

Geschäftsbericht 2002 - 2006

Impressum

Schwarzwald Tourismus GmbH

Christopher Krull

Ludwigstraße 23

79104 Freiburg

Tel.: 07 61 / 2 96 22 71

Fax: 07 61 / 2 96 22 70

www.schwarzwald-tourismus.info



**Vorgelegt anlässlich der Jahreshauptversammlung am
31. Juli 2006 in Schluchsee**

Text: Jacqueline Luxem, Christopher Krull

Beiträge von Heike Budig, Heide Glasstetter, Michael Kasprowicz,

Margarete Furtwängler

Schlussredaktion: Christopher Krull

Die STG wird unterstützt vom Wirtschaftsministerium Baden– Württemberg und
von Tourismus Marketing Baden- Württemberg

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	
1. Tourismusentwicklung	
1.1 Langjährige Übernachtungsentwicklung	4
1.2 Tourismusentwicklung 2002 - 2005	7
1.3 Herkunft der Gäste	9
1.4 Tourismusentwicklung nach Gebieten und Orten	10
1.5 Wirtschaftliche Bedeutung	12
2. Verbandsstruktur	
2.1 Die Reform der Verbandsstrukturen	13
2.2 Struktur der neuen STG	14
2.3 100 Jahre Schwarzwald Tourismus Organisation	15
3. Werbung	
3.1 Das Marketingkonzept	17
3.2 Messen und Veranstaltungen	18
3.3 Beteiligungen und Kooperationen	25
3.4 Service Karten (Schwarzwald Card, KONUS etc.)	27
3.5 Broschüren und Prospekte	29
3.6 Anzeigen	32
3.7 Internet	33
3.8 Auslandsmarketing	35
4. Presse	37
5. Innenmarketing	
5.1 Funktion und Aufgabenstellung	40
5.2 Themenbearbeitung über Arbeitskreise	42
5.3 Wandern	44
5.4 Radfahren	45
5.5 Winter	46
5.6 Themenbearbeitung sonstige Themen	47
5.7 Grenzüberschreitende Zusammenarbeit	48
5.8 Qualitätsmanagement	49
6. Incoming	51
7. Personalien/ Gremien	
7.1 Gesellschafterversammlung	54
7.2 Aufsichtsrat	54
7.3 Arbeitskreise	56
7.4 Team der STG	58
8. Daten, Zahlen, Nachweise	62

Vorwort

Warum einen Geschäftsbericht mit einem Zeitraum von 5 Jahren?

Dafür gibt es mehrere Gründe. Es handelt sich um den Zeitraum der Existenz der Schwarzwald Tourismus GmbH und damit um den Abschnitt des größten Wandlungsprozesses der bisherigen Verbandsgeschichte. Nach 100 Jahren ist es gelungen mit der am 01.01.2006 vollzogenen Fusion, einen einzigen einheitlichen Dachverband für den gesamten Schwarzwald zu schaffen. Gleichzeitig konnten mit der SchwarzwaldCard und der KONUS-Gästekarte bedeutende Marketingprojekte umgesetzt werden. Es ist aber auch die letzte Phase vor dem 100-jährigen Jubiläum des Tourismusverbandes, daher fällt dieser Geschäftsbericht ausführlicher aus und wird anlässlich des Schwarzwaldtages am Schluchsee vorgestellt.

Die Arbeit der STG trägt Früchte, die gesetzten Ziele konnten in den zurückliegenden 5 Jahren erreicht werden. Das neue Marketingkonzept gibt der Schwarzwald Tourismus GmbH die Richtung vor. Der Schwarzwald ist touristisch deutlich näher zusammengedrückt, die Unterteilung nach Gebieten ist aufgehoben. Stattdessen setzt sich zunehmend eine thematische Neugliederung unter der Dachmarke Schwarzwald durch. Das Schwarzwaldlogo gewinnt an Bedeutung und hält immer mehr Einzug in werbliche Medien der Region. Auch die Privatwirtschaft konnte in diese Dachmarkenarbeit eingebunden werden. Die Tourismusentwicklung ist positiv. Die Ankünfte erreichen mit jährlichen Zuwachsraten Rekordniveau und liegen im Jahr 2005 mit nahezu 6 Mio. Gästeankünften in gewerblichen Betrieben so hoch wie niemals zuvor. Die Übernachtungen in Gewerbebetrieben steigen ebenfalls insgesamt leicht an, auch wenn die jährliche Entwicklung unterschiedlich ausfällt, erreichen sie im Jahr 2005 eine Größenordnung von rund 18,6 Mio. Übernachtungen. Die erfreulichste Übernachtungsentwicklung vollzieht sich bei den Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland: Sie steigt im Berichtszeitraum um 28 %. Für das erste Halbjahr 2006 zeichnet sich eine Fortsetzung des Trends ab. Insgesamt stagnieren die Übernachtungen, nehmen lediglich bei den Auslandsgästen zu, die Gästeankünfte steigen.

Der Schwarzwald Tourismus ist gut aufgestellt. Er bietet 138.000 direkte Arbeitsplätze und erwirtschaftet rund 5 Mrd. Euro Bruttoumsatz. Eine Erfolgsgeschichte und ein gutes Fundament für die nächsten 100 Jahre Schwarzwald Tourismus.



Landrat Jochen Glaeser
Aufsichtsratsvorsitzender



Bürgermeister
Heinz Hornberger
Vors. der Gesellschafter-
versammlung



Christopher Krull
Geschäftsführer

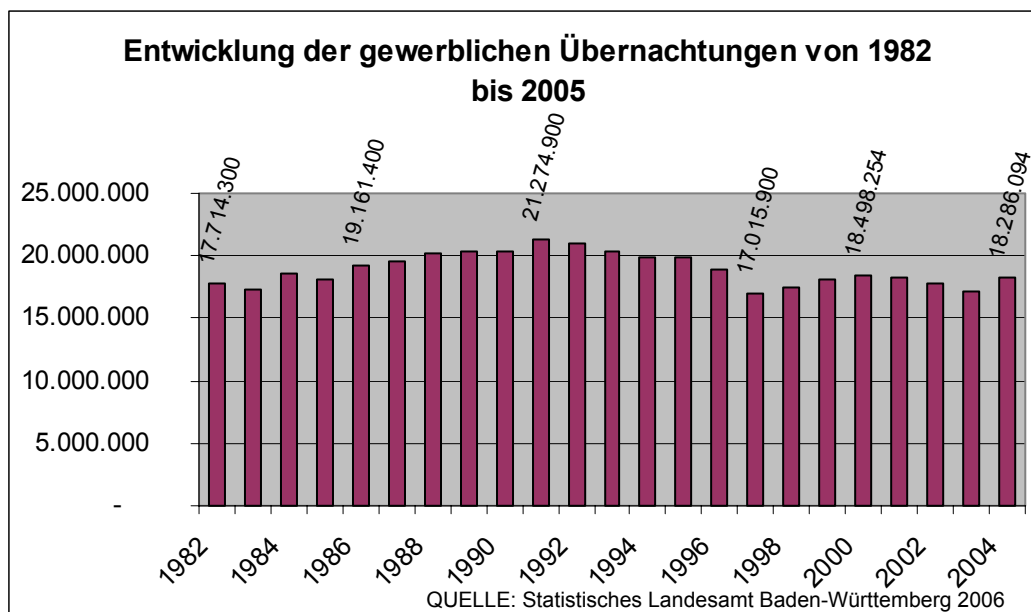
1. Tourismusentwicklung

1.1 Langjährige Tourismusentwicklung

Der Schwarzwald weist heute Übernachtungszahlen auf wie etwa vor 20 Jahren, aber etwa 2,7 Mio. Übernachtungen weniger als in seinen besten Jahren nach dem Mauerfall. Für die Entwicklung der Übernachtungssituation sind folgende Faktoren entscheidend:

- Anhaltende Tendenz der Deutschen zu Auslandsreisen
- Trend zu immer kürzerer Aufenthaltsdauer
- Gesundheitsreform
- Rückgänge in den Beherbergungsbetrieben

Grafik 1

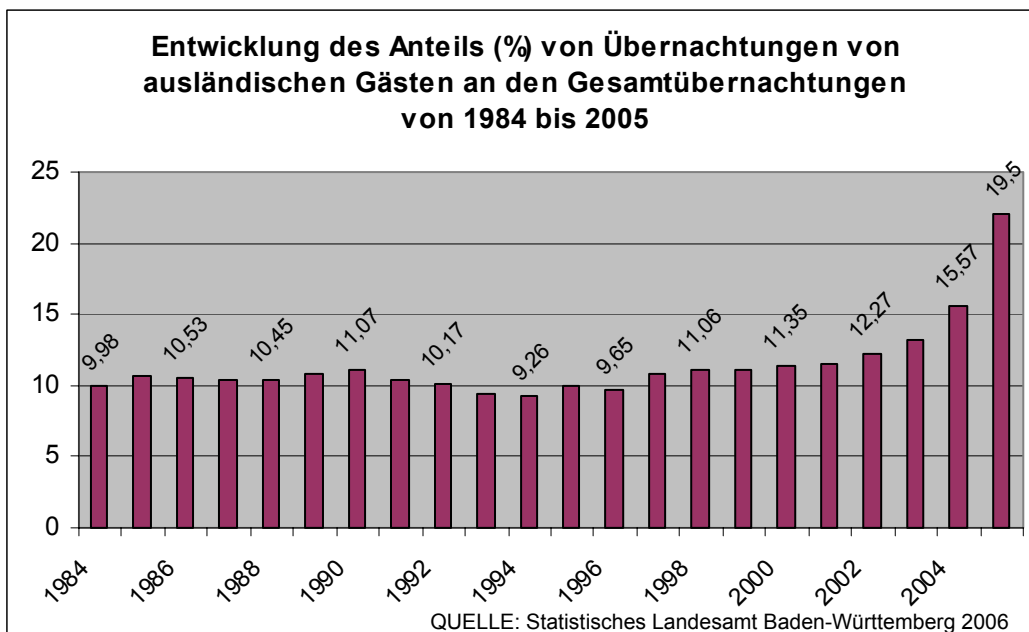


Erläuterung für die Stagnation der Übernachtungszahlen im Einzelnen

a) Tendenz zu Auslandsreisen

Wenn wir das Reiseverhalten der Deutschen über einen längeren Zeitraum beobachten, so stellen wir fest, dass 1954 ca. 80% der Urlaube in das eigene Land gingen und nur 20% ins Ausland. 1968 bereits stand es pari-pari, 50% ins Ausland, 50% ins Inland. Anschließend ging die Schere zu Gunsten des Auslandes immer weiter auseinander. Bis heute, wo nur noch 30,8% ins Inland geht. Die Deutschen reisen zwar von Jahr zu Jahr häufiger, dieses jedoch zu Gunsten des Auslandes. Die Urlaubsreisen der Deutschen nach Deutschland stagnieren. Gleichzeitig nehmen die Übernachtungen von Auslandsgästen im Schwarzwald zu. Dieser Zuwachs kann jedoch den Verlust der Deutschen, die ins Ausland fahren, nicht kompensieren.

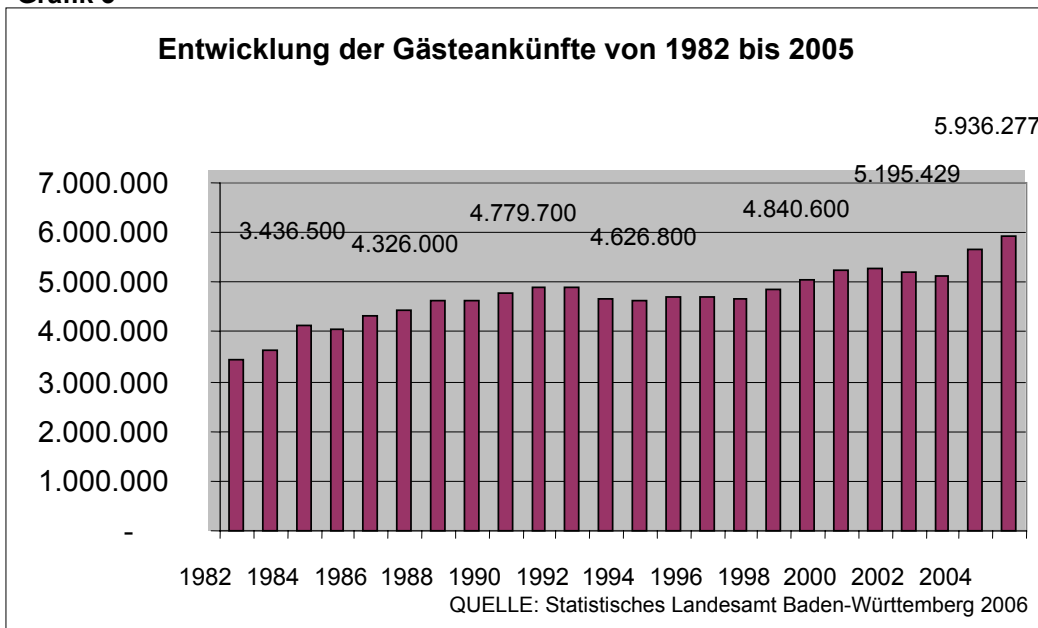
Grafik 2



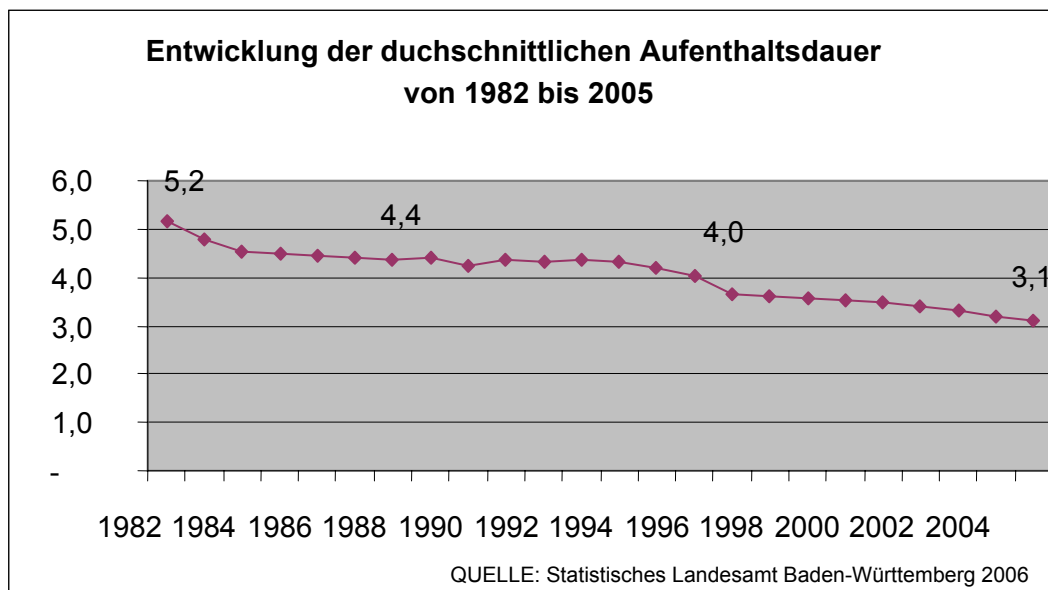
b) Kürzere Aufenthaltsdauer

In den letzten 15 Jahren ist die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 5,2 Tagen auf durchschnittlich 3,2 Tage pro Aufenthalt zurückgegangen. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass die Anzahl der Gästeankünfte um 40% hätte steigen müssen, um die rückgängige Aufenthaltsdauer zu kompensieren und damit auf die gleichen Übernachtungszahlen wie vor 15 Jahren zu kommen. Es hat zwar jährliche Steigerungen bei den Gästeankünften gegeben, diese jedoch nicht in Größenordnungen, die die Rückgänge bei der Aufenthaltsdauer hätten kompensieren können. Um wieder an seine besten Jahre anknüpfen zu können, braucht der Schwarzwald heute fast doppelt so viele Gäste wie noch vor 15 Jahren, wenn sich das Reiseverhalten bezüglich der Aufenthaltsdauer nicht ändert. Ein Rückgang der Aufenthaltsdauer um 0,1 Tagen bedeutet pro Jahr 550.000 Übernachtungen weniger.

Grafik 3



Grafik 4



c.) Gesundheitsstrukturreform

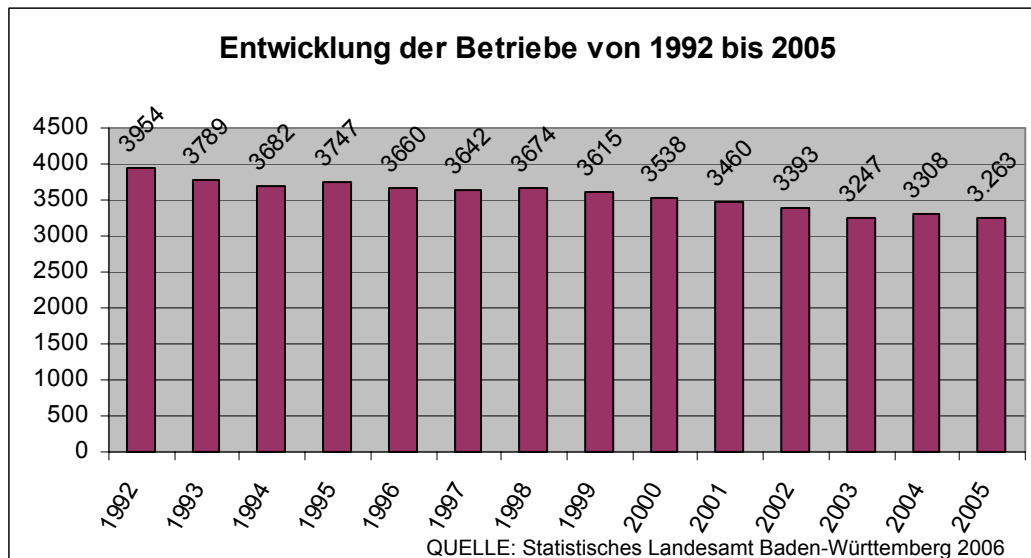
Die Gesundheitsstrukturreform in Deutschland hat dazu geführt, dass in den zahlreichen Kliniken des Schwarzwaldes und in der Schatten-Beherbergung der Kliniken erhebliche Übernachtungsrückgänge hingenommen werden mussten. Fanden 1988 noch 41% aller Übernachtungen im Schwarzwald in Erholungsheimen und Rehakliniken statt, so waren es 2002 nur noch 31%. Allein in diesem Segment hat es also einen Rückgang um 10% gegeben, welches 2,1 Mio. Übernachtungen entspricht. Es handelt sich bei den Klinikaufenthalten um den so genannten Verschickungstourismus, auf welchen Tourismusverbände bisher relativ wenig Einfluss hatten, da es sich um Aufenthalte handelte, die durch Ärzte verordnet wurden. Heute hat sich die Situation geändert. Da durch die Zuzahlung und Privatzahlungen der Gäste ein zunehmender Gesundheits-Tourismus entstanden ist, stehen die Kurorte und Heilbäder zunehmend im Wettbewerb und unter dem Druck, mit Qualität und touristischen Angeboten ihre Klientel zu überzeugen.

d) Rückgänge bei den Beherbergungsbetrieben

Die Anzahl der gewerblichen Beherbergungsbetriebe nimmt ab. 2005 gab es im Schwarzwald etwa 700 Betriebe weniger als 1992. Dies hängt zum Teil am nicht vollzogenen Generationswechsel und am Investitionsstau in den Betrieben. Häuser, die vor 15 Jahren nicht in ihre Ausstattung investiert haben, sind heute kaum noch marktfähig und können diese Investition wegen der Basel II-Bankkredit-Richtlinien auch kaum noch nachholen.

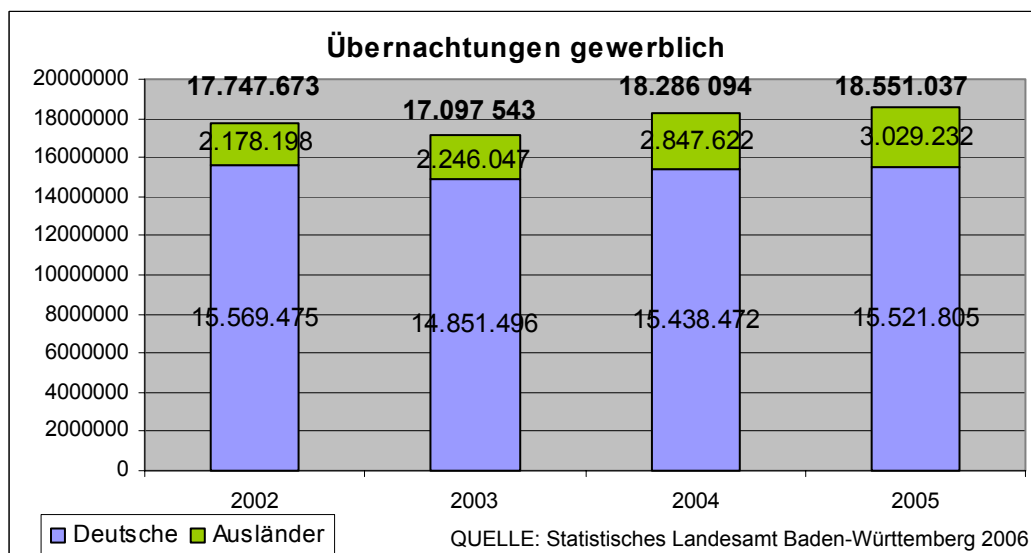
1.2 Tourismusentwicklung 2002 – 2005

Grafik 5

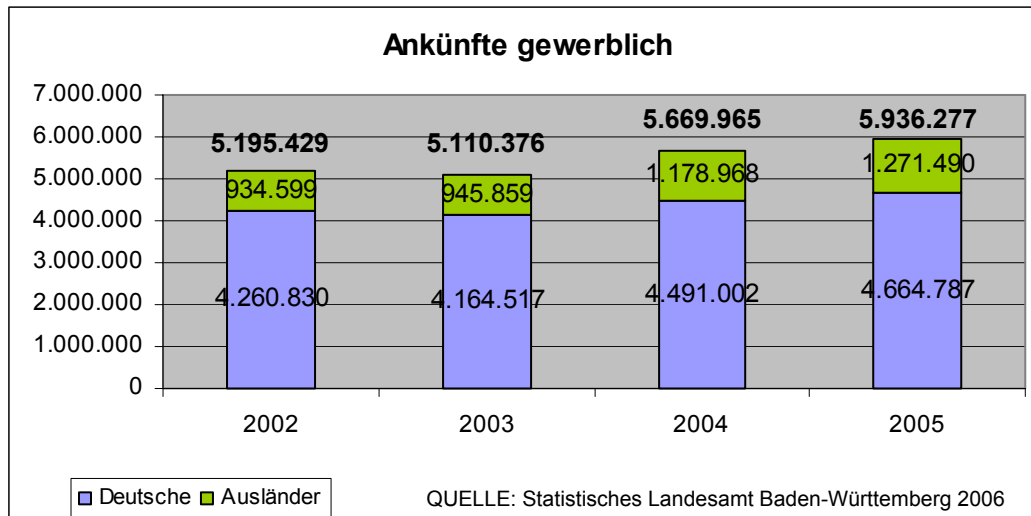


Sowohl im Bereich der Übernachtungen als auch bei den Gästeankünften hat es in den 4 Jahren Zuwächse gegeben. Im Vergleich zu 2002 gab es 2005 rund 800.000 gewerbliche Übernachtungen und rund 740.000 Ankünfte mehr. Die gewerblichen Übernachtungen stiegen auf rund 18,6 Mio. an, die Ankünfte auf rund 5,9 Mio. Rechnet man die geschätzten Zahlen von 9 Mio. Übernachtungen in nichtgewerblichen Betrieben hinzu, hat der Schwarzwald 27,6 Mio. Übernachtungen insgesamt.

Grafik 6



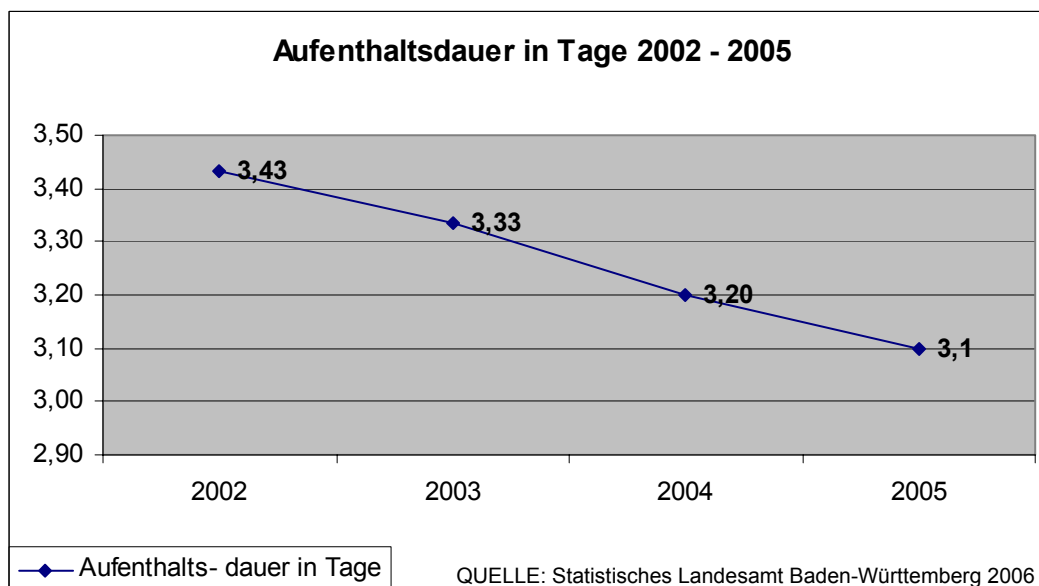
Grafik 7



Aufenthaltsdauer 2002 – 2005

Der Trend der rückläufigen Aufenthaltsdauer hat sich in den Jahren 2002 – 2005 weiter drastisch fortgesetzt. Die Aufenthaltsdauer hat nahezu konstant um jeweils 0,1 Tag abgenommen. Allein durch diese kürzere Aufenthaltsdauer gehen dem Schwarzwald rund 550.000 Übernachtungen pro Jahr verloren, was für den Berichtszeitraum rund 2,2 Mio. Übernachtungen ausmacht.

Grafik 8



Die prozentuale Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen fiel im Vergleich zum Vorjahr, in den Jahren 2002 und 2003 negativ, in den Jahren 2004 und 2005 jedoch wieder positiv aus.

Tab. 1: Prozent. Entwicklung gewerblicher Ankünfte und Übernachtungen 2002 - 2005

	Ankünfte		Übernachtungen	
	Absolut	%	Absolut	%
2002	5.195.429	-1,3	17.747.673	-2,8
2003	5.110.376	-1,6	17.097.543	-3,6
2004*	5.669.965	+4,4	18.286.094	0,7
2005	5.936.318	+4,3	18.551.037	+0,8

QUELLE: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2006

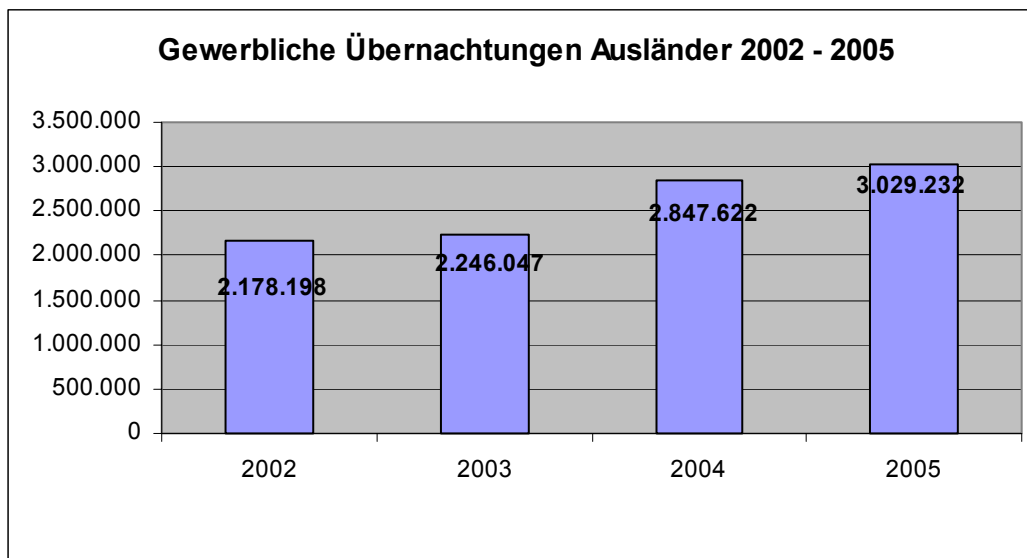
% Entwicklung gegenüber dem Vorjahr

* ab 2004 werden Campingplätze mitgezählt sind aber bei der % Entwicklung nicht berücksichtigt

1.3 Herkunft der Gäste

In den Jahren 2002 – 2005 haben die Übernachtungen von Gästen aus Deutschland eher stagniert und lagen 2005 bei 15.521.805. Dagegen konnte bei den Gästen aus dem Ausland eine deutliche Steigerung bei den Übernachtungszahlen verzeichnet werden.

