmöglichkeit auf Website einbauen

Um den Ansprüchen des heutigen Buchungsverhaltens gerecht zu werden, muss unsere Onlinebuchung überarbeitet werden.

Ziel ist, eigene Pauschalen und Pauschalen von Gastgebern online buchbar zu machen über unsere Website. Es müssen Themenpauschalen erstellen werden, welche auch kurzfristig vermarktet werden können. So kann gezielt auf auslastungsschwache Zeiten reagiert werden (Vermarktung über Portale wie eBay, Original Schwarzwald oder DailyDeal).

Das Ferienland tritt dabei als Reisemittler auf Provisionsbasis auf.

**Geschätzte Kosten:** 13.000 €

**Abschluss:** Oktober 2014

---

## Verein

---

Was macht der Verein für seine Mitglieder? Diese Frage kommt immer wieder auf und um unseren Mitgliedern einen klaren Mehrwert bieten zu können, werden für das Jahr 2014 folgende Vorteile angeboten. Auch die Einkaufsgemeinschaft (Priorität 2) ist ein klarer Mehrwert für die Mitglieder.

### 1. Mehrwert für Mitglieder

#### - Vortragsreihe ab November 2014 / Planung für 2015

Mitglieder haben die Möglichkeit, einen Vortrag (in Kooperation mit der VHS) einen hochkarätigen Vortrag zum Thema Servicequalität („Der Kunde ist Gast“) besuchen. Die Veranstaltung soll auch zum Knüpfen von Netzwerken dienen.

**Geschätzte Kosten:** 3.000 €

**Abschluss:** November 2014

#### - Sprachkurs für Mitglieder oder Internetschulung

Mitglieder erhalten die Möglichkeit kostenlos an den Kursen teilzunehmen. Es muss noch entschieden werden, welcher Kurs angeboten wird.

**Geschätzte Kosten:** 3.000 €

**Abschluss:** Oktober / November 2014

- **Fortsetzung Aktion „Fotos & Videos“**

Im vergangenen Jahr haben wir begonnen, neue Fotos von Gastgeberbetrieben anfertigen zu lassen. Durch eine Anzeigenschaltung im Gastgeberverzeichnis können Mitglieder diesen Service nutzen. Wahlweise kann der Vermieter neue Bilder oder ein Imagevideo bestellen. Diese(s) steht dem Gastgeber auch zur eigenen Verwendung zur Verfügung.

**Geschätzte Kosten: 4.000 €**

**Abschluss: September 2014**

## **2. Ferienland-Zeitung**

Um die Bedeutung des Tourismus für die Region zu unterstreichen und um alle Beteiligten über die Entwicklung des Ferienlands zu informieren, wird eine Zeitung für alle Mitglieder & Tourismusbetriebe erstellt. Auch sollen Infos über touristisch relevante Themen vermittelt werden. Die Zeitung soll als pdf. und Print aufgelegt werden.

**Geschätzte Kosten: 3.000 €**

**Abschluss: April 2014**

---

## **Begleitende Projekte 2014**

---

### **Premiumwanderweg**

Es ist unser Ziel, im Bereich Wandern bei „den Großen“ mitzuspielen. Wir sind eine erstklassige Wanderdestination und dies gilt es nachhaltig zu sichern.

Daher ist es unser erklärtes Ziel, einen Premiumwanderweg im Ferienland Schwarzwald zu errichten. Wir beginnen dieses Jahr mit der Wegeplanung, allerdings ist die letztendliche Umsetzung von mehreren (externen) Faktoren wie Zulassungsbehörden abhängig.

Geschätzte Kosten (ohne Förderung)	60.000 €
<b>Geschätzte Kosten (mit 50 % Förderung)</b>	<b>30.000 €</b>

### **Beginnende Ausarbeitung eines Leuchtturms**

Die Umsetzung eines Leuchtturm-Projekts ist ein erklärtes Ziel, kann aber nur mit „LEADER“-Förderung durchgeführt werden. Eine Förderung ist aufgrund einer Umstrukturierung des Fördertopfes frühestens im Jahr 2015 möglich.