Grafik 9



QUELLE: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2006

2005 entfiel ein Anteil von 19,5 % der Übernachtungen auf ausländische Gäste. Die wichtigsten ausländischen Quellmärkte sind die Schweiz, Belgien, Niederlande und Frankreich.

Tab. 2: Herkunft Ausländische Übernachtungen nach Nationen 2005

Rang	Land	Übernachtungen	Entw. zum Vorjahr in %
1.	Schweiz	718.897	+15,5
2.	Niederlande	563.262	+0,6
3.	Frankreich	246.385	+11,8
4.	Belgien	232.672	+5,9
5.	Groß Britannien	176.246	-0,5
6.	Italien	129.873	+6,7
7.	USA	126.793	-0,3
8.	Luxemburg	107.168	-4,2
9.	Österreich	86.301	+6,7
10.	Spanien	68.742	+7,0

QUELLE: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2006

1.4 Tourismusentwicklung nach Regionen und Orten

Gebiete

Die Gebiete haben im Jahr 2005 unterschiedliche Entwicklungen genommen. Im Mittleren und Südlichen Schwarzwald gab es Übernachtungszuwächse, im Nördlichen Schwarzwald Rückgänge. Die meisten Übernachtungen entfallen auf den südlichen Schwarzwald (45%), gefolgt vom Norden (31%) und der Mitte (24%).

Tab. 3: Entwicklung der Gebietsgemeinschaften und des Gesamtschwarzwaldes

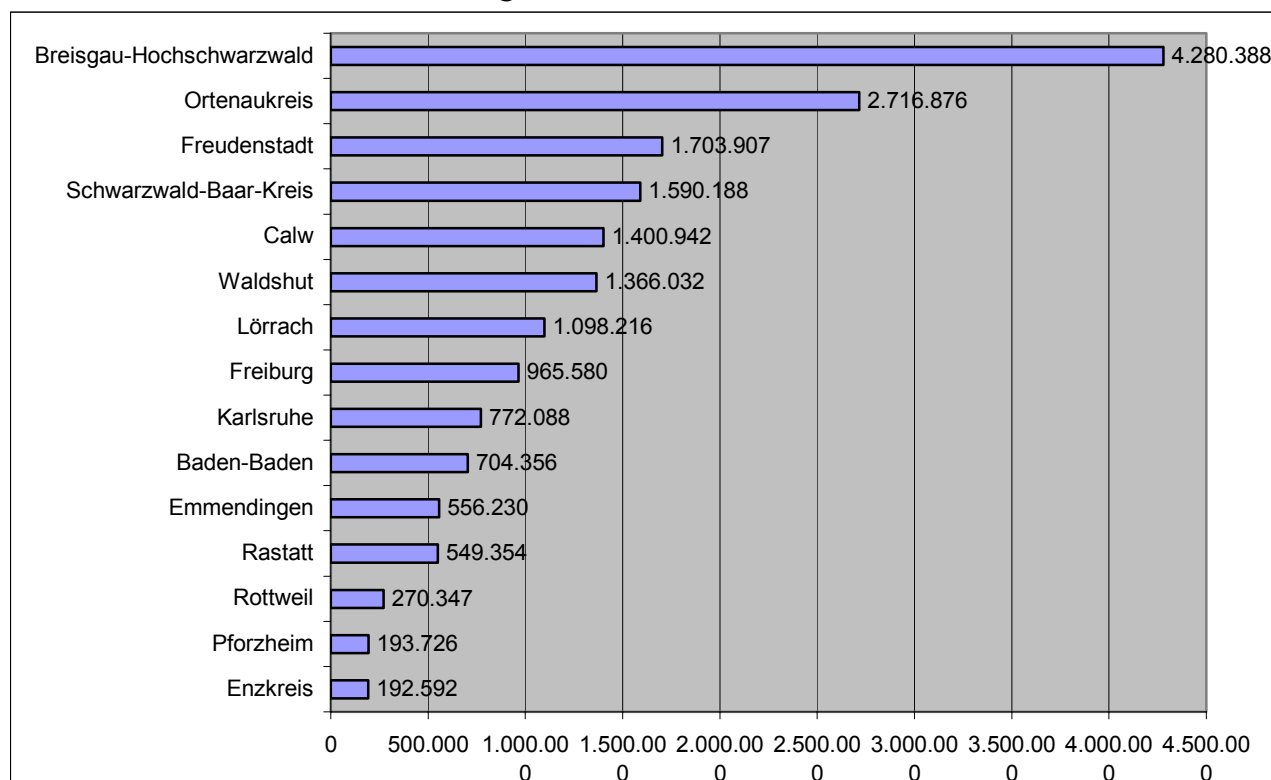
Bezeichnung	Ankünfte		Übernachtungen		Dauer des Aufenth.
	gesamt	% zu Vorjahr	insgesamt	% zu Vorjahr	
Nördlicher Schwarzwald	1.925.018	+3,7	5.707.180	-0,9	3
Mittlerer Schwarzwald	1.543.368	+8,4	4.577.411	+3,1	3
Südlicher Schwarzwald	2.467.891	2,5	8.266.446	+0,7	3,3
Schwarzwald gesamt	5.936.277	4,3	18.551.037	+0,8	3,1
Baden-Württemberg	14.877.492	+3,8	40.501.096	1,2	2,7

QUELLE: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2006

Landkreise

Bei der Verteilung der Übernachtungen der 15 Stadt- und Landkreise des Schwarzwaldes, steht der Landkreis Breisgau-Hochschwarzwald mit nahezu 4,3 Mio. Übernachtungen mit Abstand auf Rang 1. Gefolgt vom Ortenaukreis mit rund 2,7 Mio. und Freudenstadt mit 1,7 Mio. Übernachtungen. Weitere Einzelheiten der Entwicklung sind in der Anlage beigefügt.

Grafik 10 Gewerbliche Übernachtungen nach Landkreisen 2005



Orte

Die Großstädte Freiburg und Karlsruhe führen die Übernachtungs – Hitliste an. Auf Platz 5 steht jedoch schon die kleine Gemeinde Rust mit dem Europa-Park.

Tab. 4: Top 10 Rangliste Schwarzwald nach Übernachtungen

Rang	Ort/Stadt	Übernachtungen
1.	Freiburg	965.580
2.	Karlsruhe	772.088
3.	Baiersbronn	709.811
4.	Baden-Baden	704.456
5.	Rust	504.011
6.	Bad Krozingen	471.170
7.	Hinterzarten	456.311
8.	Bad Dürrenheim	455.005
9.	Titisee-Neustadt	426.141
10.	Badenweiler	416.728

1.5 Wirtschaftliche Bedeutung

Beim Schwarzwald handelt es sich um eine der größten und übernachtungsstärksten Ferienregionen Deutschlands, die sich unter einem einheitlichen Markenbegriff vermarkten. Die Fläche der Ferienregion Schwarzwald beträgt 13.500 km² und weist mit 3,7 Mio. Einwohnern etwa die Hälfte der Einwohnerzahl der Schweiz auf. Die Region gliedert sich in zwei Regierungsbezirke mit 265 Städten und Gemeinden in 13 Landkreisen. Die touristischen Kennziffern zeigen die Bedeutung des Schwarzwaldes als eines der wichtigsten Urlaubsgebiete Deutschlands auf. Ca. 10.000 Betriebe bieten Beherbergung in etwa 160.000 Betten an. Jährlich begrüßt der Schwarzwald etwa 6 Mio. Übernachtungsgäste und weist etwa 18,5 Mio. Übernachtungen auf. Damit bildet der Tourismus eine der wichtigsten Wirtschaftsbranchen der Region und erwirtschaftet etwa 5 Mrd. Euro an Bruttoumsätzen, wobei jeweils etwa 50% des Umsatzes durch Übernachtungstourismus und 50 % durch Ausflugsverkehr erzielt werden. Aus diesen Umsätzen entsteht ein Umsatzsteueranteil von etwa 680 Mio. Euro. Den Kommunen erwächst daraus ein Steueraufkommen von jährlich 107 Mio. Euro. Insgesamt sind etwa 139.000 Vollarbeitsplätze direkt und 417.000 indirekt vom Tourismus abhängig.

Tab. 5: Tagesausgaben und Bruttoumsätze

	Anzahl.	Tagesausgaben	Bruttoumsatz in €
Hotels, Pensionen, Gasthäuser (konz.)	10.745.635	93,20	1.001.493.182
Privatzimmer *1	3.653.515	44,90	164.042.824
Campingplätze privat und konz.*2	2.200.000	25,60	56.320.000
Ferienwohnungen priv. u. konz.*3	5.000.000	49,70	248.500.000
Besuch von Freunden/Bek.	9.635.417	17,90	172.473.958
Heime (konz.)	1.843.173	131,90	243.114.519
Sanatorien (konz.)	4.551.191	131,90	600.302.093
Wohnortausflugsverkehr	106.375.353	20,22	2.150.909.642
Urlauberlokalverkehr	11.197.406	17,90	200.433.560
Tagesgeschäftsreiseverkehr	5.920.000	19,94	118.044.800
SUMME			<u>4.955.634.578</u>

2.0 Verbandsstrukturen

2.1. Die Reform der Verbandsstruktur

Die Strukturreform mit dem Ziel eines einzigen einheitlichen Dachverbandes für den gesamten Schwarzwald vollzog sich in zwei Schritten:

- I. **2002 – 2005:** Fortbestehen der Gebietsgemeinschaften mit eigenen Personal- und Finanzmitteln, Aufgabenteilung: Die Gebietsgemeinschaften waren zuständig für das Innenmarketing, die Schwarzwald Tourismus GmbH für das Außenmarketing
- II. **ab 2006:** Integration sämtlicher Personal- und Finanzmittel und Zusammenlegung des operativen Geschäfts in die Schwarzwald Tourismus GmbH. Im Rahmen dieses Geschäftsberichts wird auf die Phase des ersten Schrittes im Folgenden besonders eingegangen.

Strukturreform I

Seit dem Jahr 2002 existiert die Schwarzwald Tourismus GmbH die im Gegensatz zu ihrem Vorgänger, dem Schwarzwald Tourismusverband e.V. nicht mehr hunderte von Einzelmitgliedern hat, sondern lediglich drei Gesellschafter, die Gebietsgemeinschaften Nördlicher, Mittlerer und Südlicher Schwarzwald. Zweck und Aufgabe der Gesellschaft ist es, die Dachmarkenarbeit für den Schwarzwald zu koordinieren und das gesamte Außenmarketing zu betreiben. Die Gebietsgemeinschaften sollen zunächst weiterhin im Innenmarketingbereich tätig sein und der Schwarzwald Tourismus GmbH zuarbeiten. Indirekt vertritt die Schwarzwald Tourismus GmbH 265 Städte und Gemeinden sowie 13 Landkreise und 4 Stadtkreise. Die Gesellschafteranteile sind entsprechend der Übernachtungsgewichtung der Gebiete aufgeteilt.

Die Touristik Nördlicher Schwarzwald e.V. mit ca. 5,8 Mio. Übernachtungen hält 35%, die Mittlere Schwarzwald Tourismus GmbH mit ca. 4,4 Mio. Übernachtungen 25% und der Tourismus Südlicher Schwarzwald e.V. mit ca. 8 Mio. Übernachtungen 40% Anteile am Stammkapital der Gesellschaft.

Die STG erhält jährlich 860.000 Euro Zuschüsse, davon 350.000 Euro vom Land Baden Württemberg und 510.000 Euro von seinen drei Gesellschaftern. Für Marketingaktivitäten stehen ihr jährlich etwa 270.000 Euro an ungebundenen Mitteln zur Verfügung. Mit diesen Mitteln erwirtschaftet sie einen Umsatz von etwa 1,6 Mio. Euro. Seit dem 01.01.2006 ist die Strukturreform II umgesetzt. Damit gehen sämtliche Personal- und Finanzmittel der Gebietsgemeinschaften auf die Schwarzwald Tourismus GmbH über.

Strukturreform II

Mit der Strukturreform II ist die Fusion zu einem einzigen Verband vollbracht. Seit dem 01.01.2006 verfügt die STG über 22 Mitarbeiter in 3 Geschäftsstellen unter einer Leitung und eines Haushaltes von 3,3 Mio. Euro. Damit endet ein intensiver Prozess der 12 Jahre zuvor seinen Anfang hatte.

Der Weg zur Strukturreform:

Im Februar 1994 beschließt der Vorstand des Schwarzwald Touris-

musverbandes (STV) e.V. ein Positionspapier zur Aufgabenteilung der Tourismusorganisationen im Schwarzwald, das so genannte „Oberkirch-Papier“. Drei Jahre später, am 23.09.1997, schreiben die Geschäftsführer diese Aufgabenteilung fort und beschließen das so genannte „Schliffkopf-Papier“.

Die Delegiertenversammlung des Landestourismusverbandes legt am 11.10.1997 fest, dass der Schwarzwald Tourismusverband zukünftig als Agentur des Landesverbandes geführt werden soll. Dieser Beschluss konnte jedoch nicht umgesetzt werden. Nachdem das „Agenturmodell“ scheiterte, machte man sich im Schwarzwald innerhalb des eigenen Verbandes wieder vermehrt Gedanken über die Struktur-Optimierung. Am 09.02.2002 kommt es zur Gründung der Geschäftsführerkonferenz, die zusammen mit einem Beratungsunternehmen einen Marketingplan mit Vorschlägen zu einer neuen Strukturform ausarbeiten soll. Als Beratungsunternehmen entscheidet man sich für Reppel + Partner, die am 03.11.2002 einen Schlussbericht zum Marketingplan Schwarzwald mit Vorschlägen für eine Strukturreform vorlegen.

Die Arbeitsgruppe „Pro Schwarzwald“ mit den Vorsitzenden und Geschäftsführern der vier Schwarzwälder Tourismusverbände wird am 09.03.2001 mit dem Ziel ins Leben gerufen, eine neue Organisationsstruktur zu schaffen. Die Mitgliederversammlung des STV e.V. am 26.07.2001 beschließt die Auflösung des Schwarzwald Tourismusverbandes zum Jahresende 2002. Anstelle des STV e.V. soll die Schwarzwald Tourismus GmbH eintreten, deren drei Gesellschafter die drei Gebietsgemeinschaften sein sollen.

Die Gründungsversammlung der Gesellschafter fand am 18.10.2002 im Freilichtmuseum Vogtsbauernhof in Gutach statt. Am 01.01.2002 beginnt schließlich die Arbeit der neuen GmbH und am 01.06.2002 nimmt der neue Geschäftsführer Christopher Krull seine Arbeit auf.

2.2 Die neue Organisation seit 2006

Die Fusion der Schwarzwälder Tourismusverbände zu einer einzigen Gesellschaft ist abgeschlossen. Seit Januar 2006 ist allein die Schwarzwald Tourismus GmbH (STG) in Freiburg für die Förderung und Vermarktung der gesamten Tourismusregion Schwarzwald zuständig. Hauptgeschäftsstelle der STG ist Freiburg, Außenstellen unterhält sie in Pforzheim und Villingen-Schwenningen. Zur neuen STG gehören 25 Mitarbeiter. Das STG-Budget beträgt 3,5 Mio. Euro. Davon kommen etwa 1,8 Mio. Euro aus der Region, 350.000 Euro vom Land. Weitere 1,3 Mio. Euro werden eigenerwirtschaftet, resultieren aus Förderprogrammen und aus Einnahmen durch die Privatwirtschaft.

Geschäftsführer der STG ist Christopher Krull, der die Marketingplattform seit 2002 aufgebaut hat. Als Bereichsleiter verantwortlich zeichnen für Innenmarketing/ Produktmanagement Heide Glasstetter (Pforzheim), für Marketing/ Veranstaltungen Michael Kasprovicz (Freiburg), für Incoming/Reservierung Margarete Furtwängler (Villingen-Schwenningen). Gesellschafter sind die drei bisherigen Gebietsgemeinschaften, die selbst aber nicht mehr über eigenes Personal und Finanzmittel verfügen. Sie führen die Beiträge ihrer Mitgliedsgemeinden direkt an die STG ab. Vorsitzender der Gesellschafterversamm-



Landrat Glaeser, Landrat Heim und Bgm. Hornberger unterzeichnen den neuen Gesellschaftervertrag

lung ist Bürgermeister Heinz Hornberger, Waldachtal (Landkreis Freudenstadt), Aufsichtsratsvorsitzender ist Landrat Jochen Glaeser Landkreis Breisgau-Hochschwarzwald.

In der Gesellschafterversammlung der STG sind alle Gesellschafter mit je einem Sitz vertreten. Gesellschafter sind die drei Gebietsgemeinschaften Tourismus Südlicher Schwarzwald e.V., Touristik Nördlicher Schwarzwald e.V. und die Mittlerer Schwarzwald Tourismus GmbH. Diese Gesellschafter sind „Hüllengesellschafter“ ohne eigene operative Ebene, die ihre gesamten Mitgliedsbeitragseinnahmen an die STG weiterleiten. Der Aufsichtsrat besteht aus mindestens 24 Mitgliedern, die aus dem Kreis der Gesellschafter benannt werden. Hinzu kommt je ein Sitz pro Premiumpartner aus der Privatwirtschaft. Premiumpartner bringen sich mindestens für die Dauer von drei Jahren mit einem Marketingbetrag von mindestens 10.000 Euro jährlich in die Gesellschaft ein. Weitere im Gesellschaftervertrag genannte Gremien sind der Wirtschaftsbeirat, der sich aus dem Kreis der Privatwirtschaft zusammensetzt und der Marketingausschuss, der die Geschäftsführung fachlich zu Marketingfragen berät.

Schaubild 1: Gremien der STG



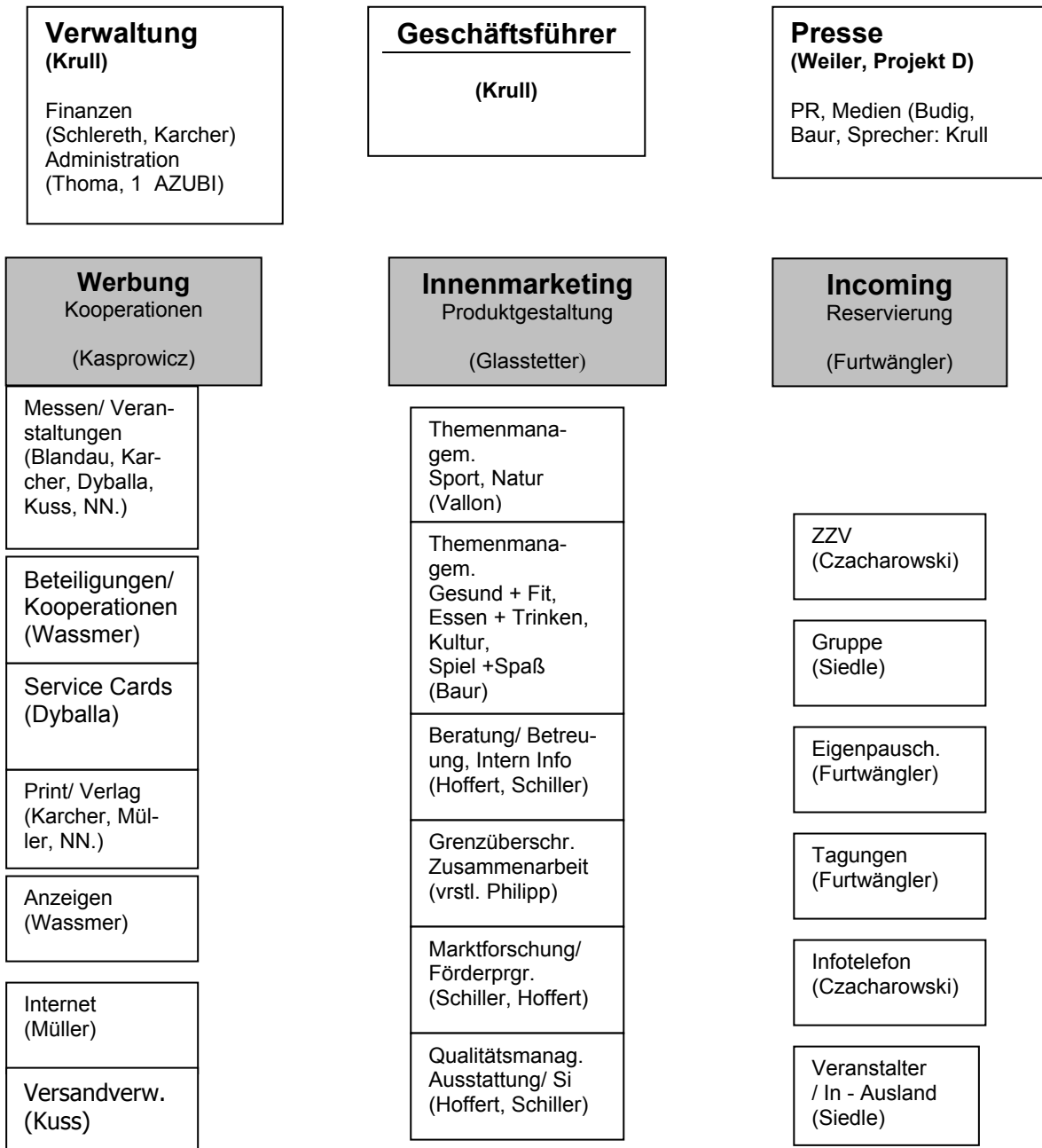
2.3 Jubiläum 100 Jahre Schwarzwald Tourismus

Es war 1999 als der damalige Präsident des Schwarzwald Tourismusverbandes, Bürgermeister Hansjörg Eckert, in seiner Abschiedsrede mit der Jahresangabe 1906 das Jahr markierte, auf welches der Beginn unserer Verbandsgeschichte zurückgehe. In der Hektik des Tagesgeschäfts vergisst man häufig, auch einmal in den Rückspiegel zu schauen. Das Jahr 2006 und das 100jährige Jubiläum vor Augen, haben wir uns die Zeit genommen, uns mit der Vergangenheit zu beschäftigen. Dabei haben wir festgestellt: Es ist gut zu wissen, woher wir kommen um zu entscheiden, wohin wir gehen. Zwei Jahre lang haben wir zusammen mit Studenten des Instituts für Volkskunde der Uni Freiburg einen riesigen Berg an Datenmaterial, Bildern, Katalogen, Prospekten und Artikeln gesammelt, recherchiert und ausgewertet.

Mit dieser Retro-Perspektive wird eines klar: Vieles was uns heute beschäftigt, wurde auch schon vor Jahren gedacht und besprochen. Probleme, die uns heute als neu erscheinen, gab es schon früher. Noch eines haben wir gelernt: Respekt und Achtung vor den Leistungen unserer Vorgänger und beruflichen Vorfahren! Herausgekommen ist eine Ausstellung mit 45 Tafeln zur Verbandsgeschichte und den wichtigen Tourismusthemen im Schwarzwald. Begleitet wird die Aus-

stellung von einer Ausstellungsbroschüre, die dem Betrachter die Möglichkeit gibt, die Tafeln in Heftform mit nach Hause zu nehmen. Gezeigt wurde die Ausstellung erstmals am 19. Juni 2006 zur Jubiläumsveranstaltung in Karlsruhe, anschließend zum Schwarzwaldtag am 29./30. Juli 2006 in Schluchsee. Danach soll sie als Wanderausstellung auf Reisen gehen.

Schaubild 2: Neue Aufgaben und Organisation der STG ab 2006



3. Werbung

3.1 Marketing-Konzept

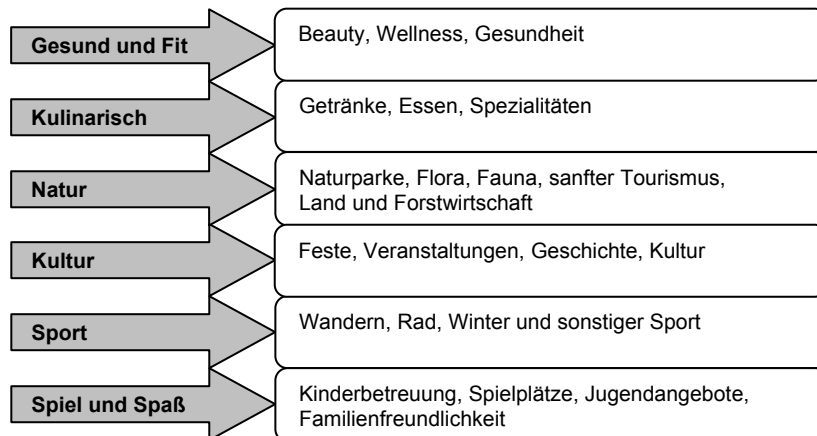
Nach einer 2tägigen Klausurtagung des Marketingausschusses, verabschiedet der Aufsichtsrat in einer weiteren Klausurtagung im Juni 2004 ein abgestimmtes neues Marketingkonzept als Richtschnur der strategischen Arbeit der STG. Danach haben sich die Verantwortlichen im Schwarzwald Leitlinien für ihre zukünftige Markenarbeit gegeben

- **Bewahrung der Natürlichkeit und der Ruhe**
Der Schwarzwald mit seiner gesunden Ruhe und der Schönheit der Landschaft soll als Refugium gegen die Hektik der Alltagswelt bewahrt werden. Die Bilderbuchlandschaft ist das wichtigste Kapital des Schwarzwaldes, sie gilt es zu bewahren. Der Naturraum dient als wichtigste Bezugsmöglichkeit für den modernen Menschen. Diesen Raum gilt es für die Erholung und für Natursportarten zu nutzen und zu erhalten.
- **Den Schwarzwaldtouristikern geht es nicht darum, einem Billig-Massentourismus zu frönen, sondern auf Qualität zu setzen und weniger auf hohe Übernachtungszahlen zu schießen, als vielmehr eine Umsatzsteigerung zu erreichen.**
- **Der Schwarzwaldtourismus möchte zeitgemäß und innovativ sein. Es geht nicht darum, Trends anderer Regionen hinterher zu laufen, sondern selber wieder Trends zu setzen. Beispiele hierfür sind Nordic-Walking, Mountainbike und die KONUS-Gästekarte.**
- **Der Markenbegriff Schwarzwald soll zu einer einheitlichen kräftigen Dachmarke ausgebaut werden. Dieses muss auch strukturell zum Ausdruck kommen und von allen Marktteilnehmern gelebt werden.**
- **Hohe Ausstattungs-, Angebots- und Servicequalität. Der Schwarzwald will mit Qualitätstourismus überzeugen und muss daher auch von Seiten der Anbieter her entsprechende Qualität bieten. Da der Tourismusverband nicht das Produkt selbst gestaltet, sondern dies Aufgabe der Leistungsträger ist, muss der Tourismusverband entsprechende Angebote zur Qualitätsverbesserung für Leistungsträger machen.**
- **Mit Themen überzeugen Der Schwarzwald wird künftig ein Themenmarketing betreiben, für ihn wichtige Themen besetzen und speziell Themeninteressente ansprechen. Diese Themenstrategie ist eines der wesentlichen Kerne des künftigen strategischen Handelns.**

Nicht die Landschaftsform, sondern die mutmaßlichen und bekannten Erlebnismöglichkeiten und die Erwartung einer Befriedigung individueller Bedürfnisse sind die eigentlichen Variablen der Urlaubsentscheidung, die es zu beeinflussen gilt. Die Schwarzwald Tourismus GmbH hat sich deshalb für ein Themenorientiertes Marketing entschieden. In den Themen können Angebote für selektierte Bedürfniscluster Zielgruppenorientiert zusammengefasst und relativ trennscharf kommuniziert werden. Ein weiterer Vorteil besteht darin, dass das Angebot zu Mitbewerbern mit ähnlichen Themen leichter positiv abgegrenzt werden kann. Außerdem lassen sich touristische Produkte in der Themen-

variation für verschiedene Zielgruppen und Medien aufbereiten. Die wesentliche Herausforderung besteht allerdings darin, die Themen nicht durch eine zu große Angebotsvielfalt zu verwischen und innerhalb der Angebote die Qualitätsstandards zu halten bzw. sie wettbewerbsorientiert kontinuierlich anzuheben. Die Angebote des Schwarzwaldes wurden in folgenden sechs Themensäulen zusammengefasst.

Schaubild 3: Themensäulen



Die gesamte Information und Kommunikation des Schwarzwaldes orientiert sich künftig an diesen sechs Themensäulen, wonach auch Informationsbroschüren im Printbereich und das Internet gegliedert und aufgebaut werden. Diese Angebotsgliederung in Themen allein reicht jedoch nicht aus. Um eine schärfere Profilierung zu erreichen, hat der Schwarzwald sich für vier Profilt Themen ausgesprochen, welche eine besondere Aufmerksamkeit erfahren sollen. Es handelt sich um die Themen:

- **Wandern und Nordic-Walking**
- **Wintersport**
- **Rad, Mountainbike, Rennrad**
- **Gesundheit, Heilbäder und Kurorte**

Zu diesen Profil- und Schwerpunktthemen wurden Qualitätskriterien erarbeitet und Arbeitskreise eingerichtet, sowie Pools gebildet, um zusätzliche Werbemaßnahmen zu initiieren.

3.2 Messen, Workshops und Veranstaltungen

Ein wichtiger Bestandteil der Marketingaktivitäten ist die Organisation und Durchführung von Messebeteiligungen im In- und Ausland. Dieses Instrument der Verkaufsförderung dient dazu, die touristische Attraktivität des Schwarzwaldes als Urlaubs- und Erholungslandschaft und als Ferienregion „ganzheitlich“ darzustellen. Der eigene Messestand ist so konzipiert, dass er den Schwarzwald mit einem typischen Schwarzwaldhaus und mit dem Schriftzug als Torbogen, der den Schwarzwaldstand von weitem erkennbar macht. Orte und Werbegemeinschaften haben die Möglichkeit, sich mit einem eigenen Counter am Schwarzwaldstand zu präsentieren. Die STG präsentiert sich mit einem zentralen Info-Counter. An dieser zentralen Anlaufstelle können Messebesucher umfassende Informationen über das gesamte Angebot des Schwarzwaldes als Ferienregion erhalten. Die Schwarzwald Touris-

mus GmbH verfügt über gemeinsame Nutzungsflächen mit Küche, Garderobe, Theke und Gästebereich. Der Schwarzwald beteiligt sich mit den Gebietsgemeinschaften, einer großen Anzahl von Mitglieds- gemeinschaften, Hotels und weiteren Einrichtungen und verschiedenen Kooperationspartnern an einer Vielzahl von Veranstaltungen.

In den 4 Jahren 2002 – 2005 wurden insgesamt 120 Messen und Prä- sentationen besucht. Dies sind jährlich 30 Auftritte, wovon zwölf mit dem eigenen Schwarzwald Messestand betrieben werden. Bei den übrigen Präsentationen verfügte die STG über einen kleinen Messe- counter oder bot Prospektmaterial auf Gemeinschaftsständen an.

Mit dem derzeit eingesetzten Messestand kann bei allen Auftritten ein positiver Eindruck und ein attraktives Bild vom Schwarzwald vermittelt werden, das immer deutlich erkennbar ist. Das Standkonzept bietet vielerlei Möglichkeiten, und je nach Bedarf und Anzahl der Anschlie- ßer, sowie Art der Messe – Fach- oder Publikumsmesse – konnten wir uns mit einem Kopf-Eck-Block oder Reihenstand in Größen von 18 m² bis 100 m² darstellen. Die Möglichkeiten der Ortspräsentationen und Darstellungen von Freizeiteinrichtungen, Aktivitäten am Stand, Einbin- dung von Kooperationspartnern, Berücksichtigung von Tradition und Naturerlebnis sind durch die offene und transparente Bauweise ge- währleistet. Schwarzwald Tourismus bietet dabei den Partnern eine umfassende Dienstleistung. Die STG agiert als „Full-Service-Agentur“, deren Aktivitäten über die Standardleistungen des Messebaus hinaus- gehen.



Tab. 6: Messebesuche mit dem eigenen Schwarzwaldstand (Herbst 2001 bis Frühjahr 2002)

Messeort	Name der Messe	Zeitraum	Teil.	qm	Besucher	Aussteller
Straßburg	Euro-Rando	27.09. – 30.09.2001	3	18	15.000	128
Berlin	Tourismustage	17.11. – 19.11.2001	31	40	30.000	120
Leipzig	Touristik-Caravanning	21.11. – 25.11.2001	43	40	80.000	1.000
Köln	Intern. Reisemarkt	30.11. – 01.12.2001	28	32	34.000	950
Utrecht	Vakantiebeurs	08.01. – 13.01.2002	66	70	180.000	1.500
Mannheim	Reisemarkt	11.01. – 13.01.2002	39	48	24.000	250
Stuttgart	CMT	19.01. – 27.01.2002	70	100	240.000	2.000
Dresden	Reisemarkt	01.02. – 03.02.2002	56	72	34.000	510
Hamburg	Reisen	06.02. – 10.02.2002	48	65	100.000	850
St. Gallen	Reisemesse	15.02. – 17.02.2002	20	30	30.000	600
München	CBR	16.02. – 24.02.2002	8	28	190.000	1.100
Essen	Reise und Camping	27.02. – 03.03.2002	36	56	123.800	862
Saarbrücken	Reisemesse Sonstige	01.03. – 03.03.2002	34	48	35.000	220
Berlin	ITB	16.03. – 20.03.2002	1	24	60.000	10.000

Schwarzwald-Messebeteiligungen an Fremdständen

- Publika Pforzheim
- Kirschtorte Radolfzell
- Bike Rheinberg
- MIT Paris (F)
- SITV Straßburg (F)
- Motorradmesse Wien (AU)
- WTM London (GB)
- Motorradmesse Bologna
- Reisemesse Rostock
- Motorradmesse Brüssel (B)
- Vakantiesalon Antwerpen (NL)
- BIT Mailand (I)
- Motorradmesse Utrecht (NL)
- Motorradmesse Dortmund
- Salon de Vacances Brüssel (B)
- Tourissimo Straßburg (F)
- GTM Stuttgart



Tab. 7: Messebesuche mit dem eigenen Schwarzwaldstand (Herbst 2002 bis Frühjahr 2003)

Messeort	Name der Messe	Zeitraum	Teiln.	qm	Besucher	Aussteller
Berlin	Tourismustage	15.11. – 17.11.2002	10	32	15.000	128
Leipzig	Touristik-Caravanning	20.11. – 24.11.2002	45	48	80.000	1.000
Köln	Intern. Reise-markt	29.11. – 01.12.2002	12	32	36.000	700
Utrecht	Vakantiesalon	07.01. – 12.01.2003	50	56	180.000	1.500
Mannheim	Reisemarkt	01.02. – 11.01.2003	35	48	25.000	250
Stuttgart	CMT	18.01. – 26.01.2003	65	100	200.000	1.500
Dresden	Reisemarkt	01.02. – 03.02.2003	44	63	36.000	530
Hamburg	Reisen	05.02. – 09.02.2003	26	48	100.000	1.500
St. Gallen	Reisemesse	14.02. – 16.02.2003	25	32	30.000	200
Saarbrücken	Reisemesse	14.02. – 16.02.2003	35	48	38.000	335
Essen	Reisen & Cam-ping	26.03. – 30.03.2003	40	56	38.000	335
Oberhausen	Tourismus Tage	23.05. – 25.05.2003	15	32	15.000	150
Berlin	ITB	07.03. – 11.03.2003	5	30	65.000	10.000

Schwarzwald-Messebeteiligungen an Fremdständen

- RDA Köln
- GTM Chemnitz (CH)
- Reisemesse Rostock
- Motorradmesse Dortmund
- Motorradmesse Berlin
- Motorradmesse Utrecht (NL)
- Motorradmesse München
- Bike-Messe Friedrichshafen
- RDA – TMBW Rust
- Kaufhausaktion München
- Publika Pforzheim
- MIT Paris (F)



- WTM London (GB)
- Vakantiesalon Antwerpen (NL)
- Salon de Vacances Antwerpen (B)
- BIT Mailand (I)
- Groups (Brüssel) (B)
- Tourissimo Straßburg (F)

Tab. 8: Messebesuche mit dem eigenen Schwarzwaldstand (Herbst 2003 bis Frühjahr 2004)

Messeort	Name der Messe	Zeitraum	Teiln.	qm	Besucher	Aussteller
Leipzig	Touristik-Caravaning	19.11. – 23.11.2003	41	48	83.000	1.000
Köln	Intern. Reisemarkt	28.11. – 30.11.2003	27	40	36.000	700
Mannheim	Reisemarkt	09.01. – 11.01.2004	47	80	35.000	250
Bern	Gesundheitsmesse	15.01. – 18.01.2004	10	20	45.000	500
Stuttgart	CMT	17.01. – 25.01.2004	82	100	240.000	1.500
Utrecht	Vakantiesalon	13.01. – 18.01.2004	44	48	170.000	1.300
Dresden	Reisemarkt	30.01. – 01.02.2004	35	40	37.000	510
Saarbrücken	Reisemesse	27.02. – 29.02.2004	52	48	30.000	220
Hamburg	Reisen	11.02. – 15.02.2004	19	40	100.000	990
St. Gallen	Reisemesse	13.02. – 15.02.2004	20	36	37.000	560
Essen	Reisen & Camping	03.03. – 07.03.2004	9	35	100.000	850
Berlin	ITB	12.03. – 16.03.2004	5	30	65.000	10.000

Schwarzwald-Messebeteiligungen an Fremdständen

- GTM Hamburg
- Reisemesse Rostock
- Motorradmesse Dortmund
- Motorradmesse Berlin
- Motorradmesse Utrecht
- Motorradmesse München
- RDA – TMBW Rust
- Kaufhausaktion München
- Publika Pforzheim
- Bahntag Stuttgart
- MIT Paris (F)
- WTM London (GB)
- Vakantiesalon Antwerpen (NL)
- Salon de Vacances Brüssel (B)
- Bus Workshop Brüssel (B)
- Tourissimo Straßburg



Tab.9: Messebesuche mit dem eigenen Schwarzwaldstand (Herbst 2004 bis Frühjahr 2005)

Messeort	Name der Messe	Zeitraum	Besucher	Aussteller
Leipzig	Touristik-Caravaning	17.11. – 21.11.2004	82.000	1.140
Düsseldorf	TourNatur	03.09. – 05.09.2004	24.500	250
Mannheim	Reisemarkt	06.01. – 09.01.2004		
Karlsruhe	Horizont	25.11. – 28.11.2004	22.000	140
Mannheim	Reisemarkt	06.01. – 09.01.2005		
Utrecht	Vakantiesalon	11.01. – 16.01.2005		
Stuttgart	CMT	15.01. – 23.01.2005	200.000	1.500
Hamburg	Reisen	09.02. – 13.02.2005	100.000	1.060
St. Gallen	Reisemesse	11.02. – 13.02.2005	35.000	455
Saarbrücken	Reisemesse	12.02. – 15.02.2005		
Berlin	ITB	11.03. – 16.03.2005		

Schwarzwald-Messebeteiligungen an Fremdständen

- Gesundheitsmesse Bern (CH)
- Motorradmesse Berlin
- GMT Wiesbaden
- Reisepavillon Hannover
- Motorradmesse München
- Reisemesse Rostock
- RDA – TMBW Rust
- Kaufhausaktion München
- Publika Pforzheim
- Bahntag Stuttgart
- Vakantiesalon Zürich (CH)
- Motorradmesse Brüssel (B)
- Workshop Belgien
- WTM London (GB)
- Tourissimo Straßburg (F)
- Workshop Spanien

Schwarzwald Europa-Park Kinderparty

Auch im Berichtszeitraum findet die allseits beliebte Kinderparty jährlich statt. Über 16.000 kleine und große Besucher sind jedes Jahr von den Schwarzwald-Europa-Park-Kinderparties im gesamten Schwarzwald begeistert. Die Kinderparties finden jährlich in 14-17 Orten an mehreren Tagen statt, um den daheim gebliebenen Kindern und den Gastkindern ein ausgezeichnetes Ferienprogramm zu bieten.

Im Mittelpunkt der Veranstaltungen steht Clown Peppino. Bei Quiz- und Ratespielen zu Urlaub im Schwarzwald gibt es tolle Preise zu gewinnen. Er und seine Freunde, Euromaus und Eurofant, bringen mit tollpatschigen Auftritten, Zaubereien und lustigen Spielen kleine und große Besucher zum Lachen. Strahlende Kinderaugen und eine ausgelassene Stimmung sind die Belohnung.



Tour de France 2005

Für den Schwarzwald und das Elsass war die Tour de France eine grandiose Chance, die Schönheit ihrer Ferienregionen vorzustellen. Die Etappen 7 bis 9 der Tour de France führten vom 8. bis 10. Juli 178 Kilometer weit durch die Ferienregion des Oberrheins. Am 8. Juli wurden die rund 200 Rennfahrer gegen 17:00 Uhr am Ziel der 7. Etappe in Karlsruhe erwartet, nachdem sie den Rhein zwischen Roppenheim und Iffezheim überquert hatten. Am 9. Juli startete die 8. Etappe in Pforzheim durch den nördlichen Schwarzwald und die Ortenau zum Kaiserstuhl und führte dann über den Rhein durchs Elsass zum Etappenziel Gérardmer in den Vogesen. Die 9. Etappe endete am 10. Juli in Mulhouse. Damit boten sich an drei Tagen vielfältige Möglichkeiten, das sportliche Großereignis mit einem attraktiven Kurzurlaub im Schwarzwald zu verbinden.

In der Ferienregion Schwarzwald boten 35 Orte entlang der Strecke die Möglichkeit, das Rennen im Urlaub mit eigenen Augen zu verfolgen. Dazu gab es eine übersichtliche zweisprachige Planungshilfe in Deutsch und Französisch: Im großformatigen Faltprospekt „Tourisme de France 2005“ wurden alle 135 Orte entlang der drei Etappen aufgeführt. Herausgeber war die STG und die elsässische ADT.

Schwarzwald-IN-Tage

Die eigenveranstaltete Incomingmesse für Reisemittler und Veranstalter fand 2002 in Hinterzarten und 2003 in Altensteig statt. Neben einem Fachworkshop gab es einen Publikumstag. Es wurde ein vielseitiges Rahmenprogramm angeboten wie zum Beispiel ein Kinderprogramm, verschiedene Gewinnspiele und Vorführungen bzw. Ausstellungen von Regionaltypischem, Brauchtum und kulinarischen Spezialitäten. Die Einladung von prominenten Gästen machte die Ausstellung für die Besucher noch interessanter. Von 130 Reiseeinkäufern kamen 70 aus Deutschland (u. a. TUI, Neckermann, Thomas Cook, Ameropa, Dertour) und 35 aus dem Ausland. Jeweils 100 Aussteller boten ihre Prospekte und Informationsmaterialien an und führten Gespräche. Angeschlossen war jeweils ein Publikumstag für die ganze Familie, wo sich Jedermann neben einem vielfältigen Rahmenprogramm über die Tourismusangebote informieren konnte.

Landesgartenschau Kehl

Die Schwarzwald Tourismus GmbH war Kooperationspartner der Landes-Gartenschau 2004. Dabei wurde der Schwarzwald Tourismus GmbH vom 23.04.-10.10.2004 die Möglichkeit einer Präsentation gegeben. Die Öffnungszeiten waren täglich von 9:30 – 18:00 Uhr. Innerhalb des Geländes stand der Schwarzwald Tourismus GmbH eine überdachte Ausstellungsfläche von 12 m² zur Verfügung.

Diese Fläche wurde unsererseits mit Informationsmaterial und Gesamtprospekten ausgestattet. Verschiedene Orte oder Betriebe nutzten die Möglichkeit, die Fläche wochenweise kostenfrei zu belegen.

Schwarzwald Erlebnistag im Europa-Park

Zu einem grandiosen Höhepunkt der Feier zum 30. Geburtstag des Europa-Park gestaltete sich am 31. Juli 2005 der erste „Schwarzwald Erlebnistag“ in Rust. Schwarzwaldmädel, Schwarzwälder Kirschtorte, Bollenhut, Kuckucksuhren, Trachtengruppen und Musikvereine: Alles, was für die Ferienregion Schwarzwald steht war in Deutschlands größtem Freizeitpark zu erleben. 32 Winzergenossenschaften und Weinhoheiten aus Baden verwöhnten die 25.000 Parkbesucher an diesem Tag mit rund 200 Weinen aus den Sonnenlagen im Südwesten Deutschlands.



Der erste Schwarzwald Erlebnistag unterstrich vor Tausenden von Besuchern eindrucksvoll das zeitlos attraktive Ferienangebot der Region um den Europa-Park und die vielfältigen Offerten für junge Urlauber, Familien und erlebnisorientierte Gäste. Rund 70 Orte informierten mit Infoständen über ihre Wellness- und Gesundheitsangebote, Fahrrad- und Wanderofferten, Trendsport und Familienferien. Im Wechsel zwischen traditioneller „Blasmusik“ und fetzigem alemannischen Mundart-Rock, zwischen Euromaus und Kindern in traditioneller Tracht zeigte sich, dass das Schwarzwälder Angebot heute unterschiedlichsten Bedürfnissen gerecht werden kann.

Der erste Schwarzwald Erlebnistag war eine Gemeinschaftsaktion des Europa-Park in Rust, der Schwarzwald Tourismus GmbH in Freiburg, des Badischen Genossenschaftsverbandes und der Weinwerbezentrale Badischer Winzergenossenschaften in Karlsruhe. Auch im Juli 2006 fand der Erlebnistag statt, der sich zu einer festen Einrichtung etablieren soll.

Schwarzwaldtag

Die Schwarzwald Tourismus GmbH und der Südwestrundfunk als zweitgrößte Sendeanstalt innerhalb der ARD waren hochkarätige Partner für das Ereignis am 1. August 2004. Mit dem „Schwarzwald-Tag 2004“, der von der Schwarzwald Tourismus GmbH organisiert wurde, erfolgte erstmalig in der Geschichte des Schwarzwaldes eine Sperrung eines Streckenabschnitts der legendären Schwarzwaldhochstraße auf eine Länge von rund 20 km. Die Schwarzwaldhochstraße war damit an diesem Tag von 09:00 bis 18:00 Uhr die größte Veranstaltungsfläche, die es jemals im Schwarzwald gab. Es kamen mehr als 40.000 Besucher. Schirmherr der Veranstaltung war Wirtschaftsminister Dr. Walter Döring. Auf den drei Veranstaltungsinselfn Mehli kopf, Mummelsee und Ruhenstein präsentierte sich der SWR und seine Hörfunkprogramme SWR1 und SWR4 sowie das Südwestfernsehen „Unser Drittes“ mit Livemusik, Show-Attraktionen und einem interessanten Begleitprogramm.



Auf den weiteren Veranstaltungsinselfn, wie dem Seibelseckle, fand ein Bauernmarkt mit regionaltypischen Produkten, umrahmt durch Programmeinlagen von Musik- Tanz- und Folkloregruppen, statt. Kinderunterhaltungen, Spielmöglichkeiten, Mitmachaktionen sowie Streichelzoo mit über 400 Schafen, Ziegen, Kamelen und anderen Tieren waren für die kleinen Gäste da. Am Standort Unterstmatt präsentierten



sich Tourist-Informationen, Hotels- und Freizeiteinrichtungen, traditionelles Handwerk und Kunsthandwerk beim Markt der Möglichkeiten. Am Mummelsee befand sich die Bühne des SWR1. Hier fand die Retro Sternfahrt Baden-Württemberg, die größte Oldtimer-Rallye im Land, mit der Siegerehrung ihr Ende. Bei der vom Staatsministerium und Minister Palmer als Schirmherr unterstützten „Baden-Württemberg Sternfahrt“ waren ca. 400 Klassik-Fahrzeuge aller Art auf der Strecke.

Für das leibliche Wohl war überall bestens gesorgt und an allen Standorten konnten die Besucher Produkte des Schwarzwaldes genießen. Die Veranstaltung fand mit tatkräftiger Unterstützung der gastronomischen Betriebe entlang der Schwarzwaldhochstraße statt. Ziel der Veranstaltung war es, den Schwarzwald mit seinem hochwertigen und positiv besetzten Image präsentieren zu können, um den Gästen und Einheimischen ein stimmiges Bild der touristischen Region in ihrer Gesamtheit zu vermitteln. Zahlreiche freiwillige Helfer aus Vereinen und Organisationen, wie Feuerwehr und Bergwacht, garantierten einen reibungslosen Ablauf. Umfangreiche Bus-Shuttles von eingerichteten Park- und Rideplätzen in den Orten entlang der Schwarzwaldhochstraße gewährleisteten zu den Veranstaltungsorten eine sichere, umweltfreundliche und bequeme Mobilität der Besucher.

Partner und Sponsoren des Schwarzwald-Tages waren u. a. die Landkreise Rastatt, Ortenau und Freudenstadt, die Landesbank Baden-Württemberg, die Badische Staatsbrauerei Rothaus, der Europa-Park und Schwarzwaldsprudel. Das Budget belief sich auf 200.000 Euro. Der gesamte Finanzierungsbedarf wurde gedeckt aus einer Teilfinanzierung der Schwarzwald Tourismus GmbH, des Sponsoring der Landesbank als Hauptsponsor und der beteiligten Firmen sowie Anschließerkosten der beteiligten Unternehmer und aus dem Verkauf des Eintrittsbuttons. Seine Fortführung wird der Schwarzwaldtag im Jahr 2006 stattfinden. Anlässlich des 100jährigen Jubiläums soll es ein zweitägiges Mega-Event am Schluchsee mit 80.000 Besuchern geben.

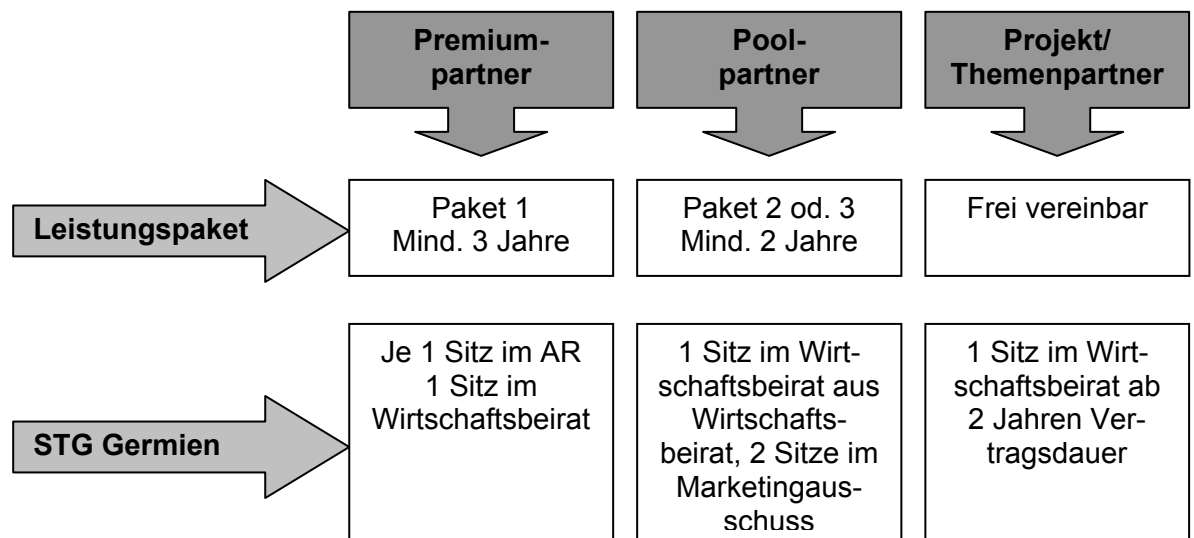
3.3 Beteiligungen und Kooperationen

Die Schwarzwald Tourismus GmbH betreibt auf der Grundlage eines verabschiedeten Marketingkonzepts seine strategischen Marketingmaßnahmen in einem Marketing-Mix. Alle Mitglieder profitieren als Markenteilnehmer von der weltweit bekannten Dachmarke „Schwarzwald“ und können an den Aktivitäten der Schwarzwald Tourismus GmbH teilhaben. Die Beteiligung an den Marketingaktivitäten ist für Mitglieder zu einem gegenüber dem Normalpreis erheblich reduzierten Betrag möglich, oder auch in vielen Fällen kostenfrei! Um die Kooperationsmöglichkeiten und Beteiligungen der Mitglieder ausführlich zu beschreiben hat die Schwarzwald Tourismus GmbH einen Beteiligungsordner-Service eingerichtet, welcher alle Beteiligungsmöglichkeiten im Detail beschreibt und anfallende Preise oder Kosten benennt. Dieser Ordner ist allen Mitgliedern zur Verfügung gestellt worden und wird regelmäßig aktualisiert. Es handelt sich um einen Wechselordner, der immer sofort dann aktualisiert werden kann, wenn es von der Schwarzwald Tourismus GmbH neue Projektausschreibungen und Konditionen gibt. Außerdem arbeitet die STG intensiv mit der Privatwirtschaft zusammen und hat hier Kooperationen für Partnerschaften geschlossen.

Insgesamt erzielt die STG durch Beteiligungen und Kooperationen einen eigenerwirtschafteten Betrag von rund 1,3 Mio. Euro.

Bereits die Mittlerer Schwarzwald Tourismus GmbH konnte positive Erfahrungen mit der festen Einbindung von Unternehmen aus der Privatwirtschaft in die Verbandsstruktur machen. Der STG ist es gelungen, zunächst 6 Premiumpartner, 1 Themenpartner und 3 Poolpartner zu gewinnen. Die Premiumpartner sind: der Europa-Park, Weber Haus World of Living, die Brauerei Rothaus und Fürstenberg, die Peterstaler Mineralquellen und die Firma Wein Schinken.

Schaubild 4: Partnerschaftsmodelle aus der Privatwirtschaft



Die Leistungspakete 1-3 umfassen zu unterschiedlichen Preisen verschiedene Leistungen im Bereich Anzeigen, Internet und Messen.

Das Partnerschaftsmodell sieht drei Formen vor:

Premiumpartner

Unternehmen mit einer hohen Tourismus- und Schwarzwald –Affinität, welche das Leistungspaket 1 wählen, erhalten je einen Sitz im Aufsichtsrat der STG. Premiumpartner bilden zusammen mit den Poolpartnern einen Wirtschaftsbeirat als Gremium der Schwarzwald Tourismus GmbH, um hier Marketingstrategien zu besprechen. Premiumpartner verpflichten sich für die Dauer von mindestens drei Jahren zum Kauf des Leistungspaketes 1, welches ihnen jährlich ein umfangreiches Leistungspaket der STG gewährleistet. Zusätzliche Leistungen sind jederzeit möglich und werden zu Sonderkonditionen erbracht.