Wird ein entsprechender Beschluss gefasst, wird mit der weiteren Ausarbeitung begonnen um die entsprechenden Fördermittel im kommenden Jahr zu beantragen.

### **Bewirtete Hütten im Außenbereich**

Wir erarbeiten eine Konzeption im Ferienland zur Bewirtung von Hütten oder Stellen im Außenbereich. Diese Hütten stellen einen entscheidenden Mehrwert für die Gäste dar und können zu einer deutlichen Belegung führen.

Ziel muss es sein, dass wir in allen Orten des Ferienlandes entsprechende Hütten oder Höfe ausweisen, in denen gerade auch für den Tourismus bewirtet werden darf. Die Konzeption wird dem Landratsamt als Genehmigungsbehörde vorgelegt, denn eigentlich sind Gaststätten im Außenbereich nicht zulässig und nicht genehmigungsfähig. Daher heißt es in diesem Punkt viel Geduld üben und Überzeugungsarbeit leisten.

Bei Genehmigung besteht die Möglichkeit, ein solches Projekt auch von LEADER fördern lassen. Dies dauert alles länger, hat dann aber mehr Qualität.

**Gesamtkosten 2014: 181.000 €**

---

## **Begründung für Erhöhung**

---

Die Ferienland im Schwarzwald GmbH erhält seit dem Jahr 2002 einen Marketingbeitrag in Höhe von 30.000 € p.a / je Gemeinde (davor Äquivalent in DM).

Seit Gründung der GmbH hat sich das Wettbewerbsumfeld allerdings maßgeblich verändert und somit auch die Anforderungen an die GmbH. Dazu hat sich das Aufgabenfeld stark erweitert und die Ansprüche interner und externer Anspruchsgruppen steigen stetig.

Um den veränderten Anforderungen gerecht werden zu können, ist die Aufstockung des Marketingbeitrags unerlässlich. Ein professionelles Marketing mit nachhaltiger Ausrichtung erfordert einen erhöhten Finanzeinsatz.

Um professionelle Marketingmaßnahmen leisten zu können, hat die Ferienland im Schwarzwald GmbH einen konkreten und überprüfbaren Maßnahmenplan erstellt, der Auskunft über die geplante Mittelverwendung der Erhöhung gibt.

Für dieses Jahr verfügt das Ferienland über ein Budget in Höhe von 150.000€. Operativ stehen davon lediglich 111.000€ zur Verfügung, da die Fixkosten der GmbH 38.934€ netto betragen.

Durch die angestrebte Erhöhung auf 50.000 € je Gemeinde würde das Ferienland über ein Marketingbudget in Höhe von 250.000€ pro Jahr verfügen. 181.000€ würden davon für die Maßnahmenumsetzung verwendet werden.

Die Differenz zu den oben genannten Maßnahmen beträgt somit 69.000€.

Diese 69.000€ sind zur Kostendeckung des laufenden Betriebs vorgesehen und werden für die Fixkosten, die Überarbeitung aktueller Drucksachen und Durchführung weiterer regulärer Marketingmaßnahmen (bspw. Anzeigenwerbung) benötigt.

Unsere Fixkosten p.a. setzen sich folgendermaßen zusammen:

Versicherungen	1.323€
Beiträgen (Westwegfons, Arbeitskreise, TMBW)	7.430€
Wegebetreuung (Wanderwege & MTB)	3.319,50€
fixen Werbeaktivitäten	26.861,72€

*(Zu diesen Aktivitäten gehören u.a. alle Beteiligungen an Drucksachen der STG (Kataloge), STG-Gästejournal, E-Bike-Leasing und die Skiliftnutzung mit 14.600 € im vergangenen Jahr)*

**Gesamt: 38.934€**

Die ausstehenden 30.066€ werden dann, wie bereits erwähnt, für die Überarbeitung vorhandener Drucksachen und die Umsetzung operativer Marketingmaßnahmen verwendet.

Ziel der geplanten Maßnahmen ist, das Ferienland nachhaltig weiter zu entwickeln und Weichen für eine erfolgreiche Zukunft zu stellen - gleichermaßen für Gäste und Einheimische. Dies ist nur mit einer Budgeterhöhung möglich.