Poolpartner

Unternehmen, welche sich in die Markenarbeit einbringen wollen und regelmäßig Beteiligungen wünschen, können Poolpartner werden. Poolpartner sind ebenfalls Mitglieder des Wirtschaftsbeirats, haben jedoch keinen Sitz im Aufsichtsrat. Poolpartner verpflichten sich zu einer Poolpartnerschaft für die Dauer von zwei Jahren und zu Kauf des Leistungspaketes 2 oder 3.

Themen- / Projektpartner

Unternehmen, welche zu Projekten oder Themen mit der STG kooperieren wollen, haben die Möglichkeit eine freie Vereinbarung zu schließen. Dabei sind die Leistungen der Unternehmen und der STG individuell vereinbar.

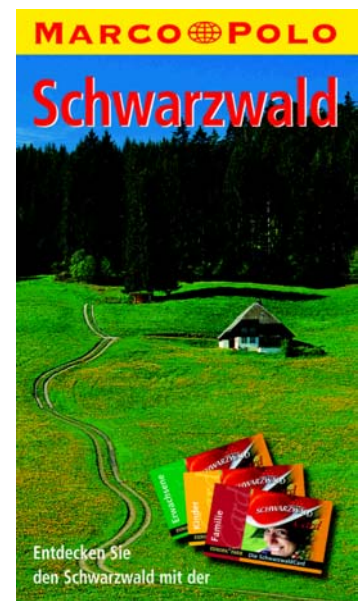
3.4. Service Karten

SchwarzwaldCard

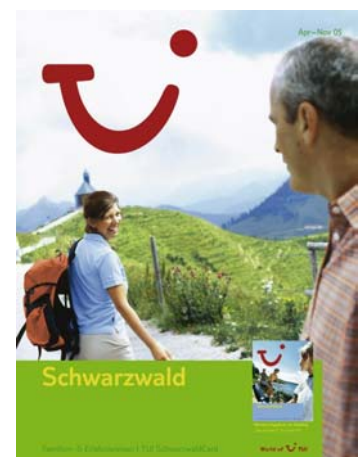
Die SchwarzwaldCard ist eine elektronische Chipkarte, die es dem Gast ermöglicht zahlreiche Ausflugsziele im Schwarzwald kostenlos zu besuchen. Die SchwarzwaldCard wurde 2002 mit einer Probezeit von vier Monaten eingeführt. In vier Jahren hat sich die SchwarzwaldCard als gutes Marketinginstrument etabliert und gehört zu den führenden All-inclusive-Kartensystemen Deutschlands.



Der Erfolg der Karte misst sich nicht nur an den Verkaufszahlen, sondern auch an der Anzahl der teilnehmenden Attraktionen. Jedes Jahr steigt die Anzahl der teilnehmenden Attraktionen, waren es 2002 noch 99 Attraktionen, so beteiligen sich 2005 schon 154 Ausflugsziele. Zusätzlich ermöglicht die SchwarzwaldCard sehr gute Marketingpartnerschaften mit Reiseveranstaltern wie der TUI, Krankenkassen und Automobil Clubs. Neben der komplizierten Verwaltung der Card ist der Interessenausgleich zwischen dem Verkaufserfolg der Ausschüttung für die Leistungsträger und der Wirtschaftlichkeit für die STG eine permanente Herausforderung. So werden die Konditionen für die Card jährlich auf den Prüfstand gestellt und angepasst. Die SchwarzwaldCard gilt an drei frei wählbaren Tagen innerhalb der festgesetzten Saison, dabei ist sie von einem Nutzungstag auf den anderen übertragbar.



Für das Jahr 2003 wurde erstmals die FamilienCard eingeführt, sie gilt für 2 Erwachsene und 3 Kinder bis einschließlich 17 Jahre. Die letzte Saison wurde von 12.000 Kartennutzern in Anspruch genommen, wobei der Umsatz bei nahezu einer halben Millionen Euro lag. Die Leistungen der SchwarzwaldCard umfassen ein breites Angebot, das von Museen, Bäder und Thermen, Freizeit- und Naturerlebnisparks, Bergbahnen, Skiliften, Schifffahrtsunternehmen bis hin zu Besucherbergwerken reicht, die im gesamten Schwarzwald zu besuchen sind. Beim Kauf der SchwarzwaldCard erhält der Gast gratis einen Erlebnisführer, Für die Saison 2005 wurde dieser erstmals in Zusammenarbeit mit MARCO POLO erstellt. Natürlich ist der Erlebnisführer auch ohne SchwarzwaldCard erhältlich.



Europas größter Reiseveranstalter und Deutschlands bekannteste Feriendestination haben zusammen einen 24-seitigen Prospekt entworfen. Mit der Zusammenarbeit in der Vermarktung der Ferienregion und der SchwarzwaldCard würdigt die TUI den Einsatz der Schwarzwald Tourismus GmbH in Freiburg um Qualität und Kundenorientierung in einem anspruchsvollen gewordenen Markt. Den Auftakt der neuen Kooperation bilden 17 Hotels aus 11 Schwarzwaldorten, die ihren Gästen auch den besonderen Service der TUI-SchwarzwaldCard bieten.

Bei der Buchung von einem der ausgewählten TUI-Hotels mit einer Aufenthaltsdauer von mindestens einer Woche erhält man gratis eine TUI-SchwarzwaldCard. Die Gäste können sämtliche Vorteile der Karte bis zum Ende der Sommersaison gratis nutzen. Auch für Mitglieder bei den Krankenkassen AOK und BKK Hochrhein-Wiesental erhält der Kunde einen Sonderrabatt von 10% beim Kauf einer Schwarzwald-Card. Bei der AOK gilt dieses Angebot allerdings nur wenn man AOK-plus-Mitglied ist.

Tab. 10: Entwicklung und Erfolg der SchwarzwaldCard 2002-2005

	2002	2003	2004	2005	Gesamt
Kartenverkäufe	2.585	5.651	5.919	6.533	20.688
Kartennutzer	2.585*	18.025	17.572	12.752	48.349
Akzeptanzen/ Eintritte	11.661	25.883	31.160	34.109	102.813
Umsatz €	98.469,00	362.933,00	420.276,00	490.667,00	1.372.345,00
Teilnehmende/ Attraktionen	99	114	141	154	

* 2002 gab es noch keine Familienkarte. Verkäufe entsprachen den Nutzern

KONUS

Stellen Sie sich vor, Sie kommen an Ihren Urlaubsort in den Schwarzwald, erhalten dort im Hotel nach Ihrer Anmeldung Ihre Kurkarte (Schwarzwald-Gästekarte), mit der Sie in 190 Schwarzwaldorten Vergünstigungen und Rabatte erhalten und bekommen dann von Ihrem Hotelier folgende freudige Mitteilung: "Mit dieser Kurkarte können Sie außerdem während Ihres Aufenthaltes im Schwarzwald unbegrenzt sämtliche Busse und Bahnen nutzen. Das ist KONUS und steht für kostenlose Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs für Schwarzwaldurlauber." Das Servicesystem wurde 2005 eingeführt. In den vergangenen 2 Jahren konnte die KONUS-Gästekarte zehn Millionen Mal eingesetzt werden. In der Pilotphase 2005 und 2006 wurde sie in 66 Gemeinden des Schwarzwaldes von etwa 4.000 Beherbergungsbetrieben ausgegeben. Eine Befragungsaktion der Firma IRS Consult AG in München hat eine hohe Zufriedenheit bei den beteiligten Orten, Gastgebern und Gästen ergeben. KONUS hat den Orten mehr Kurtax-Einnahmen beschert und den Gastgebern mehr Übernachtungen eingebracht. Die Schwarzwald Tourismus GmbH hat für KONUS den Touristikpreis 2006 der Zeitung "Sonntag Aktuell" erhalten. In den beiden Pilotjahren haben sechs Verkehrsverbünde und 66 Gemeinden teilgenommen.

Teilnehmende Verkehrsverbünde:

- TGO – Tarifverbund Ortenau GmbH
- VVE – Verkehrsverbund Rottweil GmbH
- RFV – Regio-Verkehrsverbund Freiburg GmbH
- VSB – Verkehrsverbund Schwarzwald-Baar GmbH
- RVL – Regio-Verkehrsverbund Lörrach GmbH
- WTV – Waldshuter Tarifverbund GmbH



Mit KONUS kann der Gastgeber (Hotel) sehr attraktive neue Pauschalen gestalten: Anreise mit dem SchwarzwaldTicket, Transport mit dem ÖPNV vor Ort, SchwarzwaldCard für den kostenlosen Eintritt in über 150 Attraktionen sowie Übernachtung und Frühstück – und das zu einem sensationellen Pauschalpreis. KONUS lässt erstmals eine hohe Akzeptanz der Gäste bezüglich der Entrichtung einer Kurtaxe deutlich erkennen, da es hierfür einen hohen Gegenwert gibt. KONUS bringt die Gäste vom Land in die Städte zum Einkaufen. Somit sparen die Gäste durch KONUS die Autofahrt und die hohen Parkplatzgebühren und bringen dem Einzelhandel Mehreinnahmen. KONUS begeistert die Gäste fürs Wandern, da sie mit Bus oder Bahn kostenlos zum Ausgangspunkt der Wanderung und wieder zurück zum Gastgeber gelangen. Dabei bedarf es keiner Kenntnis der Tarifstrukturen oder Technik, sondern lediglich den Besitz der Kurkarte, die er ohnehin erhält. KONUS ist aus eigener Kraft entstanden - komplett ohne Fremdberatung und Fördermittel.

Das Projekt wird nach der Pilotphase auf unbegrenzte Zeit hin fortgeführt. Ab 2007 beträgt der Fahrtentgeltersatz 30 Cent pro Übernachtung und ist auf 5 Jahre bis 2011 festgeschrieben.

Schwarzwald-Gästekarte

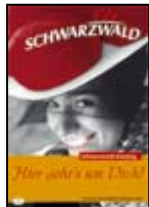
1997 wird die Schwarzwald-Gästekarte im Schwarzwald eingeführt. Sie ersetzt mit einer einheitlichen Gestaltung in 190 Orten die lokale Kurkarte. Die Gästekarte erlaubt jedem Gast ermäßigte Eintritte in zahlreiche Einrichtungen und Attraktionen des gesamten Schwarzwaldes. Die Schwarzwald-Gästekarte erhält jeder gemeldete Übernachtungsgast, der die Kurtaxe entrichtet automatisch von seinem Gastgeber. Das besondere und gleichzeitig einzigartige ist, dass die Schwarzwald-Gästekarte nicht nur im jeweiligen Urlaubsort gültig ist, sondern in allen Schwarzwaldorten einsetzbar ist. Welche Leistungen dies im Einzelnen sind, können die Gäste dem Schwarzwald Gäste-Journal entnehmen, welches die Gäste kostenlos bei ihrem Gastgeber erhalten. Dieses System ist in dieser Größe in Deutschland einmalig. Mit diesem System war im Jahr 2005 der Grundstein für die Einführung der KONUS-Gästekarte gelegt.

3.5 Aktuelle Prospekte und Broschüren

Die STG gibt in Eigenverlag etwa 15 Prospekte und Broschüren heraus, die größtenteils jährlich aktualisiert werden. Als wichtigste Broschüren gelten der Imagekatalog mit allen Ortseintragungen und der Gastgeberkatalog. Daneben werden weitere Sonderprospekte projektbezogen verlegt. Diese Prospekte erscheinen zu Veranstaltungen wie der Tour de France, der Fußball WM oder dem Schwarzwald-Tag. Außerdem hat die STG Kooperationsvereinbarungen mit Fremdverlagen geschlossen, die im STG-Design und in Zusammenarbeit mit der STG auf Verlagsrisiko herausgegeben werden. So z.B. das Golf-Magazin und das Gäste-Journal. Das „Schwarzwald Gäste-Journal“ enthält interessante Tipps und Hinweise sowie redaktionelle Beiträge, eine Panoramakarte, eine Übersicht über Rabatte der Schwarzwald Gästekarte, der SchwarzwaldCard und der Gästekarte, sowie einen umfassenden Veranstaltungskalender. Das „Schwarzwald Gäste-



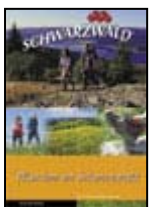
Journal“ ist zu einem festen Bestandteil der Tourismuswerbung und Anzeigewerbung für touristische Leistungsanbieter geworden. Das Schwarzwald Gäste-Journal ist aus einer Kooperation mit dem Verlag Schwarzwälder Boten entstanden, die im Jahr 1996 ihren Anfang genommen hat. Es wird als kostenfreies Streumedium in einer Auflage von 110.000 Exemplaren 3x jährlich zur kostenfreien Auslage an alle Touristinformationen, Hotels und Freizeiteinrichtungen verteilt.



Schwarzwaldkatalog
Allgemeiner Imagekatalog der STG in welchem sich vor allem die Schwarzwaldorte vorstellen
Auflage: 100.000
Erscheint jährlich nach Verbrauch



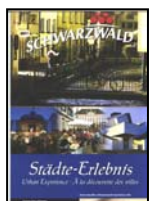
Gastgeberkatalog
Bis 2005 Buchungskatalog mit Beherbergungsbetrieben und Pauschalangeboten, welche sich mit Provisionsvereinbarungen über die ZZV's der Gebiete vermitteln lassen.
Ab 2006 Gastgeberkatalog ohne Vermittlungszwang.
Auflage: 60.000
Erscheint Jährlich



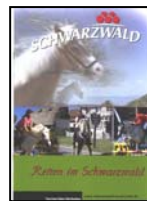
Wandern
Themenbroschüre mit Vorstellung Von Touren, Fernwanderwegen, Rundtouren, Wandern ohne Gepäck Nordic-Walking, Präsentationen der Wanderorte und wanderfreundliche Beherbergungsbetriebe
Auflage: 60.000
Erscheint jährlich nach Verbrauch



Radfahren
Themenbroschüre für Mountainbike und Tourenrad, Radtouren, fahrradfreundliche Unterkünfte.
Auflage: 30.000
Erscheint Jährlich nach Verbrauch



Städte Erlebnis
Themenbroschüre Schwarzwaldstädte Shopping, Kulturelles, Städteführungen. Erstmals 2004 Erschienen
Auflage: 20.000
2006 Neuauflage



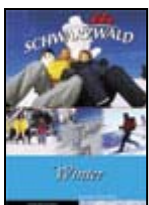
Reiten
Themenbroschüre über Reitmöglichkeiten, Veranstaltungen, Reitwege, Reithöfe.
Auflage: 10.000
Ab 2006 neu im Eigenverlag



Camping
Darstellung von Campingplätzen, tabellarische Darstellung von Camping- und Wohnmobilstellplätzen, Campingkatalog auf Deutsch und Niederländisch.
Auflage: D: 30.000, NL 10.000



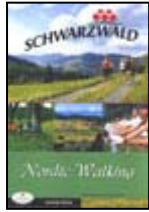
Golf
Themenbroschüre zu den Golfplätzen im Schwarzwald, Hotels mit Pauschalen für Golfer.
Auflage: 20.000
Erscheint Jährlich von VUD Verlag



Winter
Prospekt und Begleiter für Wintersportmöglichkeiten, Alpin- nordisch, Winterspass, Events und Wellness.
Auflage: 20.000
Erscheint jährlich



Biken
Themenprospekt und Beileger, Orte, Angebote und Pauschalen Beileger für Fachmagazine
Auflage: 20.000
Erscheint nach Verbrauch



Nordic-Walking

Themenprospekt und Beileger
Nordic-Walking Angebote von Orten
Auflage: 20.000
Erscheint nach Verbrauch



Schwarzwald Gäste-Journal

Gästezeitung des
Schwarzwaldes, Informationen,
redaktionelle Beiträge,
Veranstaltungskalender.
Auflage: 120.000
Erscheint alle 3 Monate



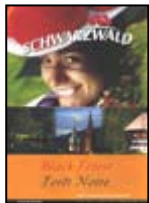
SchwarzwaldCard- Flyer

Auflistung und Kurzinformationen mit
Darstellung der Preise und
Konditionen der teilnehmenden
Attraktionen u. Einrichtungen.



KONUS-Flyer

Mit Bus und Bahn gratis den
Schwarzwald erleben. In vielen
Städten und Gemeinden
haben Gäste einen
sensationellen Vorteil - Sie
erhalten die KONUS-
Gästekarte und können damit



Auslandsflyer deutsch/niederländisch englisch/französisch italienisch/spanisch

Übersicht und Informationen über
den gesamten Schwarzwald, Darstellung
von Attraktionen und auffaltbare
Panoramakarte.



WM - Flyer

deutsch / niederländische
Informationen rund um den
Schwarzwald und die WM
Herausgeber: STG



WM-Flyer Baden-Baden

Informationen über die WM Spiele
und über den Schwarzwald
Herausgeber: Landkreis Rastatt in
Zusammenarbeit mit der STG



Go for Gelb

Sonderdruck aus dem
Rennrad-Magazin Tour;
Beschreibung von 4 Rennrad
Touren im Nördlichen
Schwarzwald
Herausgeber: STG und ADG

Prospektversand

Die Schwarzwald Tourismus GmbH hat ein externes Call-Center mit einem umfangreichen Service zur Informationsweitergabe über den Schwarzwald beauftragt. Über dieses Call-Center kann der Gast sämtliche Informationsschriften und Angebotsinformationen zum Schwarzwald beziehen. Alle Prospekte werden über ein zentrales Versandlager versendet, welches auch von Mitgliedern genutzt werden kann.

Toubiz ist ein Internetauftritt in dem es möglich ist, Prospekte online zu bestellen. Über Toubiz lassen sich Kataloganfragen von Kunden ohne großen Aufwand schnell und präzise bearbeiten. Toubiz ist mit dem Internetauftritt der Schwarzwald Tourismus GmbH verlinkt, somit werden die Anfragen direkt nach Kisslegg in das zentrale Prospektlager der Schwarzwald Tourismus GmbH weitergeleitet. Von dort werden dann die gewünschten Prospekte an Kunden in die ganze Welt versandt. Es ist auch möglich, größere Mengen an Prospekten gegen ein Entgelt anzufordern. Die Anfragen, die direkt bei der Schwarzwald Tourismus GmbH einlaufen, werden von einem Mitarbeiter manuell in die Toubiz-Bestellungsmaske eingegeben. Die STG versendet jährlich Prospektpakete mit einem Portoaufwand von ca. 170.000 Euro.

Annähernd 50.000 kg Prospekte wurden über unser Zentrallager in Bahlingen/Kißlegg zu den jeweiligen Standorten angeliefert. Neben der Versendung der Gesamtkataloge (Anteil 23 000 kg) beteiligen sich viele Mitgliedsgemeinden am Zentralversand. Mit der Organisation und Abwicklung dieser Transport-Logistik sind Vorteile verbunden und gleichzeitig konnten Kosten eingespart werden.

3.6. Anzeigen

Der Schwarzwald wirbt verstärkt mit thematischen Anzeigen und mit konkret buchbaren Angeboten. Gleichzeitig schaltet der Schwarzwald vermehrt Anzeigen mit Kooperations- und Wirtschaftspartnern. Alle Anzeigen werden nach einem einheitlichen Erscheinungsbild und der neuen Werbelinie in Fachzeitschriften, Tageszeitungen und Magazinen veröffentlicht. Dabei wird von Seiten der STG großen Wert auf redaktionelle Begleitung der Anzeigen gelegt.



Tab. 11: Mediaplan 2004 – 2005

Erscheinungsdatum	Medium	Thema / Inhalt	Größe	Agentur / Verlag
01.12.2004	DB Mobil	Reiseland Schwarzwald	1/16 1sp, 95x 30 mm	
01.12.2004	Gästeportal	Winter	01. Jan	Schwabo/Aurich
01.12.2004	Wochenspiegel	Winter	Jan 16	
01.12.2004	SKI- Magazin	Winter		Wünsch
01.12.2004	ADAC Motorwelt	BUKA	4mm, 2sp	Ulmer
01.12.2004	BaS Ffm/ Stuttg.	Winter Beileger		Myska
04.12.2004	WAZ/ ZG Thüringen	Schönste Reiseziele und BUKA	Feldpreis	Roth
15.12.2004	Lenz/ Frau im Leben	BUKA	1/8 S, 1 sp	Gallun
17.12.2004	Auto-Bild-Reise	Mit dem Auto in den Urlaub BUKA	Feldpreis 56 x 50mm	Gallun
17.12.2004	SKI- Magazin	Winter	1/4 97 x 137mm	Wünsch
20.12.2004	Rundy- Verlag	20 Jahre Schwarzwaldklinik	1/1 DIN A4	Rundy
25.12.2004	WAZ/ ZG Thüringen	Schönste Reiseziele und BUKA	Feldpreis	Roth
29.12.2004	Fernsehwoche Kombi	Jahreswechsel/ BUKA	Feldpreis 58 x 34mm	Gallun
01.01.2005	BW erleben	Schwarzwald und SWC	1/1 210 x297mm	BFP
01.01.2005	Wellness- Stars	Heilbäder	01. Jan	Aurich
01.01.2005	DZT Amsterdam	Vakantiemagazine	1/1 Seite	DZT
01.01.2005	VUD Verlag	Golf- Broschüre/ Katalog	1/1 Seite	VUD
01.01.2005	Danmarks Gruppe	Gruppen- Guide Danmarks	1/4 65 x 98 mm	DK- Guide
01.01.2005	DZT	Germany Faces	01. Apr	DZT
01.01.2005	VIA Urlaubsservice	Wellness, Familien, Wandern	01. Apr	
01.01.2005	ADAC Motorwelt	BUKA	4mm 2sp	Ulmer
03.01.2005	DB Mobil	Reiseland Schwarzwald	1/16 1sp, 95 x 30 mm	
08.01.2005	Utrecht Nieuwsblad	Schwarzwald aktiv	Kopfzeile	Roth

15.01.2005	Zeitungsgruppe WAZ	BUKA 2005/ SWC/ Winter	Katalogfeld	Roth
15.01.2005	Bildzeitung Gesamt	Urlaub bei uns im Süden/ BUKA	57 x 45 mm	Aurich
16.01.2005	BaS	Nordic-Walking Beileger		Aurich
30.01.2005	Bild am Sonntag	Kataloge 2005/ BUKA	45 x 57 mm	Aurich
03.02.2005	DB Mobil	Reiseland Schwarzwald	1/16 1sp, 95 x 30 mm	
05.02.2005	Zeitungsgruppe WAZ	TM BW/ Schwarzwald	Sonderseite	Roth
05.02.2005	Hamburger Abendblatt		01. Jan	Roth
05.02.2005	Hamburger Abendblatt		01. Jan	Roth
12.02.2005	Bremenplus	BUKA	Katalogfeld	Roth
22.02.2005	Saarbrücker Zeitung	Schwarzwald aktiv	Kopfzeile	Roth
08.03.2005	BILD- Spezial Reise	Schwarzwald	1/4 Seite	Aurich
01.04.2005	Tambiente	Familienferien/ Happy Family	1/1 Seite DIN A4	
23.04.2005	Zeitungsverlag Aachen	Radeln & Wandern		Touristik Werbung
27.04.2005	Blitz- Tip	Kurzentschlossene	100 mm/ 1 sp	Roth
27.04.2005	Handelsblatt	Naherholung/ SWC	100 mm/ 1 sp	Roth
30.04.2005	Saarbrücker Zeitung	Kurzentschlossene	Katalogfeld	Roth
30.04.2005	Reisekombi Südwest	Naherholung/ SWC	100 mm/ 1sp	Roth
14.05.2005	Zeitungsgruppe WAZ + ZG Thüringen	Die schönsten Reiseziele	Katalogfeld	Roth
31.05.2005	Rhein- Zeitung	Radeln & Wandern		Touristik Werbung
04.06.2005	Badische Neueste Nachrichten	Radeln & Wandern		Touristik Werbung
04.06.2005	Heilbronner Stimme	Radeln & Wandern		Touristik Werbung
05.06.2005	Sonntag aktuell/ MM	Radeln & Wandern		Touristik Werbung
31.08.2005	Rheinische Post	Schwarzwald Wandern/ Herbst	100 mm/ 1 sp	Roth
17.09.2005	Zeitungsgruppe WAZ + ZG Thüringen	Schwarzwald Wandern/ Herbst	100 mm/ 1 sp	Roth
2005	Dieterle/ Straßburg	La petite carte	1/4 Seite	Aurich

3.7 Internet

Die Schwarzwald Tourismus GmbH betreibt das größte Informations-Internetportal zum Tourismus im Schwarzwald unter www.schwarzwald-tourismus.info. An dieses Internetportal sind sämtliche Mitglieder über ein Redaktionssystem angeschlossen und von der Schwarzwald Tourismus GmbH auf das System hin ausgebildet worden. Damit haben alle Mitglieder die Möglichkeit, sämtliche örtliche Tourismusinformationen zum eigenen Ort, sämtliche Angebote, alle Veranstaltungen in einem speziellen Veranstaltungskalender und ihre Gastgeber mit einem Grundeintrag (ausführliche Beschreibung, Foto, Preisangebote, Anschrift etc.) einzustellen, zu pflegen und permanent zu aktualisieren.

➤ Thematische Zuordnung

Alle Einträge erhalten ein oder mehrere thematische Zuordnungsmerkmale, welche für den Nutzer eine ganzheitliche thematische Selektion zulassen. So erhält der Nutzer, der nach Mountainbike



sucht, ausschließlich Gastgeber, Angebote, Orte, Veranstaltungen und Beiträge, die zu diesem Thema etwas zu bieten haben.

- Geographische Zuordnung
Jeder Eintrag erhält eine geographische Zuordnung. So können alle Einträge geographisch und geographisch-thematisch selektiert werden. Der Gast kann sich alle Gastgeber und Veranstaltungen aus einem bestimmten Ort oder einer Werbegemeinschaft oder einer Region anzeigen lassen.
- Individueller Reiseführer als Ausdruck aus dem Internet
Der Gast kann sich ganz nach seinen Schwerpunktthemen einen individuellen Reiseführer aus dem Netz ausdrucken.



Die Orte erhielten damit erstmalig die Möglichkeit, ihre gesamten Angebote selbst zu pflegen und sind für ihren Eintrag selbst verantwortlich. Damit bleiben alle Informationen stets aktuell.

Kernstücke des Portals

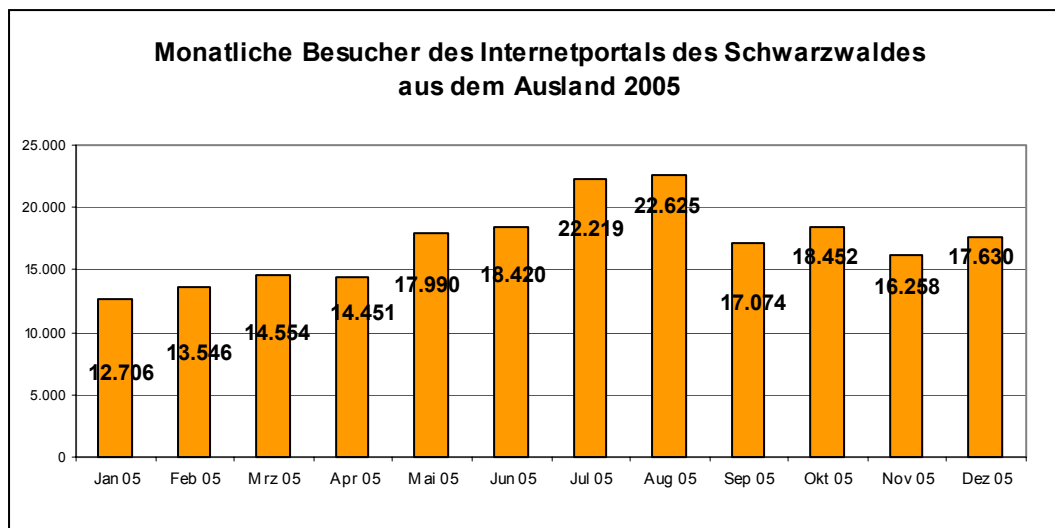
- Der neue Veranstaltungskalender: Die Orte tragen ihre Veranstaltungen dabei selbst ein, was dem Nutzer eine permanente Aktualität sichert. Auch hier findet der Gast eine thematische Zuordnung wieder. Wer sich eher für Radveranstaltungen interessiert, wird gezielt nach ihnen suchen können und erhält sofort alle wichtigen Informationen zum Veranstaltungsort und zu geeigneten Beherbergungsbetrieben.



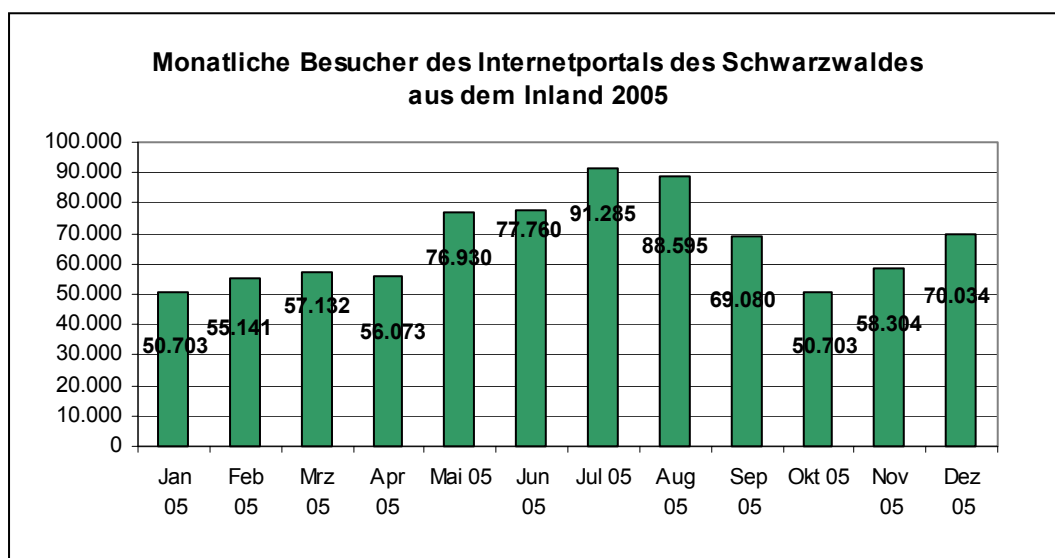
- Erstmals ein Gesamtschwarzwald-Unterkunftsverzeichnis: Die Gastgeber einer Region sind deren wichtigste Leistungsträger. Wie viele gibt es denn davon in der Ferienregion Schwarzwald? Wie hoch ist die Anzahl der Hotels? Wo gibt es zu welchen Preisen eine Ferienwohnung? Und wo findet man ein Hotel mit Kinderbetreuung, das an einer Skipiste liegt? Ist das geeignete Haus in meiner Urlaubswoche auch frei? Kann ich die gewünschte Unterkunft direkt online buchen? Alle diese Fragen und noch einige mehr beantwortet dieses neue Internetportal für das gesamte Gebiet des Schwarzwaldes. Inzwischen sind ca. 8.700 Gastgeber im Portal aufgeführt.

- Interaktionen: Für Nutzer, die gerne etwas mehr Zeit im Netz verbringen, wurde das Spiel „Der geheimnisvolle Schwarzwald“ entwickelt. Der Gast lernt Sagen und Mythen dieser Region kennen und die Schwarzwald Tourismus GmbH nebenbei viel über die Neigungen und Interessen der Besucher. Zur Hilfestellung und Kundenbindung dienen Audionetzpiloten, die u. a. von Ursula Cantieni, der ‚Johanna Faller‘ der Fernsehserie ‚Die Fallers‘ gesprochen werden. Interaktive Foren und Reiseberichte sowie virtuelle Video- und Filmtouren stehen ebenfalls zur Verfügung. Betreut wird das Projekt von der Werbe- und Media-Agentur Land-In-Sicht in Sulzburg, bei der Schwarzwald Tourismus GmbH ist dafür Karen Müller zuständig. Insgesamt sind mit der ständigen Aktualisierung 265 Autoren und Themenredakteure beschäftigt. Das neue Portal www.schwarzwald-tourismus.info verspricht einige Überraschungen und macht den Schwarzwald neu erlebbar. Das Portal steht den Gästen in vier Sprachen zur Verfügung in Deutsch, Englisch, Französisch und Niederländisch.

Grafik 11



Grafik 12



3.8 Auslandsmarketing

Während im Inland der Markt eher stagniert, scheint der Schwarzwald im Ausland immer mehr Fuß zu fassen. Dabei profitiert unser Mittelgebirge mit Sicherheit von seinem Bekanntheitsgrad und seinem positiven Image in aller Welt. Erfreulicherweise konnte der Schwarzwald in den letzten vier Jahren seine Übernachtungszahlen um 28 % steigern. Der Anteil der Gästeübernachtungen aus dem Ausland bewegt sich nun bei 20 %; 2002 betrug der Anteil noch 13 %.

Nach allgemeiner Expertenmeinung liegt durchaus weiteres Potential in den Auslandsmärkten. Seit Jahren bildet die Schweiz das stärkste Quellgebiet für den Schwarzwald-Tourismus. Der gute Wechselkurs, die starke Kaufkraft und natürlich die geographische Nähe sind Hauptgründe für die Schwarzwald-Liebe der Eidgenossen. Aber auch die Neigung für Wellness bzw. Genussurlaub darf nicht vergessen werden.



Einen erstaunlichen Zuwachs kann der Schwarzwald-Tourismus auch aus dem benachbarten Frankreich vermelden. Insgesamt scheinen sich die Marketingaktivitäten der Schwarzwald Tourismus GmbH aus-zuzahlen, können doch auch aus anderen europäischen Ländern gute Wachstumsraten verbucht werden.

Die Schwarzwald Tourismus GmbH hat in den letzten Monaten einige touristische Broschüren in den wichtigsten Fremdsprachen neu aufgelegt, die über verschiedene Vertriebsstufen an den potentiellen Gast kommen. Eine besondere Bedeutung hat hier der Imageprospekt mit ausklappbarer Panoramakarte. Dieser Prospekt ist in 5 Fremdsprachen verfügbar (NL, GB, F, I, E, D). Die Pressestelle der STG hat in verschiedenen Fremdsprachen Basistexte zum Tourismus in das Netz gestellt und auch an die entsprechenden Redaktionen im Ausland verteilt. Aus dem früher existierenden kostenpflichtigen Auslandspressepool einzelner Gemeinden ist nun ein deutlich verbesserter kontinuierlicher Service der STG geworden, verschickt die Pressestelle doch regelmäßig Informationen an die deutschsprachigen Redaktionen in der Schweiz, Frankreich, Niederlande, Tschechien, Polen und Skandinavien. Für zwei bedeutende Auslandsmärkte hat man sich zu einem sog. Pool zusammengeschlossen. Der Spanien-Pool (mit Freudenstadt, Schwäbischer Alb, ARGE Deutsche Donau, Flughafen Stuttgart) kann schon auf die ersten Erfolge verweisen. So hat der öffentlich-rechtliche Sender TVE eine einstündige Reisesendung abgedreht, die im staatlichen Fernsehen gezeigt wird. Ferner ist eine große Expeditionsreise für den Herbst 2006 in Planung. In Spanien wird der Pool auf Workshops und Messen vertreten. Für den äußerst wichtigen Quellmarkt Schweiz existiert eine Kooperation mit dem Heilbäderverband Baden-Württemberg und der Tourismus Marketing Baden-Württemberg, um größere Aktionen als bisher mit der DZT Zürich durchzuführen. Hier werden Anzeigen, Kaufhausaktionen und Messen gemeinsam organisiert.

Immer stärkere Bedeutung erfährt auch die Zusammenarbeit mit den Flughäfen der Region. So kooperiert der Schwarzwald sowohl mit dem Euro-Airport Basel-Mulhouse-Freiburg als auch mit dem Baden-Airpark Söllingen. Das touristische Leistungspaket wird auf den Internetplattformen www.tourismtrihena.com und www.fly-baden.com dargestellt. In weitere Marketingaktivitäten der Flughäfen ist die STG stark eingebunden. Ein wichtiges Segment für die Bearbeitung des Auslandsmarktes ist der Besuch von Messen und Workshops. Hier konzentriert sich die STG insbesondere auf die Schweiz (Bern, St. Gallen und Zürich), Benelux (Utrecht, Antwerpen, Brüssel), Frankreich (Paris, Straßburg) und Italien (Mailand, Rimini) sowie auf den World Travel Mart (London) bzw. German Travel Mart (jährlich wechselnd in einer deutschen Großstadt). Wer sich aus dem Ausland im Internet über den Schwarzwald informieren möchte, trifft auf drei verschiedenen Sprachversionen (www.schwarzwald-tourismus.info) nämlich auf niederländisch, französisch und englisch. Eher exotisch ist dagegen die Herausgabe eines Chinesischen Reiseführers, der speziell in der Mandarin-Sprache 2005 zusammen mit dem Elsass für diesen neuen Quellmarkt herausgegeben wurde.

4. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Nach einem abgestimmten Kommunikations- und Pressekonzept (nachzulesen unter www.redaktion.schwarzwald-tourismus.info) bietet die Schwarzwald Tourismus GmbH regelmäßige Pressemitteilungen und Aussendungen, Pressekonferenzen, Journalistenreisen, ein umfangreiches Bildarchiv und einen Internet-Presseservice für Journalisten an.

Die Pressestelle der STG beginnt ab März 05, mit dem regelmäßigen Versand von Pressemeldungen. Der Pressedienst mit thematischen Kurzmeldungen geht per Mail, Post und Fax an 620 Redaktionen und Journalisten im In- und Ausland. Die Meldungen finden sich auch unter www.presse.schwarzwald-tourismus.info. Dort werden auch Grundlageninfos in Niederländisch, Englisch Französisch veröffentlicht.

Themen der **Pressedienste**

März: ITB Pressemappe

April: Ferien mit der Familie, Frühsommer im Schwarzwald

Mai: Aktuelle Tipps: Kultursommer, Nordic-Walking, Wandern

Juni: Spiel und Spaß für Groß und Klein, Kultur

Juli: Schwarzwald mit Rad und Mountainbike, Kultur und sportliche Herausforderungen

August: Wandern über Höhenwege und sonnige Weinberge

September: Kulinarik/„Goldener Oktober“

Oktober: Advent

November/Dezember: Sport, Spaß und Schlittenfahrten; Wintersport

Bilder

Die Anzahl der Presse-Bilder, die auf www.presse.schwarzwald-tourismus.info unter Bilder & Logos in Themenordnern eingestellt sind, liegt bis Ende 2005 bei mehr als 450 Bildern. Viele Gemeinden, stellen der STG Fotos zur Verfügung. Angestrebt sind 300dpi Auflösung bei Bildgrößen von ca. 24 x 20 cm. Die Bilder stehen auf der Presseseite zum Download für redaktionelle Berichterstattungen über den Schwarzwald bereit. Gewerbliche Anfragen werden an den Urheber/Inhaber der Nutzungsrechte der Bilder weitergeleitet.

Pressereisen

Die Pressestelle koordiniert drei Varianten von Pressereisen. Die Reisen der STG in Kooperation mit Tourismus Marketing Baden-Württemberg (TMBW), Reisen der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), zuständig für ausländische Journalisten sowie Einzelreisen von deutschen Journalisten.

TMBW und DZT tragen bei diesen Pressereisen die Hotel- und Transportkosten, die STG plant und koordiniert die Programme und die Orte sind Kooperationspartner für die Programmgestaltung und die Verpflegungskosten.

2005 führt die STG zusammen mit der TMBW drei viertägige Pressereisen durch:

25. - 28. Mai, Musik und Bräuche im Schwarzwald

8 Journalisten, Seebach, Gengenbach, St. Blasien, Bernau, Bad Säckingen

23.-26. Juni 2005 Schwarzwald bewegt

Wandern, Nordic-Walking und Rad, 3 Journalisten

Belchen, Feldberg, Schiltach, VS-Villingen, „Landerleben“ rund um Freudenstadt, Bad Rippoldsau-Schapach

13.-16. Oktober 2005 50 plus- viel Genuss im Schwarzwald

10 Journalisten Karlsruhe, Rastatt, Bühl, Sulzburg, Staufen-Grunern, Staufen, Glottertal, Breisach (Taubergießen)

Vier Journalistenreisen wurden 2005 mit der DZT durchgeführt:

Journalisten aus Budapest: „Familienurlaub“. Sechs Teilnehmer. Stationen: Budapest, Stuttgart, Europa-Park, Freiburg, Sasbachwalden, Stuttgart/ ANWB Kampioen, Jurjen Drenth, Amsterdam, Holland: Familienferien/ Della Couling, London England, Zeitschrift "Opera Now": Rossini Festival, Bad Wildbad/ Paul Painter + Liz Vesey, Camping Magazin, London, England: Dornstetten, Bad Rippoldsau-Schapbach, Gutach, Wolfach, Simonswald, Kirchzarten, Titisee, Bräunlingen, Bad Dür rheim

Vier Journalisten-Einzelreisen der STG:

Antenne Brandenburg, Stefanie Unverdross, Berlin: Horber Ritterspiele/ Klaus Daams freier Journalist, Dortmund: Bad Wildbad und Bäderstrasse/ Astrid Johann, Fachjournalistin, Mainz: Rad, Mountainbike, Tour de France Rennrad-Magazin, München/ Klaus Tödt-Rübel: Rennradtouren im Kreis Calw

STG- Pressekonferenzen / Pressegespräche 2005

März: 11.-15. 03.: ITB

März: 21.03.: 17. Aufsichtsrats-Sitzung, Weingut Schloss Ortenberg, Pressekonferenz: „Strukturreform“

März: 22.03.: 1. Trinationaler Infotag für Touristinformationen, Europa-Park in Rust,

April: 18.04.: Präsentation der Broschüre „Städteerlebnis“ Schwarzwald, Weil am Rhein

April: 29.04.: Präsentation des Kataloges „TUI-Schwarzwald“ und „TUI-Schwarzwald Card“, Baden-Baden

Betreuung von Fernsehredaktionen

Fernsehanstalten wenden sich mit recht genauen Vorstellungen an die STG. Die Region und die Themen sind i.d.R. seitens des Fernsehens festgelegt. Die Pressestelle tritt als Mittler zwischen den Gemeinden und dem Fernsehen auf und koordiniert die Kontakte. Folgende Sendungen werden 2005 von der STG betreut:

1. France III Alsace, Strassburg: Schwarzwald-Hochstrasse, Bühl
2. Maran Film Baden-Baden: Location Suche für Spielfilm der ARD Arbeitstitel "Die Nonne und der Kommissar"
3. Film off company, Köln Sitten, Gebräuche, Traditionen
4. SWR, Landesschau, Karlsruhe: Urlaub auf dem Bauernhof
5. SWR Stuttgart, Treffpunkt: Brauchtum, Besondere Hochzeitsangebote
6. SWR Landesschau, Stuttgart: Rad

7. SWR Landesschau mobil, 05/06: Rothauser Land + Schluchsee
8. SWR Landesschau, Stuttgart: Familienferien
9. Kalif Medien GmbH, Blankenfelde: Triberg, Firma mit Kuckucksuhren, Dreh für Sender SBS Television, Australien
10. Bayerisches Fernsehen, Redaktion Fernweh (6 Drehtage), Wutachschlucht, Bonndorf Narrenstuben, ST. Peter Kloster, Sauschwänzlebahn, Hinterzarten Esche Alpersbach, Kappel-Grafenhausen Taubergießen, Gengenbach, Oberkirch, Schwarzwaldhochstraße
11. United Visions TV, Berlin: Bernau-Herzogenhorn, Titisee, Dreh für Mitteldeutscher Rundfunk und Deutsche Welle
12. Privatsender Caravaning TV: Badenweiler: Therme, Radfahren, Genuss München
13. Firma Fingado: Dreh für Wandern rund um den Belchen, Terra Nova, Privatsender

Kooperation von Schwarzwald Tourismus, City Night Line, Aktiv Radfahren, Bitou Bike Touren: Pressestelle und Marketingabteilung organisierten im Herbst (25. – 29.09.05) zusammen mit den genannten Partnern eine fünftägige Rad-Testfahrt „Quer durch den Schwarzwald“. Start Basel, Ende in Karlsruhe. Das Radmagazin „Aktiv Radfahren“ schrieb ein Gewinnspiel für sechs Testradler aus drei Regionen (Berlin, Hamburg, Ruhrgebiet) aus, CNL sponserte die Zugfahrt, die STG koordiniert die Reise und beteiligte sich finanziell an Unterbringungs- und Verpflegungskosten, Bitou leitete die Reise. Ein Redakteur von Aktiv Radfahren begleitete die Reise. Präsentation in Aktiv Radfahren.

Schwarzwaldklinik

Die berühmte Serie mit einem Millionenpublikum wurde 1984 gestartet. Sommer 2004 wurde ein Special zum 20-jährigen Jubiläum gedreht. Erstmals standen die Schauspieler der legendären Serie wieder gemeinsam vor der Kamera. Gedreht wurde an den Originalschauplätzen: die Außenaufnahmen vor dem Karlsbau in Glottertal, die heimischen Szenen im Heimatmuseum „Hüsli“ in Grafenhausen, die Klinik-Szenen in einem Krankenhaus in Titisee-Neustadt, weitere Außenaufnahmen an verschiedenen Plätzen im Schwarzwald. Über 14 Mio. Zuschauer sahen die am 20. Februar 2005 im ZDF ausgestrahlte Jubiläumssendung. Die Folge wurde wie zu Beginn vor 20 Jahren wieder intensiv von der STG unterstützt.

5. Innenmarketing

5.1 Funktionen und Aufgabenstellung

Die Schwarzwald Tourismus GmbH ist in erster Linie eine marktgerechte auf Außenmarketing ausgerichtete Gesellschaft, welche den Markt und damit den Gast in den Mittelpunkt ihrer Überlegungen stellt. Gleichzeitig muss jedoch sehr darauf geachtet werden, dass alle Aktivitäten und Aktionen sowie Projekte von möglichst allen Landkreisen, Städten, Landschaften, Tourismusgemeinschaften und Orten im Schwarzwald mitgetragen werden und dass die Schwarzwald Tourismus GmbH bei ihren Orten und touristischen Akteuren, auf eine hohe Akzeptanz trifft.

Hierzu ist es notwendig, besonders im Bereich der Innenkommunikation eine hohe Transparenz zu erzielen und Kommunikationsinstrumente zu schaffen, die einen regen Informationsfluss zwischen Schwarzwald Tourismus GmbH und den Akteuren ermöglicht.

Gleichzeitig müssen sich die Orte und Landschaften mit ihren unterschiedlichen Interessen, Wünschen und Themen in der Schwarzwald Tourismus GmbH gut aufgehoben wissen und einbringen können. Hierzu ist eine Basis, getragen von Vertrauen und Offenheit unerlässlich.

Der Informationsfluss von der Schwarzwald Tourismus GmbH hin zu den Orten darf keine Einbahnstrasse sein, sondern muss auch umgekehrt von den Orten hin zur Schwarzwald Tourismus GmbH gewährleistet sein. Dieses muss über zahlreiche Arbeits- und Profithemengruppen, über Beiräte und den Marketingausschuss sowie über Aufsichtsrat und politische Gremien und dezentrale Agenturen erfolgen.

Im Einzelnen sollen folgende Maßnahmen zur inneren Kommunikation und zum Innenmarketing durchgeführt werden:

➤ **Gebietsbetreuung**

Die Schwarzwald Tourismus GmbH unterhält in jedem Gebiet (Nord, Mitte und Süd) eine Geschäftsstelle mit Personal und einem Gebietsleiter, bzw. Gebietsleiterin. Diese Gebietsleiter betreuen und beraten auf Anfrage einer Mitgliedsgemeinde individuell, auf Bedarf vor Ort, zu allgemeinen touristischen Fragen und Kooperationsmöglichkeiten sowie Angebotsgestaltungsmöglichkeiten und Qualifizierungsmaßnahmen.

➤ **Persönliche Kooperationsberatung**

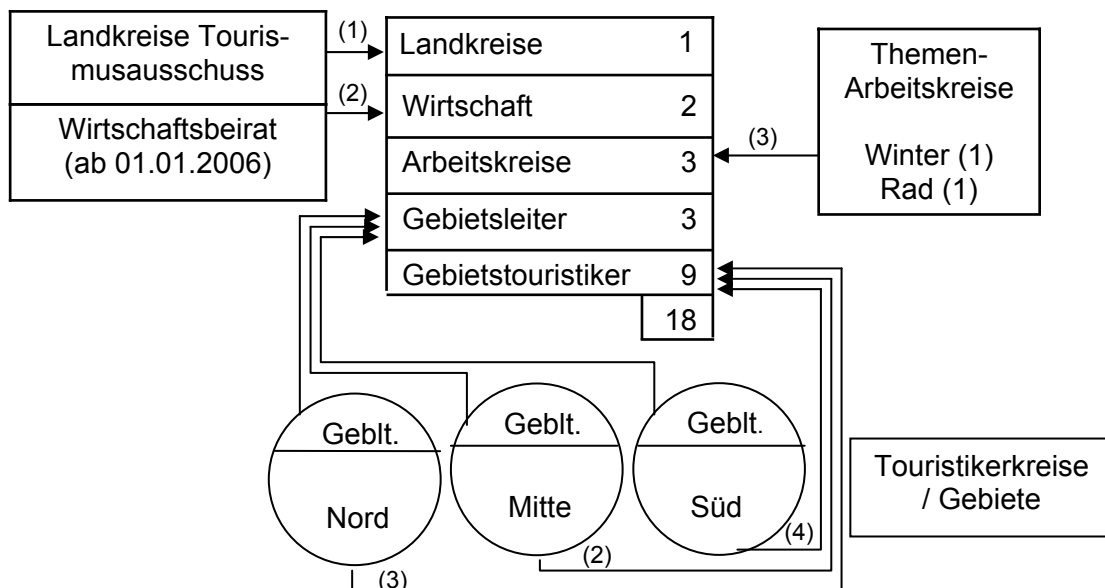
Die Schwarzwald Tourismus GmbH besucht künftig ihre Mitglieder regelmäßig mit persönlichen Besuchen vor Ort, um das touristische Marketing, die Kooperations- und Beteiligungsmöglichkeiten und die Zusammenarbeit zwischen dem Mitglied und der Schwarzwald Tourismus GmbH zu besprechen.

➤ **Schwarzwald Rundschreiben aktuell**

Alle Mitglieder erhalten von der Schwarzwald Tourismus GmbH ein Rundschreiben mit aktuellen Nachrichten über den Tourismus, allgemeine wichtige Informationen zur Region, Bund und Land sowie aktuellen Marketingmöglichkeiten für das Mitglied.

- **Arbeitskreise und Themenmarketing**
Die Schwarzwald Tourismus GmbH verwaltet, betreibt und fördert Themenarbeitskreise derzeit zu den Themen „Winter“, „Rad“, „Wandern“, „Städte“, zum Teil mit Unter-Interessengruppen, um das Angebot und die Werbung für diese Themen voranzutreiben und umzusetzen.
- **Destinationsschulung**
Die Schwarzwald Tourismus GmbH bietet jährlich drei bis vier Destinationsschulungen an, bei denen die Touristiker zum kennen lernen von Attraktionen und touristischen Angeboten der eigenen Region eingeladen werden.
- **Messeschulungen**
Die Schwarzwald Tourismus GmbH bietet regelmäßig Verkaufstrainings- und Messeschulungen für Counter-Personal und Führungskräfte auf Präsentationen an.
- **Angebotsverbesserung – Förderzuschüsse**
Die Schwarzwald Tourismus GmbH beantragt Förderprogramme des Landes, des Bundes und der EU für Projekte der Angebotsverbesserung, Qualifizierung und Weiterentwicklung (z.B. Premiumwanderweg Schwarzwald). Außerdem betreibt die Schwarzwald Tourismus GmbH Initiativen zur Umsetzung von Auszeichnungen und Zertifikaten und Klassifizierung von touristischen Angeboten. Zum Beispiel Servicequalität Baden-Württemberg, Deutsche Hotel-Klassifizierung, Klassifizierung von Privatunterkünften und Ferienwohnungen, Thematische Auszeichnungen wie „Wanderbare Beherbergungsbetriebe“, Auszeichnungen für Orte und touristische Produkte etc.
- **Lobbyarbeit**
Die Schwarzwald Tourismus GmbH vertritt die Interessen des touristischen Schwarzwaldes in allen wesentlichen Landes- und Bundesverbänden und gewährt damit den Informationsfluss auch zu den Mitgliedern.
- **Marktforschung**
Die Schwarzwald Tourismus GmbH untersucht die touristische Entwicklung im Schwarzwald und die wirtschaftlichen Auswirkungen des Tourismus.
- **Grenzüberschreitende Zusammenarbeit**
Die Schwarzwald Tourismus GmbH fördert die Grenzüberschreitende Zusammenarbeit „trinational“ (Schweiz, Frankreich, Deutschland) und regional (Bodensee, Schwäbische Alb). Die Schwarzwald Tourismus GmbH ist hier in allen wichtigen Gremien vertreten und sorgt für den Informationsfluss bis hin zu den Mitgliedern.
- **Gremienarbeit**
Die Schwarzwald Tourismus GmbH betreibt die Tourismuspolitik und das Tourismusmarketing für den Schwarzwald in seinen Gremien voran. Hier haben die Mitglieder die Möglichkeit in der Gesellschafterversammlung, im Aufsichtsrat, im Marketingausschuss, in den Tourismus-Expertenkreisen und den Arbeitskreisen mitzuarbeiten. Hier werden die Grundzüge der Tourismusarbeit für den Schwarzwald festgelegt.

Schaubild 5: Organigramm Zusammensetzung Marketingausschuss



➤ **Beratung von Leistungsträgern**

Die Schwarzwald Tourismus GmbH veranstaltet und unterstützt Veranstaltungen, welche Beratung von Leistungsträgern (Beherbergungsbetriebe, touristische Attraktionen etc.) zum Inhalt haben. Teilweise werden die Betriebe auch individuell beraten.

5.2 Themenbearbeitung und Arbeitskreise

Arbeitskreise bearbeiten ein spezielles touristisches Thema oder Projekt. Sie arbeiten selbständig unter der Koordination der STG nach deren Rahmenbedingungen. Diese Rahmenbedingungen sind:

- Die Anpassung an die Erscheinungsbildvorgaben der STG
- Die Redaktion und Herausgebertätigkeit von Veröffentlichungen der Arbeitskreise liegt ausschließlich bei der STG oder deren Beauftragten
- Arbeitskreise oder deren Sprecher dürfen keine öffentlichen Erklärungen ohne die Einwilligung der STG tätigen.
- Die Pflicht alle gesammelten Informationen zur Informationsbereitstellung an den Gast der STG zur Verfügung zu stellen.
- Vorrangige Aufgabe eines Arbeitskreises ist die Erstellung einer Themenbroschüre und/oder die Contentbearbeitung für den Internetauftritt der STG. Themenpool Arbeitskreise erarbeiten darüber hinaus ein Themenbezogenes Qualitätsmanagement und arbeiten an innovativen Themenangeboten.
- Mitglieder von Arbeitskreisen erfahren bei der Themenbearbeitung besondere Aufmerksamkeit, dürfen jedoch thematisch zugehörige Inhalte von Nicht-Mitgliedern nicht unterdrücken.
- Die Mitglieder der Arbeitskreise arbeiten ehrenamtlich.

Die drei Arten von Arbeitskreisen:

1. Arbeitskreis mit Themenpool

Diese Arbeitskreise werden hauptsächlich zur Begleitung der Pro-

filssäulen innerhalb des Marketingkonzepts agieren. Sie sind am stärksten strukturiert, haben eine Satzung und einen jährlichen Finanzbeitrag über dessen Verwendung sie selbständig entscheiden.

- **Mitgliedskriterien**
Der Themenpool Arbeitskreis gibt sich bindende Mitgliedskriterien, deren Einhaltung von der STG überwacht werden.
- **Finanzen**
Poolmitglieder zahlen einen Poolbeitrag. Dieser Jahresbeitrag wird durch den Arbeitskreis selbst festgelegt

2. Arbeitskreis Thema

Diese Arbeitskreise haben keinen eigenen Finanzpool. Sie dienen dem Informationsaustausch und der Informationssammlung sowie einer thematischen Interessensvertretung. Die zu erstellenden Medien werden i.d.R. über Verlage nach den Vorgaben der STG hergestellt (Verlagswerke).

- Informations-, Austausch- und Interessenforum zu spezifischen touristischen Themen
- Gemeinsame themenspezifische Informations- und Angebotsaufbereitung
- Durchführung gemeinsamer Themenprojekte
- Gemeinsame Werbe- und Kommunikationsplattform für thematische Angebote
- Qualitätssteigerung des eigenen und gemeinsamen Angebots
- Thematische Marktpositionierung
- Stärkung der gemeinsamen Dachmarke „Schwarzwald“

3. Arbeitskreis Projekt

Diese Arbeitskreise werden zu speziellen Projekten eingerichtet und lösen sich nach Erreichung der Projektziele wieder auf.

Schaubild 6: Übersicht über Merkmale der Arbeitskreise

	1. Themenpool	2. Thema	3. Projekt
Satzung	JA	optional	NEIN
Teiln. Kriterien	JA	NEIN	NEIN
Dauer	permanent	permanent	temporär
Jahresbeitrag	JA	NEIN	NEIN
Medien	STG	Verlag	
Eigenständigkeit	JA	bedingt	bedingt
Vorsitzender	JA	JA	optional

Möglichkeiten der Mitgliedschaft

Mitglied eines Arbeitskreises können grundsätzlich alle (indirekten) Verbandsmitglieder der Schwarzwald Tourismus GmbH bzw. deren Gesellschafter werden. Es müssen im Einzelnen folgende Voraussetzungen erfüllt werden:

- Satzungskonformer Beitritt unter Erfüllung der Beitrittskriterien
- Bereitschaft zur Entrichtung eines finanziellen Poolbeitrages

Leistungen für Nicht – Mitglieder:

Arbeitskreise sind keine „Closed shops“. Wenn ein Ort die Kriterien nicht erfüllt, kann er an der Erfüllung der Kriterien arbeiten und später beitreten. Die Angebote von Nichtmitgliedern werden in den entsprechenden Publikationen der STG gegen entsprechende Eintragsgebühren mit veröffentlicht.

5.3 Wandern

Themenbearbeitung aus den Arbeitskreisen

Der Arbeitskreis wurde 2003 eingerichtet. Der Arbeitskreis besteht aus 29 Mitgliedern und verfügt über ein Budget von rund 30.000 €. Ein detaillierten Steckbrief zu den Arbeitskreisen befinden sich in der Anlage unter 8. Es werden bis 2006 folgende Punkte durchgeführt bzw. begonnen.

2003/2004

- Herausgabe einer Wanderbroschüre mit dem Wandermagazinverlag, Prospekt ist auch als Beileger in jedem Wandermagazin
- Unterstützung bei der Herausgabe eines Schwarzwald Wanderatlases
- Schaltung von Sonderseiten im Wanderatlas zum Thema Nordic-Walking.

2005/2006

- Beschluss zum Start eines Projektes zum Thema Premiumweg Westweg
- Beschluss zur Gründung und zum Beitritt zu der Bundesarbeitsgemeinschaft TOP-Trails zur Vermarktung der besten Wanderwege Deutschlands
- Teilnahme an der Fachmesse Tour Natour in Düsseldorf
- Neuauflage der Wanderbroschüre im Eigenverlag
- Herausgabe eines Nordic-Walking Prospekts
- Klassifizierung der Beherbergungsbetriebe nach den Kriterien „Wanderbares Deutschland“

Der Schwarzwald übernimmt die Marktführerschaft zum Thema Wandern in den deutschen Mittelgebirgen. 2006 ist der Schwarzwald diesem Ziel ein ganzes Stück näher gekommen. Von den Lesern des Fachmagazins Outdoor ist er auf Platz 2 der besten Wandergebieten gewählt worden. Die Gemeinde Schluchsee wurde zum besten Wanderort gekürt und in der Profilstudie zum Wandern ist der Westweg als einer der besten Wanderwege Deutschlands beschrieben worden.

Projekt Qualitätswanderweg Westweg

Im Jahr 2004 wurde das Projekt von der STG initiiert und im Frühjahr 2005 mit der Unterstützung begonnen. Ziel ist es, den Westweg zum besten Wanderweg Deutschlands zu machen. Grundlage hierfür ist die Umsetzung der Erkenntnisse moderner Wanderbedürfnisse. Diese Erkenntnisse sind in Bewertungskriterien zur Beurteilung von Wanderwegen eingeflossen, die unter Beteiligung des STG-Geschäftsführers auf Bundesebene vom Deutschen Wanderverband und des Deutschen Tourismusverbandes erarbeitet wurden. Die STG hat die Erfüllung dieser Kriterien auf dem Westweg durch die Begehung durch eine Studentengruppe im Herbst 2004 überprüfen lassen. Dabei wurden deutliche Qualitätsmängel festgestellt. Daraufhin ist es gelungen, den Schwarzwaldverein als Partner für ein Projekt zur Qualitätsverbesserung zu gewinnen. Im Frühjahr 2005 wurde ein Westwegfonds gegründet in dem von 66 Westweg-Gemeinden 33 Mitglieder wurden. Die Fondsmittel werden für bauliche Maßnahmen am Weg eingesetzt um beispielsweise breite Forstwege auf schmale naturbelassene Pfade zu verlegen. Das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg hat ein 50%igen Zuschuss für eine ½ Million Euro schwere Marketingoffensive zum Westweg genehmigt. Damit setzt die STG die Zertifizierung, eine thematische Beschilderung, ein neues Logo, neue Werbe- und Kartenmaterialien und eine Qualitätskampagne bei den Gastgebern entlang des Westweges um.



5.4 Radfahren

Themenbearbeitung aus dem Arbeitskreis

Der Arbeitskreis Rad wurde im Sommer 2002 eingerichtet. Der Arbeitskreis besteht aus 27 Mitgliedern und verfügt über ein Budget von rund 27.000 Euro. Bis zum Jahr 2005 wurden folgende Projekte durchgeführt bzw. begonnen:

- 2002 – 2004 Beteiligung an der Fachmesse Eurobike in Friedrichshafen
- Beteiligung am Fahrradmarkt in Nürnberg
- Durchführung des Projektes virtuelle Mountainbike Touren, ein Projekt, welches durch die Fachhochschule Furtwangen umgesetzt wurde und insgesamt 12 Mountainbike Touren im gesamten Schwarzwald, sowohl auf einer dreidimensionalen Karte darstellt als auch mit Bildern Videos und Panoramarundblicken im Internet erlebbar macht. Durch die Realisierung des Projektes erhielt Furtwangen den Technik Award 2004 der Deutschen Fachhochschulen.
- Unterstützung der Deutschland Tour mit Werbekarawane-Beteiligung, Trikotunterstützung und Beteiligung an einem Sponsorenpaket. In der Folge gastiert die Deutschland Tour jedes Jahr im Schwarzwald.
- Konzeption und Herausgabe einer Radbroschüre
- Beteiligung auf Publikumsmessen wie der CMT
- Im Jahre 2004 - 2005 Herausgabe und Veröffentlichung eines Mountainbike Prospektes
- Beilage eines Mountainbike Prospektes in den wichtigsten Fachmagazinen Deutschlands
- Auflage und Herausgabe einer Rennradkarte
- Gewinnung des Kooperationspartners Centurion Merida, einer

der größten Radhersteller der Welt, mit einem jährlichen Kooperationsvolumen von 16.000 Euro

- Auflage und Herausgabe von frechen Motivpostkarten zur kostenfreien Herausgabe in Restaurants und Kneipen (Citycards)
- Ausbau und Überarbeitung des Internetauftrittes mit Einstellungen von GPS downloadfähigen Daten
- Herausgabe eines E-Mail und internetbasierten Newsletter spezielle für Mountainbikefahrer, welche monatlicher erscheinen
- Beteiligung am Bikefestival in Willingen im Sauerland
- Beteiligung an der Tour Natur, Fachmesse für Wandern und Radeln
- Beschluss zur Umsetzung des Projektes Schwarzwald Bike Crossing, längste Mountainbikecrossingstrecke der Welt

Mountainbike Crossing Schwarzwald

Im Rahmen der umfangreichen Ausweisung und Ausschilderung von Mountainbikestrecken im Naturpark Südschwarzwald und Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord entstand die Idee eine Bike Crossing Route durch den gesamten Schwarzwald von Nord nach Süd auszuweisen. Diese ausgeschilderte Bike Crossing Route soll über 500 Kilometer von Pforzheim nach Bad Säckingen führen. Damit ist diese Crossing Strecke die längst Europas. Geplant ist ebenfalls eine Verbindung zur parallel entwickelten Schäbischen Alb Crossing Route mit einer Länge von 300 Kilometern. Beide Strecken zusammen ergeben mit 800 Kilometern Länge die längste Mountainbike Crossing Route der Welt. Im September 2006 wird die Route im Schwarzwald erstmals komplett beschildert sein und durch eine von der STG durchgeführten Presse-reise auf der neuen Mountainbike Crossing Route erstmal befahren werden. Im Frühjahr 2007 wird eine feierlicher Eröffnung und die Verbindung zur Schwäbischen Alb stattfinden. Zur Zeit wird für die Crossing Strecke ein Roadbook und Kartenmaterial erstellt.

5.5 Winter

Themenbearbeitung aus dem Arbeitskreis

Der Arbeitskreis wurde 1999 eingerichtet, besteht aus 17 Mitgliedern und verfügt über ein Budget von insgesamt 23.600 Euro. Es wurden bis 2005 folgende Projekte durchgeführt bzw. begonnen:

- 2002 – 2004 Konzeption, Auflage und Herausgabe einer Winterbroschüre, welche die Angebote der Wintersportorte enthielt
- Radiowerbung über die aktuellen Wintersportangebote unter anderem in Radio Antenne 1
- Werbeanzeigen und Anzeigenkollektiv in der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung und in den Fachmagazinen für nordischen und alpinen Wintersport
- Festsetzung der Kriterien eines Wintersportortes
- Baumaßnahmen für die Modernisierung von Wintersport
- Einrichtungen zur Einreichung beim Lenkungsausschuss des Landes
- Begleitung des Wintersportkonzeptes der Deutschen Sporthochschule
- Herausgabe eines Wintersportprospektes als Beileger für Fachmagazine

- Einrichtung und Umsetzung eines Internetwintersportauftrittes mit interaktiver Karte und aktuellem Wintersportbericht
- Herausgabe der SchwarzwaldCard Winter als erste europäische All-Inclusive Erlebniskarte

Der Schwarzwald gilt als Wiege des organisierten Wintersportes. Hier wurde der erste Skiclub gegründet, die ersten Skier gebaut und der erste Skilift in Betrieb genommen. Besonders die nordischen Wintersportler haben sensationelle Erfolge gefeiert. Angefangen mit Georg Thoma über Dieter Thoma bis hin zu Martin Schmitt und Sven Hannawald. Besonders stolz ist der Schwarzwald auf die jüngsten Erfolge von Georg Hettich. Mit den Trainingsstandorten im Schwarzwald verfügt der Wintersport über eine hervorragende sportliche Zukunft. Der Schwarzwald Tourismus will sich weiterhin mit dem Thema Wintersport profilieren und wird sich in Zukunft neben dem alpinen Wintersportmöglichkeiten vor allem auch den nordischen Wintersportmöglichkeiten widmen. Mit den Naturparks zusammen sollen neue Langlauf-Loipen und Schneeschuhtourenkarten aufgelegt und herausgegeben werden.

5.6 Themenbearbeitung sonstige Themen

Gesund und Fit

Wellness ist das Schlagwort und der Megatrend der Zeit. Wellnessangebote und Pauschalen werden über die Schwarzwald Tourismus GmbH in ihren Printmedien und im Internet angeboten. Die Broschüre „Wellness Stars“ des Heilbäderverbandes Baden-Württemberg (HKM) enthält 44 Hotels des Landes mit strengen Kriterien zur Klassifizierung der Wellnessangebote. Davon liegen 34 der ausgezeichneten Häuser im Schwarzwald. Auch die Mehrzahl der Thermen (der Schwarzwald verfügt insgesamt über 12 prädikatisierte Heilbäder, welche mit klassierten Medicalwellnessbetrieben ausgezeichnet sind) liegen in der Region Schwarzwald. Bei dem Thema Gesund und Fit arbeitet der Schwarzwald mit dem Heilbäderverband Baden-Württemberg zusammen. Hier wird noch in 2006 eine Kooperationsvereinbarung geschlossen, die zu einer engen Abstimmung der Marketingaktivitäten führt. Geplant ist darüber hinaus ein Projekt „Heilklima und Thermalwasser“, welches die Besonderheiten des Schwarzwaldes in der unmittelbaren Nähe von Höhenklima und Thermalbädern widerspiegeln soll.

Städteerlebnis

Seit dem Jahr 2004 existiert ein Themenarbeitskreis „Schwarzwald Städte“. Unter anderem wurden von diesem Arbeitskreis eine Städte Erlebnisbroschüre konzipiert und fachlich begleitet. Sie gilt als Planungshilfe für attraktive Kurzreisen: Kultur, Kunst, Shopping und Festivals. Die Broschüre wendet sich an die Zielgruppe der Tagesausflugsgäste, der Busgruppen und der ausländischen Nachbarn. Sie ist in Englisch, Französisch und Deutsch gehalten. Der Vorsitz der Arbeitsgruppe liegt bei Frau Daniela Heim aus Weil am Rhein.

5.7 Grenzüberschreitende Zusammenarbeit

Die Lage der Ferienregion Schwarzwald im Dreiländereck zur Schweiz und zu Frankreich bringt eine traditionelle enge Zusammenarbeit mit Frankreich und der Schweiz mit sich. Hier hat es in der Vergangenheit zahlreiche Tourismusprojekte, meist im Zusammenhang mit dem Interreg EU Programm gegeben. Eines der wesentlichen Dachgremien für die grenzüberschreitende Zusammenarbeit ist die Oberrheinkonferenz. Im Bereich der Oberrheinkonferenz fanden 2003 insgesamt 27.000.000 Übernachtungen statt, wobei die Struktur der Übernachtungsgäste in der Nordwest Schweiz, im Elsass und im Schwarzwald sehr unterschiedlich verteilt ist. Die Aufenthaltsdauer beträgt im Schwarzwald 3,2 Tage, im Elsass 2,2 Tage und in der Nordwest Schweiz 2,5 Tage. Mit 57% hat der Schwarzwald den größten Anteil der Übernachtungen.



Tab. 12 Ankünfte und Übernachtungen gewerblich Nordwest Schweiz, Elsass, Schwarzwald 2003

Region	Ankünfte im Mio.	Übernachtungen in Mio.	Durchschnittliche Aufenthaltsdauer
Schwarzwald	4,82	15,28	3,2
Elsass	4,29	9,42	2,2
Nordwest Schweiz	0,91	2,32	2,5
Gesamt	10,02	27,02	2,7

Unterhalb der Oberrheinkonferenz gibt es touristische Arbeitskreise in dem Gebiet TRIRHENA (Südelsass, Nordwest Schweiz, Südschwarzwald) und der Raumschaft Pamina, (Nordelsass, Mittelbaden, Pfalz). Außerdem existiert Richtung Bodensee in der Region der südöstlichen Schwarzwaldlandkreise und der Schweiz die Randen Kommission Die STG ist an zahlreichen Projekten, Gremien und Arbeitskreisen beteiligt:

- Mitglied der Route Verte / Grüne Straße
- Michelin Führer, der grüne Führer zu der Region Schwarzwald / Elsass
- ADAC Motorradkarte, Motorradtouren durch Schwarzwald und Elsass, Redaktionelle Begleitung und Vertrieb
- Trinationaler Informationstag am 22.03.2005 in Rust, dieser Tag wurde zusammen mit der ADT, dem Europa Park und der STG veranstaltet. Eingeladen waren Hunderte von Counter-Mitarbeitern und Touristinformationen zum Info-Austausch
- Tour de France 08. - 10.07.2005 gemeinsame Kooperation, Veranstaltungskalender und Infobroschüre mit der ADT im Elsass

- Interreg-Programm Habsburgerstraße, Mitgliedschaft und Projektführerschaft lagen bei der STG
- Flug-Incoming am Euro-Airport Basel-Mulhouse/Freiburg, Werbung von Billigflug-Angeboten und Beteiligung am Informationscounter am Flughafen für Fluggäste, gemeinsame Werbung, Einspeisungen von Veranstaltungen und Informationen in das Trirhena Internetportal, Beteiligung an zahlreichen Maßnahmen ab 2006 mit ca. 10.000 Euro jährlich.
- Dreilandkongress 2006 mit Veranstaltung des Touristischen Angebotes, Kooperation mit der CRT, Colmar mit der Betreuung von Grenzüberschreitenden Presseprojekten
- Sammlung und Auswertung von Marktforschungsergebnissen, Ankünften, Übernachtungen und touristischen Entwicklungen in Zusammenarbeit mit der CRT, Colmar
- Mitgliedschaft in der Expertenkommission, Oberrheinkonferenz unter Vorsitz von Jean Klinkert (ADT Colmar)
- Beteiligung, Programmgestaltung anlässlich der Grenzüberschreitenden Landesgartenschau 2005 in Straßburg-Kehl
- Interreg Projektpartnerschaften zu den Projekten mythische Orte, Rhin Vivant und Dreiländer Drei Brücken

Für das Jahr 2007 ist ein gemeinsames Interreg Projekt zum Thema Badische und Elsässische Weinstraße in Vorbereitung.

5.8. Qualitätsmanagement

Im gesättigten Tourismusmarkt wird es immer wichtiger durch ein perfektes Urlaubserlebnis Gäste zu begeistern und zu gewinnen. Qualität heißt nicht nur 4 und 5 Sterne Angebote, sondern Qualität bedeutet hier, Qualität auf allen Ebenen und entlang der gesamten touristischen Dienstleistungskette zu bieten. Dabei kommt es nicht nur auf die Ausstattungsgüte an, sondern auch auf die Servicequalität an.

Serviceinitiative Schwarzwald

Bereits vor 7 Jahren wurde im Südlichen Schwarzwald die Serviceinitiative geboren und im Nördlichen Schwarzwald eine Serviceoffensive mit Seminaren angeboten. Die Serviceinitiative Schwarzwald bietet seit 2003 für den gesamten Schwarzwald einheitliche zielgruppenorientierte Seminare für touristische Dienstleister, die ihre Servicequalitäten in unterschiedlichen Bereichen verbessern und verstärken wollen. Die Schwarzwald Tourismus GmbH bietet jährlich mit der Serviceinitiative rund 60 Seminare an. Die Seminare sind dabei sehr kostengünstig, da sie mit Mitteln der EU (ESF Programm) und durch das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg gefördert werden. Im Frühjahr des Jahres 2006 konnte der 3.333igste Seminarteilnehmer begrüßt werden. Es war der bekannte Gastronom Karl Kunz, Hotelier des Landidyll Hotels Zum Kreuz im Glottertal. Er hat mit weiteren Teilnehmern das Serviceinitiativseminar „Tradition und Geschichte in touristischen Betrieben“ teilgenommen. Darüber hinaus bietet die Serviceinitiative Freundlichkeitskampagnen, wie die Sonnenblumenaktion im Jahr 2004, die im Sommer mit Tausenden von Sonnenblumen Feriengästen beschenkt hat, oder die Qualitätschecks der Touristinformation von Schwarzwaldorten. Die Serviceinitiative ist erfolgreich, was sich schon daran zeigt, dass 2/3 der zertifizierten Qualitätsbetriebe des Landes Baden-Württemberg im Schwarzwald beheimatet sind. Das Zertifizie-

runssystem des Landes Baden-Württemberg wurde zwischenzeitlich von 10 weiteren Bundesländern übernommen.

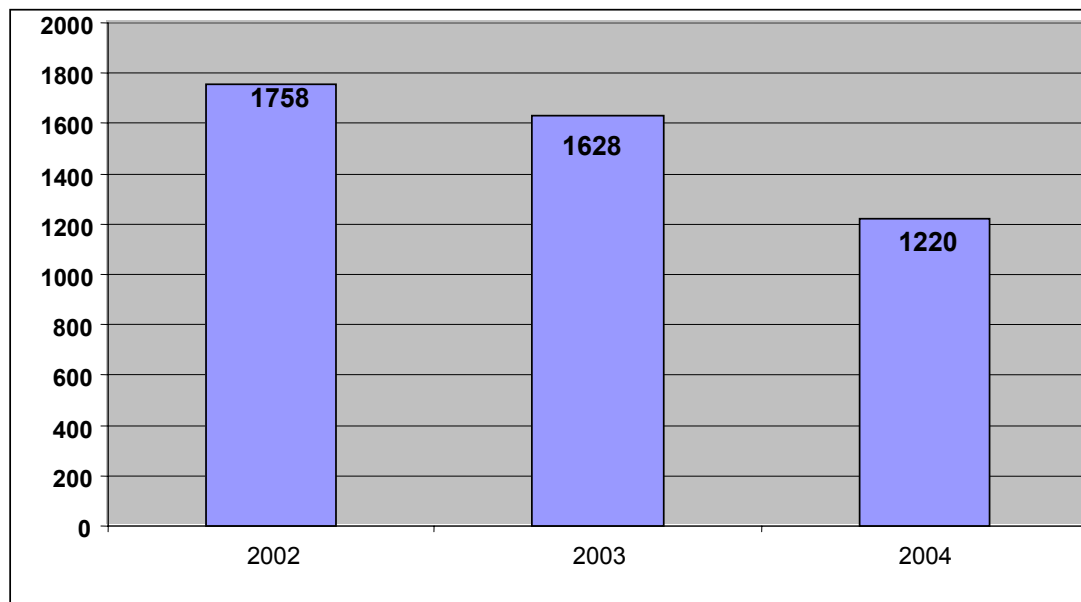
Ausstattungszertifizierungen und Klassifizierungen

Die Schwarzwald Tourismus GmbH berät und unterstützt seine Orte im Bezug auf die Deutsche Hotelklassifizierung und die neue G-Klassifizierung des DTV. Hierzu fanden gemeinsame Seminare und Workshops mit Gastronomen statt. So zum Beispiel das Gastgeberseminar, welches im Oktober des Jahres 2005 mit 100 Gastronomen im Landratsamt in Villingen-Schwenningen stattgefunden hat. Die STG berät und unterstützt ihre Mitgliedsorte bei der DTV-Klassifizierung für Privatvermieter, bei der Campingplatzklassifizierung und für thematische Auszeichnungen wie Bed&Bike, Viabono, Familienferien sowie bei der Aktion Wanderbares Deutschland.

6. Incoming, Reservierung, Zentrale Zimmervermittlung

Der Bereich Incoming umfasst vor allem die Zusammenarbeit mit den Reiseveranstaltern auf der einen Seite und Gastgebern auf der anderen Seite. Seit dem 01.01.2006 ist dieses Aufgabengebiet komplett neu geordnet und der Geschäftsstelle in Villingen zugeordnet worden. Zuvor war seit dem Jahr 2004 der Tourismus Südlicher Schwarzwald e.V. auch als zentrale Zimmervermittlung für den Nördlichen Schwarzwald mit zuständig und die Mittlerer Schwarzwald Tourismus GmbH für den Bereich des Mittleren Schwarzwald als eigenständige zentrale Zimmervermittlung am Markt platziert. Das Aufgabengebiet umfasst Individualbuchungen im Bereich der zentralen Zimmervermittlung, Gruppenbuchen, sowie das Angebot von Eigenpauschalen, Bei- und Gruppenprogrammen, die bis zum Jahr 2005 vom Südlichen Schwarzwald aus organisiert worden sind. Die Ausgangssituation der Systeme war so strukturiert, dass die Touristik Nördlicher Schwarzwald über keine zentrale Zimmervermittlung verfügte und auch kein einheitliches System unterhielt: Die Mittlerer Schwarzwald Tourismus GmbH arbeitete mit dem System Deskline, der Tourismus Südlicher Schwarzwald mit dem System Darwin von Feratel, die Schwarzwald Tourismus GmbH hatte zwar ein Online-Unterkunftsverzeichnis im Internet, jedoch ohne Reservierungsmodul. Der Bereich der Zentralen Zimmervermittlung war in den letzten Jahren gekennzeichnet von erheblichen Einbrüchen und Rückgängen. Die Buchungen und Buchungsumsätze sowie die Provisionseinnahmen sind in den letzten 3 Jahren um ca. 30 % zurückgegangen.

Grafik 13 Anzahl der Buchungen der ZZV Südschwarzwald 2002-2004



Gleichzeitig ist festzustellen, dass im Bereich der Gruppen- und Pauschalangebote sowie der Eigenpauschalen Zuwächse zu erzielen sind. So stieg beispielsweise im Gruppen- und Pauschalengeschäft des Tourismus Südlicher Schwarzwald im Jahr 2004 auf 2005 von 32.000 € auf 52.000 € Einnahmen. Ab dem Jahr 2006 wurde dann für den Gesamtschwarzwald ein neues Reservierungssystem eingeführt und mit einer neuen Strategie ausgerichtet. Die Strategie basierte auf folgenden Grundüberlegungen:

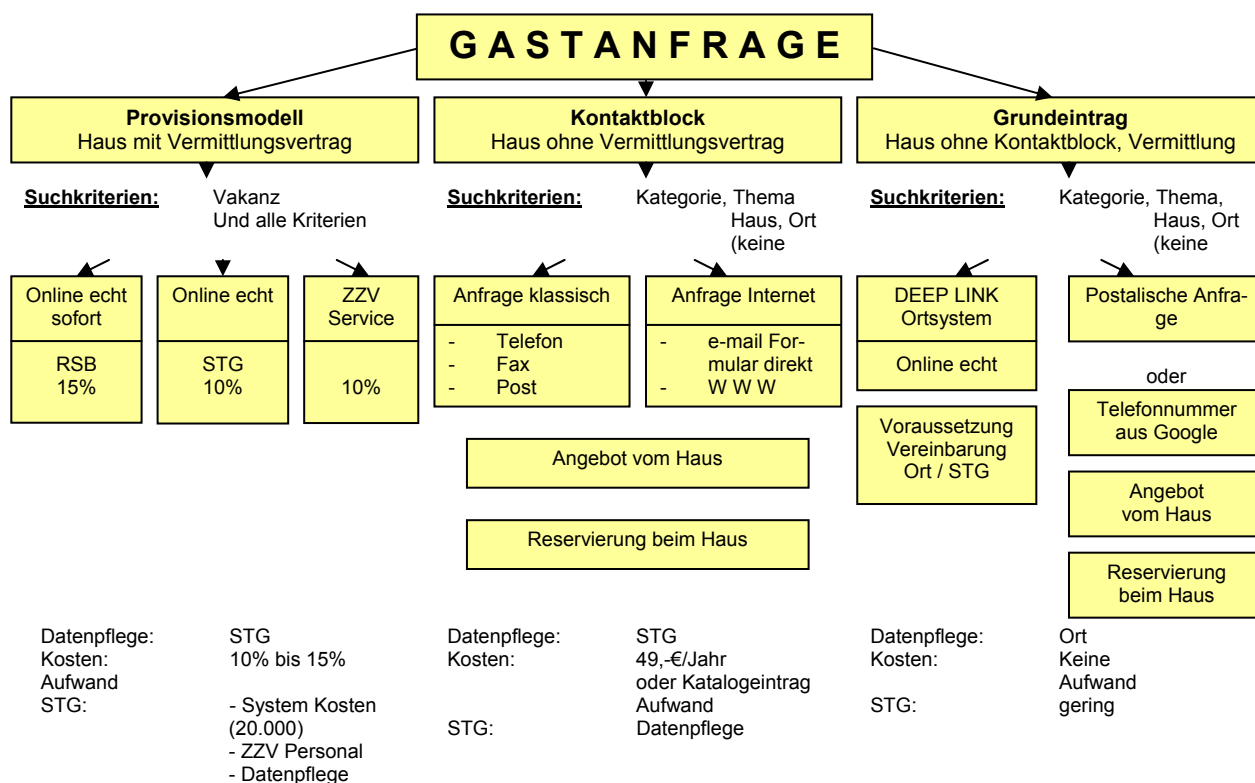
- Die Reservierungen im Individualbuchungsbereich einer Zentralen Zimmervermittlung gehen kontinuierlich zurück, dies liegt daran, dass die Gäste zunehmend das Internet als Informations- und Reservierungsquelle nutzen und bei den Betrieben direkt buchen.
- Die Prozesskosten für die Pflege der Vakanzdaten von Beherbergungsbetrieben ist in den herkömmlichen Systemen personalintensiv und teuer
- Bedarf besteht im Bereich Gruppen, Gruppenbeiprogramme und Eigenpauschalen. Daher ist dieser Bereich auszubauen.
- Im Schwarzwald wurden zwei unterschiedliche Reservierungssysteme betrieben, die nicht Internet-basiert sind. Diese Systeme werden mit insgesamt 30.000 Euro Systemkosten jährlich hoch bezahlt.
- Eine echte Onlinebuchbarkeit bei den im Katalog eingetragenen Buchungsbetrieben ist nur in sehr eingeschränkten Maße gegeben, da der größte Anteil der Betriebe seine Verfügbarkeit über das ganze Jahr auf Null stellt.

Deshalb wurde zum Jahr 2006 der Ansatz geändert:

- Der heutige Feriengast für den Schwarzwald möchte größtenteils direkt mit dem Beherbergungsbetrieb in Kontakt treten und direkt buchen.
- Der Buchungskatalog wird ersetzt durch einen Gastgeberkatalog mit Adressen und Kontaktmöglichkeit direkt zum Vermieter.
- Die teuren Reservierungssysteme werden ersetzt durch ein Reservierungsmodul, das bereits vorhandene Online-Unterkunftsverzeichnis Toubiz.
- Prozesskosten werden minimiert durch ein internetbasiertes Vakanz- und Preispflegemodul, welches die Vermieter direkt bedienen können.
- Konzentration und Ausbau des profitablen Gruppen und Eigenpauschalengeschäfts
- Zusätzliche Einnahmen durch betriebliche Werbepartner ohne Provision (Kontaktblockgebühr, Gastgeberkatalogeintragsgebühr)
- Wiederaufnahme und Stärkung des Reisebürogeschäfts

Innerhalb des Jahres 2005 haben die Orte von der kostenfreien Möglichkeit der Einstellung ihrer Gastgeber gebrauch gemacht, so dass am Ende des Jahres 2005, 8.600 Betriebe in das System eingestellt waren. Für 2006 hatten damit die eingestellten Betriebe die Möglichkeit die Intensität ihrer Zusammenarbeit mit der Schwarzwald Tourismus GmbH selbst zu bestimmen. Sie konnten weiterhin mit einem kostenfreien Grundeintrag für Ihr Haus werben, diesen Grundeintrag jedoch auch mit einem Kontaktblock ergänzen, der Angabe ihrer eigenen E-Mailadresse und Telefonnummer. In der dritten Intensitätsstufe konnte das Provisionsmodell mit der STG gewählt werden. Wer das Provisionsmodell gewählt hat, sollte seine Vakanz und Kontingente über das Internet selbst pflegen. Für das Provisionsmodell fiel eine Provision von 10% bzw. 15% Reiseprovision an.

Schaubild 7: Online Reservierungsmodell Schwarzwald ab 2006



Von Januar bis September 2005 haben nahezu 500.000 Gastgeberaufrufe im Internet stattgefunden, was einer durchschnittlichen Rate von 50.000 Besuchern pro Monat entspricht. 700 Betriebe haben einen Kontaktblock im Internet eingestellt, davon haben 450 Betriebe einen Eintrag im Gastgeberkatalog gewählt. Bis Mitte des Jahres 2006 ist festzustellen, dass der von der STG erstellte Businessplan zum Thema Reservierung aufgegangen ist.

7.0 Personen und Gremien

7.1 Gesellschafterversammlung

Vorsitzender:

Bürgermeister Heinz Hornberger (seit 2005)
Landrat Jochen Glaeser (2002 – 2004)

Vertreter der Gesellschafter und Sonstige:

Landrat Karl Heim, Schwarzwald-Baar-Kreis (2002-2005)
Landrat Klaus Brodbeck, Ortenaukreis (2002 – 2005)
Landrat Dr. Wolf Rüdiger Michel, Rottweil (seit 2006)
Landrat Jochen Glaeser, Breisgau-Hochschwarzwald
Bürgermeister Heinz Hornberger, Waldachtal
Geschäftsführer Christopher Krull

7.2 Aufsichtsrat und Marketingausschuss

Aufsichtsrat:

Vorsitzender:

Landrat Jochen Glaeser, Breisgau-Hochschwarzwald (seit 2005)
Landrat Klaus Brodbeck, Ortenaukreis (2002 – 2004)

Stellvertretender Vorsitzender

Bürgermeister Heinz Hornberger, Waldachtal
Landrat Karl Heim, Schwarzwald-Baar-Kreis

Mitglieder

Landrat Peter Dombrowsky, Freudenstadt
Landrat Hans-Werner Köblitz, Calw
Landrat Dr. Werner Hudelmaier, Rastatt (2002 – 2005)
Claus Haberecht, Rastatt (seit 2005)
Achim Rummel, Pforzheim
Brigitte Goertz-Meissner, Baden-Baden
Landrat Manfred Authenrieth, Rottweil (2002 – 2005)
Landrat Dr. Wolf Rüdiger Michel, Rottweil (seit 2005)
Dr. Hans Rüdiger Schewe, Donaueschingen (2002 – 2005)
Dieter Fritz, Donaueschingen (seit 2005)
Bürgermeister Dieter Klotz, Ottenhöfen,
Dr. Bernd Dallmann, Freiburg
Bürgermeister Hansjörg Eckert, Hinterzarten
Dr. Norbert Nothhelfer, Grafenhausen-Rothaus (2002 – 2005)
Dr. Thomas Schäuble, Grafenhausen-Rothaus (seit 2005)
Rolf Rubsamen, Bad Krozingen
Bürgermeister Andreas Wießner, Todtnau
Landrat Dr. Bernhard Wütz, Waldshut-Tiengen
Bürgermeister Manfred Groh, Karlsruhe (seit 2006)
Reiner Müller, Pforzheim (seit 2006)
Bürgermeister Fritz Link, Königfeld (seit 2006)

Bürgermeister Matthias Baumann, Blumberg (seit 2006)
Bürgermeister Herbert Kiefer, Todtmoos (seit 2006)
Landrat Walter Schneider, Lörrach (seit 2006)
Michael Kreft von Byern, Rust (seit 2006)
Hardy Rose, Rheinau-Linx (seit 2006)
Günther Huber, Bad Peterstal-Griesbach (seit 2006)
Hermann Hofer, Freudenstadt-Musbach (seit 2006)

Heide Glasstetter, Pforzheim
Jürgen Moser, Villingen-Schwenningen (bis 2005)
Henning Tatje, Freiburg

Stellvertreter des Aufsichtsrates (bis Mai 2006)

Bürgermeister Werner Kraus, Bad Teinach-Zavelstein
Klaus Dölker, Freudenstadt
1. Landesbeamter Roland Bernhard, Calw
Claus Haberecht, Rastatt (2002 – 2004)
Martin Keppler, Nagold
Dieter Volz, Baden-Baden
Bürgermeister Anton Knapp, Hüfingen
Martin Keppler, Nagold
Bürgermeister Christoph Dold, Tennenbronn
Günter Huber, Bad Peterstal-Griesbach (2002 – 2004)
Bürgermeister Johann Keller, Bad Peterstal-Griesbach (seit 2005)
Bürgermeister Jörg Frey, Schonach
Bürgermeister Stefan Wirbser, Feldberg
Dr. Michael Vulpius, Freiburg
Marcus Baars, Titisee-Neustadt (2002 – 2004)
Klaus-Günter Wiesler, Titisee-Neustadt (seit 2005)
Gerhard Rüdlin, Efringen-Kirchen
Wolfgang Kaltenbach, Staufen
Bürgermeister Werner Rautenberg, Höchenschwand
Bürgermeister Johann Meier, St. Blasien
Landrat Dr. Volker Watzka, Emmendingen (2002 – 2004)
Landrat Hanno Hurth, Emmendingen (seit 2005)

Marketingausschuss:

Vorsitzende:

Roland Schneble, Freiburg (2002 – 2003)
Brigitte Goertz-Meissner, Baden-Baden (seit 2004)

Mitglieder

Volker Haselbacher, Feldberg (seit 2006)
Sven Malinowski, Badenweiler (seit 2006)
Roland Schöttle, Feldberg (seit 2006)
Jörg Pillau, Weil am Rhein (seit 2002)
Christian Frank, Bad Säckingen (Stellvertreter seit 2006)
Claudia Schleh, Baiersbronn (seit 2006)
Alfred Dath, Bad Wildbad (seit 2002)
Gerhard Maier, Wollfach (seit 2006)
Rudolf Topp, Villingen-Schwenningen (seit 2004)
Markus Keller, Bad-Dürrenheim (Stellvertreter seit 2006)

Stefan Schürlein, Schonach (seit 2005)
Joachim Grittmann, Staufen (seit 2006)
Norbert Göppert, Schluchsee (seit 2004)
Michael Kreft von Byren, Rust (seit 2006)
Hardy Rose, Rheinau-Linx (seit 2006)
Udo Sonnenberg, Oberndorf a.N. (Stellvertreter seit 2006)
Klaus Bähr, Bad Peterstal-Griesbach (2002 – 2004)
Werner Bolfig, Schönwald (2002 – 2004)
Axel Singer, Baiersbronn (2002 – 2004)
Edeltraud Philipp, Lörrach (2002 – 2004)
Michael Krause, Freudenstadt (2002 – 2005)
Rolf Rubsamen, Bad Krozingen (2002 – 2005)
Rolf-Hans Huber, St. Blasien (2002 – 2005)

Heide Glasstetter, Pforzheim (seit 2002 und Stellvertreterin seit 2006)
Jürgen Moser, Villingen-Schwenningen (2002 – 2005)
Henning Tatje, Freiburg (2002 – 2005)

7.3 Arbeitskreise

Steckbrief Arbeitskreis Wandern

Vorsitzende:	Norbert Göppert (seit 2005) Axel Singer (2003-2005)
Stellvertreter:	Claudia Schleh Michael Schmitz
Anzahl der Mitglieder:	26 (18 Einzelgemeinden, 4 Werbegemeinschaften, 3 beratende Mitglieder, 1 förderndes Mitglied)
Mitglieder:	Furtwangen, Baiersbronn, Bühlertal, Bühl, Feldberg, Freudenstadt, Schluchsee, Todtmoos, Sasbachwalden, Bad Peterstal-Griesbach, Pforzheim, Lenzkirch, Hinterzarten-Breitnau, Villingen-Schwenningen, Biederbach, Titsee-Neustadt, Gernsbach, Staufen, „Das Achertal“, Ferienregion Calw, Arbeitsgemeinschaft Wandern im Kinzigtal, 6 Richtige im Schwarzwald
Beratend:	Naturpark Südschwarzwald, Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord, Schwarzwaldverein
Fördernd:	Dieterle Touristik
Interessengruppe:	Westweg, Nordic-Walking
Ziel:	Marktführerschaft in Deutschland
Budget:	30.300 € (nur Mitglieder)
Kriterien:	Nach den bundeseinheitlichen Kriterien „Wanderbares Deutschland“ vorhandene Wege, die schwarzwaldeinheitlich ausgeschildert sind, ebenso die Beherbergungsbetriebe
Laufende Projekte:	Broschüre, WMA Beileger, Atlas, Handy Hiking, Premiumweg, Qualifizierung der Betriebe und der Wege, Internet, Messen
Angeschlossene Projekte:	Neukonzipierte Wanderbroschüre

Steckbrief Arbeitskreis Wintersport

Vorsitzender:

Bürgermeister Stefan Wirbser

Anzahl der Mitglieder:

17 (12 Einzelgemeinden, 2 Werbegemeinschaften, 3 beratende Mitglieder)

Mitglieder:

Baiersbronn, Bernau, Feldberg, Freudenstadt, Hinterzarten-Breitnau, Sasbachwalden, Titisee-Neustadt, Todtmoos, Todtnau, Schluchsee, St. Blasien-Menzenschwand, Ferienland im Schwarzwald GmbH, „Rund um den Belchen“

Interessengruppe:

Noch keine benannt

Ziel:

Der Arbeitskreis Wintersport fördert die Vermarktung des Themas Wintersport im Schwarzwald

Budget:

23.600 € (nur Mitgliedsbeitrag)

Kriterien:

Höhenlage, Liftanlagen, Loipennetz, Events, Skisportverleih, Skischuhe, zusätzliche Angebote Bsp. Winter-rodelbahn), Wintersportbezogene Animation, gebahnte Winterwege, Regionales, Regionales Angebot im Bereich Fitness und Wellness

Laufende Projekte:

SchwarzwaldCard Winterangebote, Beileger in Bild am Sonntag, Investitionskonzept Land Schneebericht, Internet

Steckbrief Arbeitskreis Rad

Vorsitzender:

Bürgermeister Jörg Frey

Anzahl der Mitglieder:

27 (22 Einzelgemeinschaften, 1 Werbegemeinschaft, 2 fördernde Mitglieder, 2 unterstützende Mitglieder)

Mitglieder:

Feldberg, Oderried, Kirchzarten, Ferienland im Schwarzwald GmbH, Todtmoos, Titisee, Simonswald, Elzach, Schluchsee, Todtnauer Ferienland, Staufeu, Münstertal, Bad Wildbad, Hinterzarten-Breitnau, St. Blasien-Menzenschwand, Bühlertal, Enzklösterle, Villingen-Schwenningen, Bühl, Bad Bellingen, Bad Dürreheim, Badenweiler, Bad Krozingen

Interessengruppen:

Mountainbike, Rennrad, Tourenrad

Budget:

27.000 € durch Poolbeiträge,

Kriterien: MBT: Schwarzwaldeinheitliche Wegemarkierung/Radkarte, Pflege der Radwege, Rennrad freundliche Gastgeber, Events, Radverleih und Radservice
Rennrad: Trainingseinrichtungen, Strecken, Medizinische Betreuung,

Events

Tourenrad: „Checkliste Tourenrad“ in Satzung

zuzug

Laufende Projekte:

Neuer Internetauftritt, MTB Beileger, Messen Virtuelle MBT, Neue Radbroschüre, Rennradkarte, Centurion Kooperation

7.4 Das Team der Geschäftsstelle ab 01. Januar 2006

Schwarzwald Tourismus GmbH Ansprechpartner/Kontakte

Hauptgeschäftsstelle Freiburg:

Ludwigstr. 23
79104 Freiburg
Tel.: +49 (0) 7 61 / 2 96 22 71
Fax: +49 (0) 7 61 / 2 96 22 70








Außenstelle Pforzheim:









Waisenhausplatz 26
75172 Pforzheim
Tel.: +49 (0) 72 31 / 14 73 80
Fax +49 (0) 72 31 / 1 47 38 20








Außenstelle Villingen-Schwenningen:

Schwenninger Str. 3
78048 Villingen-Schwenningen
Tel.: +49 (0) 77 21 / 84 64 64
Fax: +49 (0) 77 21 / 84 64 11

Bereich		Funktion	Ort	Telefon	Email
Geschäftsführung					
	Christopher Krull	Geschäftsführer	Freiburg	0761 – 296 22 79	krull@schwarzwald-tourismus.info
Verwaltung					
	Juliana Thoma	Chefsekretärin	Freiburg	0761 – 296 22 71	thoma@schwarzwald-tourismus.info
	Helmut Schlereth	Buchhaltung Leitung	Freiburg	0761 – 89 646 35	schlereth@schwarzwald-tourismus.info
	Conni Karcher	Buchhaltung Assistenz u. Pauschalreisen	Freiburg	0761 – 89 646 44	<u>karcher@schwarzwald-tourismus.info</u>

Presse u. Öffentlichkeitsarbeit					
	Wolfgang Weiler	Konzeption und Beratung	Projekt D Berlin/Freiburg	0170 – 3 42 28 63	weiler@schwarzwald-tourismus.info
	Heike Budig	Pressestelle/ Projekt D	Freiburg	0761 – 296 22 73	budig@schwarzwald-tourismus.info
	Gaby Baur	Pressearbeit und Themenmanagement	Pforzheim	07231 - 147 38 14	baur@schwarzwald-tourismus.info
	Jacqueline Luxem	Auszubildende	Freiburg	0761 – 296 22 75	luxem@schwarzwald-tourismus.info
Werbung u. Kooperationen					
	Michael Kasprowicz	Bereichsleiter	Freiburg	0761 – 296 22 74	kasprowicz@schwarzwald-tourismus.info
	Henning Tatje	Projektleiter Westweg	Freiburg	0761 – 8 96 46 10	tatje@schwarzwald-tourismus.info
	Gunia Wassmer	Projektleiterin Marketing Bereich Beteiligungen / Anzeigen	Freiburg	0761 – 89 646 20	wassmer@schwarzwald-tourismus.info

	Jessica Dyballa	Projektleiterin Marketing Bereich Service Cards und KONUS	Freiburg	0761 – 296 22 82	dyballa@schwarzwald-tourismus.info
	Karen Müller	Projektleiterin Marketing Bereich Internet / Print	Freiburg	0761 – 296 22 76	mueller@schwarzwald-tourismus.info
	Katja Schwenninger	Projektleiterin Print	Freiburg	0761 / 89 646 48	schwenninger@schwarzwald-tourismus.info
	Sabrina Blandau	Projektleiterin Marketing Bereich Messen, Veranstaltungen / Workshops	Freiburg	0761 - 296 22 81	blandau@schwarzwald-tourismus.info
	Michael Kuss	Projektleiter Marketing Bereich Versand und Messen	Freiburg	0761 – 89 646 42	kuss@schwarzwald-tourismus.info
	Nicole Heizmann	Auszubildende	Freiburg	0761 – 89 646 47	heizmann@schwarzwald-tourismus.info
	Philipp Holz	Auszubildender	Freiburg	0761 – 296 22 84	holz@schwarzwald-tourismus.info
Innenmarketing u. Produktgestaltung					
	Heide Glasstetter	Bereichsleiterin	Pforzheim	07231 - 147 38 16	glasstetter@schwarzwald-tourismus.info

	Ute Vallon	Projektleiterin Marketing Bereich Themen- management Sport u. Natur	Pforzheim	07231 - 147 38 12	vallon@schwarzwald- tourismus.info
	Sigrid Hoffert	Projektleiterin Marketing Bereich Beratung / Betreuung, Marktforschung / Qualitäts- management	Pforzheim	07231 - 147 38 13	hoffert@schwarzwald- tourismus.info
	Doris Schiller	Projektleiterin Marketing Bereich MAFO Förder- programm/ Qualitäts- management / Ausstattung	Pforzheim	07231 - 147 38 15	schiller@schwarzwald- tourismus.info
Incoming & Reservierung					
	Margarete Furtwängler	Bereichs- leiterin	Villingen- Schwen- ningen	07721 – 84 64 14	furtwaengler@schwarzwald- tourismus.info
	Tina Czacharowski	Projektleiterin Marketing Bereich In- formation	Villingen- Schwen- ningen	07721 – 84 64 13	czacharowski@schwarzwald- tourismus.info
	Nadin Schlegel	Auszu- bildende	Villingen- Schwen- ningen	07721 – 84 64 16	schlegel@schwarzwald- tourismus.info
	Kerstin Faißt	Auszu- bildende	Villingen- Schwen- ningen	07721- 84 64 10	faisst@schwarzwald- tourismus.info
	Tanja Siedle	Projektleiterin Marketing	Villingen- Schwen- ningen	07721 – 84 84 12	siedle@schwarzwald- tourismus.info

8. Zahlen, Daten, Nachweise

Nachweis: Grafiken, Tabellen, Schaubilder

Grafiken	Seite
Grafik 1: Entwicklung der gewerblichen Übernachtungen von 1982 bis 2005	4
Grafik 2: Entwicklung des Anteils (%) von Übernachtungen von ausländischen Gäste an den Gesamtübernachtungen von 1984 bis 2005	5
Grafik 3: Entwicklung der Gästeankünfte von 1982 bis 2005	5
Grafik 4: Entwicklung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 1982 bis 2005	6
Grafik 5: Entwicklung der Betriebe von 1992 bis 2005	7
Grafik 6: Übernachtungen gewerblich 2002 – 2005	7
Grafik 7: Ankünfte gewerblich 2002 – 2005	8
Grafik 8: Aufenthaltsdauer 2002 – 2005	8
Grafik 9: Gewerbliche Übernachtungen Ausländer 2002 – 2005	9
Grafik 10: Gewerbliche Übernachtungen nach Landkreisen 2005	11
Grafik 11: Monatliche Besucher des Internetportals des Schwarzwaldes aus dem Ausland 2005	35
Grafik 12: Monatliche Besucher des Internetportals des Schwarzwaldes aus dem Inland 2005	35
Grafik 13: Anzahl der Buchungen der Zentralen Zimmervermittlung Südschwarzwald 2002-2004	51

Tabellen	Seite
Tab. 1: Prozent. Entwicklung gewerblicher Ankünfte und Übernachtungen 2002 - 2005	9
Tab. 2: Herkunft Ausländische Übernachtungen nach Nationen 2005	10
Tab. 3: Entwicklung der Gebietsgemeinschaften und des Gesamtschwarzwaldes	10
Tab. 4: Top 10 Rangliste Schwarzwald nach Übernachtungen	11
Tab. 5: Tagesausgaben und Bruttoumsätze	12
Tab. 6: Messebesuche mit dem eigenen Schwarzwaldstand (Herbst 2001 bis Frühjahr 2002)	19
Tab. 7: Messebesuche mit dem eigenen Schwarzwaldstand (Herbst 2002 bis Frühjahr 2003)	20
Tab. 8: Messebesuche mit dem eigenen Schwarzwaldstand (Herbst 2003 bis Frühjahr 2004)	21
Tab. 9: Messebesuche mit dem eigenen Schwarzwaldstand (Herbst 2004 bis Frühjahr 2005)	22
Tab. 10: Entwicklung Erfolg der SchwarzwaldCard 2002 – 2005	28
Tab. 11: Mediaplan 2004 - 2005	32
Tab. 12: Ankünfte und Übernachtungen gewerblich Nordwest Schweiz, Elsass, Schwarzwald 2003	48

Schaubilder	Seite
Schaubild 1: Neue Gremien der STG	15
Schaubild 2: Neue Aufgaben Organisation STG ab 2006	16
Schaubild 3: Themensäulen	18
Schaubild 4: Partnerschaftsmodelle aus der Privatwirtschaft	26
Schaubild 5: Organigramm Zusammensetzung Marketingausschuss	42
Schaubild 6: Übersicht über Merkmale der Arbeitskreise	43
Schaubild 7: Online Reservierungsmodell Schwarzwald ab 2006	53

Entwicklung der Stadt- und Landkreise

Stadt-/ Land- kreis	Jahr	Betriebe	Schlaf- gelegenh.	Ankünfte		Übernachtungen		Aufent- halts- dauer	Schlaf- gel. aus lastung in %
				insgesamt	Ausländer	insgesamt	Ausländer		
				Anzahl					
Breisgau- Hochschw.	2002	705	27.520	947.990	166.744	3.786.919	445.221	4,0	39,3
	2003	677	26.216	925.186	179.422	3.654.727	489.979	4,0	40,1
	2004	691	37.824	1.058.085	241.882	4.225.086	716.129	4,0	32,9
	2005	697	37.573	1.083.176	259.198	4.280.388	760.893	4,0	33,6
Calw	2002	297	12.212	326.694	20.847	1.543.430	66.399	4,7	36,1
	2003	278	11.663	315.959	19.649	1.445.631	62.260	4,6	36,1
	2004	300	15.166	344.925	32.172	1.471.376	96.916	4,3	29,0
	2005	288	14.982	359.855	30.543	1.400.942	96.473	3,9	28,3
Emmendingen	2002	162	5.286	214.563	39.330	612.094	70.465	2,9	32,9
	2003	154	4.995	195.292	35.179	558.883	65.365	2,9	32,4
	2004	152	5.863	205.302	38.388	568.136	77.525	2,8	30,2
	2005	156	5.944	210.847	38.082	556.230	78.027	2,6	29,8
Enzkreis	2002	67	2.045	88.191	12.573	178.720	23.316	2,0	25,1
	2003	66	2.001	83.858	10.381	169.631	18.974	2,0	23,8
	2004	73	2.455	94.830	12.797	188.988	24.062	2,0	21,4
	2005	69	2.439	99.375	13.046	192.592	23.501	1,9	22,1
Freudenstadt	2002	325	12.807	376.371	36.953	1.855.460	129.369	4,9	41,1
	2003	309	12.378	366.707	37.400	1.756.725	129.988	4,8	40,8
	2004	308	14.578	383.512	45.621	1.725.676	158.050	4,5	34,7
	2005	295	14.125	400.679	48.311	1.703.907	164.344	4,3	34,9
Lörrach	2002	300	9.548	331.739	54.767	1.091.098	143.214	3,3	32,8
	2003	287	9.132	322.587	53.081	1.073.781	146.080	3,3	33,6
	2004	294	11.340	333.151	60.711	1.102.992	174.504	3,3	28,6
	2005	300	11.309	346.934	67.566	1.098.216	182.250	3,2	28,7
Ortenaukreis	2002	466	18.625	846.371	177.044	2.328.087	352.137	2,8	35,2
	2003	451	18.253	827.312	189.368	2.287.383	390.151	2,8	36,2
	2004	452	24.884	1.015.621	258.180	2.604.921	520.075	2,6	32,3
	2005	497	26.148	1.096.851	298.538	2.716.876	568.232	2,5	31,4
Rastatt	2002	139	5.049	209.514	26.928	472.546	54.952	2,3	26,5
	2003	133	4.956	204.802	26.012	480.718	62.008	2,3	27,3
	2004	146	7.390	232.445	31.705	571.938	67.820	2,5	22,9
	2005	146	7.373	228.883	30.834	549.354	66.029	2,4	22,2
Rottweil	2002	88	3.274	95.530	11.590	275.887	39.454	2,9	23,9
	2003	81	3.201	96.498	11.561	264.486	37.454	2,7	23,5
	2004	80	3.355	96.892	12.953	258.048	43.065	2,7	22,2
	2005	87	3.474	104.481	14.578	270.347	46.537	2,6	22,9
Schwarzwald- Baar-Kreis	2002	259	13.225	316.043	49.028	1.750.627	149.245	5,5	37,1
	2003	243	12.299	318.450	49.117	1.643.428	147.397	5,2	37,9
	2004	236	13.446	311.899	54.520	1.577.003	167.712	5,1	32,4
	2005	255	14.657	342.036	60.959	1.590.188	188.255	4,6	31,2
Waldshut	2002	353	12.174	285.093	41.866	1.454.782	139.595	5,1	33,8
	2003	336	11.875	289.401	44.042	1.352.085	137.637	4,7	32,9
	2004	345	14.019	301.270	50.101	1.352.430	152.395	4,5	28,5
	2005	350	14.578	307.427	52.667	1.366.032	164.135	4,4	28,3
Baden-Baden	2002	86	4.650	243.517	80.108	699.956	172.371	2,9	42,2
	2003	84	4.607	233.623	73.324	679.374	156.469	2,9	41,8

	2004	86	4.353	254.357	80.106	708.702	170.639	2,8	45,4
	2005	85	4.352	262.580	83.802	704.356	182.771	2,7	45,1
Freiburg	2002	68	5.053	471.029	127.293	867.689	220.427	1,8	47,6
	2003	72	5.241	461.305	126.144	865.726	223.287	1,9	46,2
	2004	74	7.086	510.891	147.391	958.841	266.138	1,9	39,2
	2005	74	7.471	519.507	156.989	965.580	280.962	1,9	37,8
Karlsruhe	2002	71	5.123	329.892	66.830	625.740	132.311	1,9	35,7
	2003	70	5.047	345.004	65.925	645.148	131.002	1,9	35,7
	2004	66	5.231	387.129	81.916	710.362	151.398	1,8	37,8
	2005	65	5.403	402.722	83.112	772.088	157.572	1,9	40,7
Pforzheim	2002	22	1.089	71.392	11.813	139.242	25.058	2,0	35,3
	2003	22	1.500	77.346	13.298	153.458	28.135	2,0	30,3
	2004	22	1.530	89.308	15.511	185.835	37.976	2,1	33,9
	2005	22	1.529	96.471	15.372	193.726	38.148	2,0	35,0

Entwicklung der Gebietsgemeinschaften

Nördlicher Schwarzwald

Jahr	Betriebe Anzahl	Angebotene Betten	Ankünfte		Übernachtungen		Aufenthalts- dauer in Tage	Bettenaus- lastung in %
			Insgesamt	Ausländer	Insgesamt	Ausländer		
2002	992	43.217	1.687.071	266.937	5.871.556	558.049	3,3	36,8
2003	946	42.414	1.674.345	257.945	5.397.044	608.697	3,2	36,4
2004	984	51.019	1.836.854	314.837	5.638.637	730.079	3,1	32,2
2005	964	51.559	1.925.018	322.900	5.707.200	759.900	3,0	37,3

Mittlerer Schwarzwald

Jahr	Betriebe Anzahl	Angebotene Betten	Ankünfte		Übernachtungen		Aufenthalts- dauer in Tage	Bettenaus- lastung in %
			Insgesamt	Ausländer	Insgesamt	Ausländer		
2002	813	35.124	1.257.944	237.662	4.354.601	540.836	3,5	34,9
2003	775	33.753	1.242.260	250.046	4.195.297	575.002	3,4	35,6
2004	768	41.685	1.424.412	325.653	4.439.972	730.852	3,1	31,5
2005	839	44.279	1.543.400	374.100	4.577.400	803.000	3,0	34,9

Südlicher Schwarzwald

Jahr	Betriebe Anzahl	Angebotene Betten	Ankünfte		Übernachtungen		Aufenthalts- dauer in Tage	Bettenaus- lastung in %
			Insgesamt	Ausländer	Insgesamt	Ausländer		
2002	1.588	59.581	2.250.414	430.000	7.812.582	1.018.922	3,5	37,3
2003	1.526	57.459	2.193.771	437.868	7.505.202	1.062.348	3,4	37,5
2004	1.556	76.132	2.408.699	538.473	8.207.485	1.386.691	3,4	31,8
2005	1577	76.875	2.467.900	574.500	8.266.400	1.466.300	3,3	32,1

Gesamt Schwarzwald

Jahr	Betriebe Anzahl	Angebotene Betten	Ankünfte		Übernachtungen		Aufenthalts- dauer in Tage	Bettenaus- lastung in %
			Insgesamt	Ausländer	Insgesamt	Ausländer		
2002	3.393	137.922	5.195.429	934.599	18.038.739	2.117.807	3,4	36,3
2003	3.247	133.626	5.110.376	945.859	17.097.543	2.246.047	3,3	36,5
2004	3.308	168.836	5.669.965	1.178.963	18.286.094	2.847.622	3,2	31,8
2005	3.380	172.713	5.936.318	1.271.500	18.551.000	3.029.200	3,1	34,8

Tourismusentwicklung der Schwarzwaldorte 2002 – 2005

Gemeinden	Ankünfte				Übernachtungen			
	2002	2003	2004	2005	2002	2003	2004	2005
Achern, Stadt	12.908	12.808	21.440	24.239	18.812	19.425	34.590	40.539
Aichhalden	1.319	1.509	1.295	1.435	6.536	6.192	5.390	5.776
Aitern	4.735	5.681	4.582	4.935	20.133	22.981	18.430	17.855
Albbruck
Alpirsbach, Stadt	14.574	12.511	13.213	14.580	69.779	62.894	49.082	46.508
Altensteig, Stadt	20.769	20.905	21.398	22.501	56.434	53.695	54.735	56.627
Appenweier	13.732	11.340	11.766	.	18.744	15.138	15.585	15.888
Au am Rhein	.	.	.	11.702
Auggen	8.826	.	.	.	15.763	.	.	.
Bad Bellingen	19.692	19.783	25.290	26.593	176.161	166.016	214.273	208.957
Bad Dürrenheim, Stadt	36.467	34.507	37.109	45.448	532.086	487.685	453.633	455.005
Bad Herrenalb, Stadt	64.991	62.846	69.886	78.366	317.593	300.979	303.428	274.967
Bad Krozingen	58.941	53.242	60.190	61.158	524.712	457.191	477.283	471.170
Bad Liebenzell, Stadt	39.236	39.187	47.731	48.923	196.579	185.793	204.775	210.187
Bad Peterstal-Griesbach	38.169	40.059	37.991	37.324	223.630	213.998	207.986	196.487
Bad Rippoldsau-Schapbach	14.686	13.322	16.416	15.222	139.476	131.390	125.236	102.961
Bad Säckingen, Stadt	35.072	34.234	33.018	34.497	200.156	187.075	181.348	189.065
Bad Teinach-Zavelstein, Stadt	19.081	17.600	22.007	21.916	80.498	67.994	75.320	74.334
Bad Wildbad, Stadt	32.361	31.223	30.705	27.063	196.789	178.464	166.478	138.222
Baden-Baden, Stadt	243.517	233.623	254.357	262.580	699.956	679.374	708.702	704.356
Badenweiler	59.644	56.484	65.012	67.059	422.139	394.855	412.963	416.728
Bahlingen	10.605	9.416	8.396	8.302	12.300	13.017	13.176	12.553
Baiersbronn	158.706	160.166	162.595	165.141	744.625	722.507	710.012	709.811
Ballrechten-Dottingen	.	.	.	1.950	.	.	.	7.121
Berghaupten
Bernau	17.512	18.571	20.669	21.446	81.361	80.991	85.192	86.818
Betzweiler-Wäldle	299	329	316	252	1.189	1.280	1.052	795
Biberach	5.659	5.407	5.811	6.728	20.100	20.583	20.606	22.289
Biederbach	2.779	2.893	3.265	3.069	9.305	9.227	9.881	9.056
Bietigheim
Binzen
Birkenfeld	.	.	3.187	.	.	.	5.963	.
Bischweiler
Blumberg, Stadt	12.325	13.391	11.687	14.143	22.169	24.243	21.156	23.007
Böllen
Bollschweil	.	.	.	3.852	.	.	.	7.772
Bonndorf im Schwarzw., Stadt	30.987	29.697	29.561	28.961	108.449	95.182	96.022	89.724
Bösingen
Bötzingen	6.636	6.398	6.178	5.648	13.717	15.070	13.929	12.198
Bräunlingen, Stadt	5.616	5.832	5.846	7.362	15.316	15.005	23.134	26.819
Breisach am Rhein, Stadt	53.925	49.899	49.294	49.993	117.050	107.728	113.676	113.749
Breitnau	28.094	26.084	27.826	28.787	96.446	97.494	94.224	102.251
Brigachtal
Buchenbach	9.066	8.353	9.622	10.024	38.932	36.358	37.697	38.176
Buggingen
Bühl, Stadt	54.965	58.097	67.695	67.256	127.757	132.323	165.400	161.347
Bühlertal	13.713	10.826	12.325	14.555	30.612	22.864	29.314	32.220
Bürchau	2.719	2.334	2.327	2.360	10.200	9.066	8.912	8.143
Calw, Stadt	29.740	28.471	29.737	31.556	83.571	76.817	75.667	80.165

Gemeinden	Ankünfte				Übernachtungen			
	2002	2003	2004	2005	2002	2003	2004	2005
Dachsberg (Südschw.)	4.451	4.197	4.072	4.493	16.033	14.898	13.849	15.182
Dauchingen
Deißlingen
Denzlingen	5.880	6.058	6.130	6.672	11.032	12.538	11.908	11.428
Dettighofen
Dietingen
Dobel	14.573	14.738	14.553	13.943	146.393	141.229	133.589	94.083
Dogern
Donaueschingen, Stadt	49.124	49.101	53.379	290	196.653	197.706	198.477	191.380
Dornhan, Stadt	3.119	3.349	3.058	448	10.787	11.868	10.803	11.530
Dornstetten, Stadt	14.135	10.925	10.907	9 583	42.995	40.372	42.828	38.317
Dunningen
Durbach	19.953	20.124	20.302	19.860	142.301	141.575	143.905	142.055
Durmersheim
Ebhausen
Efringen-Kirchen	6.134	5.623	6.523	5.744	9.282	7.742	10.254	8.984
Egenhausen
Eggingen
Ehrenkirchen	1.962	1.807	1.649	1.324	4.866	5.003	4.380	3.837
Eichstetten
Eimeldingen	2.112	.	.	2.445	2.886	.	.	3.379
Eisenbach (Hochschw.)	5.665	5.754	7.028	6.341	22.705	21.055	24.527	24.539
Elbenschwand
Elzach, Stadt	11.731	12.579	13.606	12.830	102.489	101.135	109.117	85.613
Emmendingen, Stadt	18.456	16.702	17.669	17.255	31.095	29.245	31.603	30.500
Empfingen
Endingen am Kaiserstuhl, Stadt	10.617	11.442	11.502	12.967	26.264	28.070	26.860	27.935
Engelsbrand
Enzklösterle	20.206	20.066	21.660	22.621	99.226	92.033	101.104	103.311
Eschbach
Ettenheim, Stadt	5.774	4.613	15.210	16.638	9.822	7.196	35.038	36.691
Ettlingen, Stadt	66.151	67.172	75.252	.	114.489	105.807	120.861	.
Eutingen im Gäu
Feldberg (Schwarzwald)	84.535	88.960	83.297	87.791	404.719	405.937	378.164	389.849
Fischerbach	2.330	2.117	2.315	2.125	10.291	9.023	9.313	9.053
Fischingen
Forbach	24.216	21.371	17.843	19.575	59.328	55.225	51.678	47.886
Forchheim
Freiamt	13.781	13.231	13.607	13.697	46.603	43.748	43.687	44.640
Freiburg im Breisgau, Stadt	471.029	461.305	510.891	519.507	867.689	865.726	958.841	965.580
Freudenstadt, Stadt	83.028	82.245	90.937	101.696	343.252	330.888	336.503	352.433
Friedenweiler	5.703	5.396	5.697	5.214	31.840	25.410	23.008	23.409
Friesenheim	6.153	6.918	12.955	13.111	15.361	14.803	35.582	35.513
Friolzheim
Fröhnd	3.619	2.190	2.034	1.579	4.464	3.311	2.701	3.803
Furtwangen i.Schw., Stadt	17.091	17.628	16.255	15.834	81.930	78.748	74.978	79.906
Gaggenau, Stadt	19.730	19.445	16.420	15.562	41.189	42.013	33.646	33.533
Gengenbach, Stadt	18.831	19.919	20.158	27.298	114.925	120.688	112.209	129.673
Gernsbach, Stadt	28.128	26.451	28.539	28.317	88.874	87.691	94.480	91.169
Glatten	1.837	1.544	1.823	1.930	5.286	4.451	4.351	4.752
Glottental	31.198	31.984	31.004	31.005	131.656	137.409	133.802	138.065

Gemeinden	Ankünfte				Übernachtungen			
	2002	2003	2004	2005	2002	2003	2004	2005
Görwihl	2.537	3.100	2.814	3.318	8.154	9.027	8.479	9.600
Gottenheim	2.621	2.193	1.865	1.883	5.523	5.606	4.679	4.154
Grafenhausen	14.872	16.186	16.035	16.333	83.952	69.571	68.940	69.930
Grenzach-Wyhlen	5.384	5.459	5.666	7.070	12.282	13.281	15.475	20.831
Gundelfingen	1.992	2.446	2.201	1.712	5.637	5.720	5.748	4.433
Gutach (Schwarzw.-Bahn)	4.006	3.197	3.586	3.356	8.942	7.894	8.918	8.053
Gutach im Breisgau	7.413	6.588	5.974	7.251	18.637	16.563	13.201	16.566
Gütenbach	2.343	2.680	2.152	2.316	5.682	5.946	4.620	6.070
Häg-Ehrsberg	2.376	2.157	2.218	2.339	7.032	6.439	7.447	6.798
Haiterbach, Stadt
Hardt
Hasel
Haslach im Kinzigtal, Stadt	5.662	5.726	5.730	6.237	14.613	14.969	13.617	13.486
Hausach, Stadt	4.283	4.246	4.691	4.780	11.003	10.976	10.880	12.871
Häusern	15.092	14.466	14.133	14.826	51.730	48.977	45.136	47.195
Heimsheim, Stadt	5.984	8.457	10.904	12.214	8.899	10.734	13.855	15.973
Heitersheim, Stadt	11.449	11.589	14.316	12.562	16.668	19.531	22.308	20.449
Herbolzheim, Stadt	27.877	25.139	26.520	26.048	35.748	32.667	41.874	39.218
Herrischried	7.320	7.929	8.845	8.802	28.919	29.266	32.197	29.081
Heuweiler
Hinterzarten	79.216	79.533	96.607	97.338	405.628	399.590	447.334	456.311
Höchenschwand	20.050	24.622	25.448	24.269	176.857	170.950	165.355	171.133
Höfen an der Enz	10.063	7.669	9.321	10.653	27.176	22.670	25.394	27.374
Hofstetten	4.450	3.993	3.586	3.724	10.864	10.737	11.071	11.459
Hohberg	3.631	2.969	3.519	4.029	6.183	5.970	4.987	5.281
Hohentengen am Hochrhein	.	.	1.379	1.078	.	.	2.307	2.018
Horb am Neckar, Stadt	7.672	6.950	9.376	9.986	17.189	14.618	18.970	20.056
Horben
Hornberg, Stadt	12.739	14.140	17.744	17.317	40.299	46.459	51.458	52.685
Hüfingen, Stadt	7.438	7.313	7.960	7.073	14.231	13.498	15.887	14.384
Hügelsheim	3.464	4.692	6.262	5.754	6.382	8.234	11.180	9.635
Ibach
Ihringen	10.526	7.928	14.856	13.993	20.346	18.673	46.393	43.825
Inzlingen
Jestetten	3.266	3.464	3.195	3.046	5.928	6.771	7.024	6.848
Kandern, Stadt	9.345	9.197	11.093	11.540	22.333	20.972	24.884	24.704
Kappel-Grafenhausen	15.920	14.567	14.333	14.292	20.311	19.022	19.171	19.096
Kappelrodeck	6.353	6.132	5.634	5.702	19.270	18.519	16.246	16.002
Karlsruhe, Stadt	329.892	345.004	387.129	402.722	625.740	645.148	710.362	772.088
Kehl, Stadt	72.445	66.494	82.810	76.298	140.333	130.588	171.224	159.966
Kenzingen, Stadt	10.064	7.373	7.272	7.268	15.580	12.004	12.469	11.880
Kippenheim	4.852	4.938	4.435	.	11.531	10.643	10.043	.
Kirchzarten	15.758	13.707	28.159	29.886	34.089	35.306	133.320	135.796
Klettgau
Königsfeld i.Schwarzw.	20.414	22.744	19.992	33.128	204.133	199.533	183.799	202.461
Kuppenheim, Stadt	2.482	2.552	3.492	2.888	5.293	6.613	5.691	5.549
Küssaberg	1.063	1.026	1.642	1.701	5.344	5.633	12.826	10.905
Lahr/Schwarzwald, Stadt	36.291	31.827	33.717	35.258	60.907	57.777	66.245	81.973
Lauchringen	5.357	5.095	4.885	5.671	14.585	14.385	14.350	14.375
Lauf	1.938	1.659	.	.	5.416	4.329	.	.
Laufenburg (Baden), Stadt	6.518	6.409	6.487	6.515	10.421	10.548	10.815	11.539

Gemeinden	Ankünfte				Übernachtungen			
	2002	2003	2004	2005	2002	2003	2004	2005
Lautenbach	6.244	5.829	4.974	3.967	16.844	17.270	14.856	12.961
Lauterbach	7.183	6.974	7.250	8.498	33.090	25.979	26.179	31.244
Lenzkirch	41.092	40.336	44.585	50.389	174.975	170.256	180.857	188.357
Lichtenau, Stadt	.	.	6.954	.	.	.	9.337	.
Loffenau	1.294	1.656	1.346	1.672	4.086	4.391	3.441	3.800
Löffingen, Stadt	13.687	15.095	14.244	12.451	65.814	61.987	58.094	52.272
Lörrach, Stadt	35.181	32.758	35.744	39.393	71.480	67.143	73.511	83.112
Loßburg	19.274	18.187	17.406	18.478	84.174	79.464	78.240	75.914
Lottstetten
Mahlberg, Stadt
Malsburg-Marzell
Malsch
Malterdingen
March	5.464	5.469	5.579	5.788	9.734	10.868	10.912	12.317
Marzell	2.484	2.894	3.323	3.491	6.774	6.338	8.085	7.050
Maulburg
Merdingen
Merzhausen
Mönchweiler
Mönsheim
Muggensturm
Mühlenbach	2.220	1.962	2.623	2.586	7.640	6.249	7.796	7.675
Müllheim, Stadt	33.801	32.578	32.206	31.076	63.918	63.178	62.629	64.163
Münstertal/Schwarzw.	21.926	23.376	40.907	41.411	56.169	59.766	215.703	210.085
Murg
Nagold, Stadt	13.710	12.381	12.464	13.099	23.590	27.080	27.675	30.084
Neubulach, Stadt	2.266	2.641	3.388	7.620	8.833	8.689	11.834	20.886
Neuenburg a.Rhein, Stadt	42.865	39.907	64.206	62.639	51.419	53.295	101.475	98.226
Neuenbürg, Stadt	4.546	5.367	5.608	5.074	9.319	9.450	9.600	8.352
Neuenweg	6.415	6.214	5.674	5.160	16.959	15.407	13.656	15.387
Neuhausen	4.060	5.186	6.655	6.848	22.285	20.789	22.837	22.140
Neuried	4.424	4.216	4.322	5.367	6.890	6.502	6.718	9.919
Neuweiler	2.946	2.893	2.905	3.101	18.464	17.779	17.152	16.195
Niedereschach
Niefern-Öschelbronn	24.167	19.556	19.747	20.326	36.039	32.507	34.656	32.471
Nordrach	21.407	22.497	24.577	28.420	167.638	169.686	146.674	153.991
Oberharmersbach	24.034	24.469	25.730	22.919	97.327	96.026	95.860	81.872
Oberkirch, Stadt	44.523	42.491	44.154	43.559	102.006	95.107	95.325	95.645
Oberndorf a.Neckar, Stadt	6.830	7.956	6.689	6.358	13.791	16.729	13.051	12.449
Oberreichenbach	466	558	437	515	2.332	2.070	2.286	1.669
Oberried	12.292	13.452	14.388	15.128	38.222	41.176	48.662	49.853
Oberwolfach	11.677	12.164	11.786	13.104	47.826	47.429	47.606	50.804
Offenburg, Stadt	60.975	67.020	66.014	77.986	101.837	109.681	108.641	126.894
Ohlsbach	4.766	4.851	5.727	5.328	18.094	17.820	19.900	18.697
Oppenau, Stadt	12.042	9.895	12.625	13.579	41.601	26.902	34.173	35.532
Ortenberg	13.881	13.862	12.508	.	31.661	32.450	30.837	.
Ostelsheim
Ötigheim
Ottenhöfen i.Schwarzwald	6.658	6.862	6.973	6.949	27.360	26.057	25.466	25.459
Ottersweier
Pfaffenweiler

Gemeinden	Ankünfte				Übernachtungen			
	2002	2003	2004	2005	2002	2003	2004	2005
Pfalzgrafenweiler	20.948	17.901	18.189	18.907	85.114	65.434	58.475	56.519
Pforzheim, Stadt	71.392	77.346	89.308	96.471	139.242	153.458	185.835	193.726
Raich
Rastatt, Stadt	42.005	39.376	51.827	47.265	70.615	79.611	104.604	98.061
Renchen, Stadt	1.926	1.283	895	1.587	26.665	26.229	26.264	28.092
Rheinau, Stadt	3.787	3.756	3.570	4.280	5.767	5.770	6.774	7.294
Rheinfelden (Baden), Stadt	25.430	24.512	27.139	25.037	53.214	54.445	60.902	56.369
Rheinhausen	5.973	5.419	5.750	.	9.505	8.209	9.445	.
Rheinmünster	.	.	6.886	6.512	.	.	25.952	25.659
Rheinstetten	1.829	1.858	1.655	.	4.698	6.081	4.990	.
Rickenbach	13.601	12.459	14.179	12.472	91.432	78.631	79.480	72.996
Riegel am Kaiserstuhl	17.133	15.162	18.981	19.408	29.191	27.785	43.081	43.531
Ringsheim	21.757	20.266	17.524	16.749	29.248	29.154	27.178	26.598
Rottweil, Stadt	19.198	18.843	18.139	20.309	31.847	30.031	29.654	33.550
Rust	177.155	188.667	311.791	370.585	256.160	254.723	419.719	504.011
Sallneck
Sasbach	4.721	4.557	4.317	4.269	7.257	6.868	6.515	6.402
Sasbach	2.410	.	1.923	1.895	4.073	.	3.144	2.858
Sasbachwalden	33.777	34.349	35.442	39.035	126.427	123.724	120.948	129.182
Schallbach
Schallstadt	12.694	10.449	9.994	10.607	22.560	25.952	27.335	28.038
Schenkenzell	8.955	8.526	9.803	8.843	22.751	21.756	23.688	21.426
Schiltach, Stadt	4.477	4.179	3.876	4.612	10.933	10.024	10.283	11.573
Schliengen	6.077	6.369	6.905	7.321	16.098	16.348	18.661	18.194
Schluchsee	76.401	77.223	91.482	94.158	285.633	277.150	362.654	371.296
Schömborg	21.438	19.694	22.133	20.886	191.584	179.276	178.135	177.487
Schonach i.Schwarzwald	14.114	12.217	10.553	11.531	96.090	52.405	51.435	51.961
Schönau i.Schwarzw., Stadt	5.322	4.645	4.888	4.666	13.801	13.497	12.396	13.406
Schönenberg
Schönwald i.Schwarzw.	19.532	19.845	19.271	19.763	101.400	96.035	95.318	96.086
Schopfheim, Stadt	20.191	21.479	23.021	23.692	40.473	45.407	45.644	45.807
Schopfloch
Schramberg, Stadt	12.039	12.878	12.083	14.143	35.099	39.846	32.415	36.844
Schuttertal	6.959	6.835	6.927	7.458	19.880	18.621	20.850	21.652
Schwanau
Schwörstadt
Seebach	7.758	7.830	7.995	7.965	23.496	22.379	24.681	26.381
Seelbach	10.655	9.920	18.194	19.502	28.537	28.053	74.353	82.629
Seewald	14.867	16.835	16.095	15.878	52.227	55.986	52.311	51.178
Sexau	1.552	.	.	2.428	5.637	.	.	6.607
Simmersfeld	5.231	4.592	4.469	4.512	18.042	14.682	13.587	13.719
Simmozheim
Simonswald	14.479	13.470	15.915	16.008	83.326	79.578	85.551	79.880
Sinzheim
Sölden
St.Blasien, Stadt	20.518	20.599	20.370	19.369	212.341	192.741	185.695	163.614
St.Georgen i.Schw., Stadt	13.326	12.319	11.375	11.820	56.118	54.106	43.462	43.189
St.Märgen	15.166	15.021	14.268	14.682	55.570	55.248	52.423	51.808
St.Peter	7.331	7.928	8.363	9.075	22.902	23.681	27.277	28.847
Staufen i.Breisgau, Stadt	8.716	8.780	18.458	18.276	52.437	47.999	87.870	89.816
Stegen	1.006	2.131	2.281	2.345	1.234	4.588	4.756	4.785

Gemeinden	Ankünfte				Übernachtungen			
	2002	2003	2004	2005	2002	2003	2004	2005
Steinach	1.589	1.674	3.383	2.584	6.704	7.301	16.308	12.148
Steinen	7.569	7.686	7.467	7.712	30.181	29.652	30.083	29.773
Straubenhardt	3.565	3.985	3.836	3.770	6.427	7.111	7.041	7.427
Stühlingen, Stadt	9.724	9.883	10.467	11.304	26.400	26.488	24.211	29.140
Sulz am Neckar, Stadt	15.926	17.995	19.563	20.687	43.827	43.927	48.618	50.246
Sulzburg, Stadt	5.917	7.080	10.037	10.538	14.067	17.408	28.823	32.693
Tegernau
Teningen	5.483	5.009	.	6.240	8.123	7.584	.	9.171
Tennenbronn	8.320	8.067	8.516	9.240	51.518	44.522	43.972	42.312
Tiefenbronn	4.156	3.344	3.066	2.927	9.303	8.740	7.626	6.847
Titisee-Neustadt, Stadt	115.477	116.715	123.939	131.652	382.406	377.703	406.600	426.141
Todtmoos	31.116	31.693	34.848	39.959	215.328	203.347	199.398	227.865
Todtnau, Stadt	57.186	58.757	56.587	63.225	277.258	282.193	266.298	277.003
Triberg im Schwarzw., Stadt	27.235	30.384	27.269	29.266	109.730	109.615	103.258	105.142
Tunau
Tuningen
Ühlingen-Birkendorf	7.549	7.377	8.331	8.556	30.750	26.189	31.322	31.622
Umkirch
Unterkirnach	9.204	9.498	9.047	9.881	81.831	77.661	74.797	73.961
Unterreichenbach
Utzenfeld	938	926	901	875	2.916	3.426	2.810	2.576
Villingendorf
Villingen-Schwenningen, Stadt	65.785	65.150	65.789	64.452	196.871	195.338	200.348	188.406
Vogtsburg i.Kaiserstuhl, Stadt	19.378	16.840	18.521	17.989	55.263	47.150	49.984	48.205
Vöhrenbach, Stadt	5.486	6.205	4.925	4.931	13.355	15.334	12.512	11.943
Vörstetten
Waldachtal	24.336	21.725	21.464	22.607	265.088	239.324	239.357	233.463
Waldkirch, Stadt	27.891	23.222	22.262	24.194	107.277	78.616	48.143	64.502
Waldshut-Tiengen, Stadt	22.806	23.452	23.404	23.370	42.510	44.345	45.841	44.890
Wehr, Stadt	3.177	2.757	4.040	4.522	7.616	5.934	8.756	9.752
Weil am Rhein, Stadt	60.985	58.391	57.063	62.674	106.391	103.522	107.563	111.865
Weilheim	1.726	1.482	1.576	1.083	6.792	4.287	4.173	2.747
Weisenbach	2.535	2.085	2.508	2.518	6.445	4.858	7.163	5.573
Weisweil
Wellendingen
Wembach
Wieden	16.148	13.452	12.497	11.997	47.056	42.355	39.408	35.739
Wies
Wildberg, Stadt	12.292	11.862	11.157	10.948	39.147	38.482	36.375	35.421
Willstätt	5.016	2.472	2.602	2.701	8.836	4.466	5.015	5.121
Winden im Elztal	8.512	9.325	10.156	8.843	38.284	36.662	36.650	32.506
Wittnau	2.710	2.689	2.812	2.535	46.740	48.436	46.888	39.647
Wolfach, Stadt	24.997	23.471	26.215	25.935	94.006	96.577	107.780	100.006
Wutach	2.007	2.358	2.602	2.814	7.731	7.847	8.274	8.374
Wutöschingen
Wyhl	.	1.277	1.324	.	.	1.611	2.198	.
Zell a.Harmersbach, Stadt	29.798	18.259	21.006	17.889	92.466	101.227	102.162	86.104
Zell im Wiesental, Stadt	7.039	7.045	7.313	6.410	20.948	21.997	20.487	17.725
Zimmern ob Rottweil