



Auslandsmarketing soll kontinuierlich ausgebaut werden

Internationale Tourismusmessen und Kooperationen mit der Deutschen Zentrale für Tourismus und Tourismus Marketing Baden-Württemberg

Schwarzwälder Orte sollen sich mehr als bisher um ausländische Gäste bemühen und ihre Marketingausgaben dazu bündeln. Dafür warb Landrätin Dorothea Störr-Ritter (Breisgau-Hochschwarzwald) bei der Jahrestagung der Schwarzwald Tourismus GmbH (STG) am Mittwoch, 17. Juli, in Donaueschingen. Vor rund 300 Touristikern aus der gesamten Ferienregion würdigte die STG-Aufsichtsratsvorsitzende die Initiativen der STG für die Gewinnung neuer Gäste aus dem Ausland.

Innerhalb von zehn Jahren habe sich der Ausländeranteil unter den statistisch erfassten Übernachtungen in Betrieben mit mehr als neun Betten mehr als verdoppelt. 2012 entfielen über 22 Prozent der Übernachtungen in den Gästebetten auf Ausländer.

Die STG ist seit 2002 als gemeinsame touristische Marketingorganisation der Ferienregion Schwarzwald für die nationale und internationale Positionierung zuständig. Sie wirbt im Ausland meist gemeinsam mit der Tourismus Marketing Baden-Württemberg GmbH (TMBW) und der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT).

In diesem Jahr sind wieder zehn internationale Tourismusmessen und zwei Workshops geplant. So präsentiert sich der Schwarzwald in Frankreich bei der Alleo/DZT-Bahnkampagne mit Werbespots, Anzeigen, Online-Auftritten und Marketingaktionen in TGV-Schnellzügen. Aus Israel waren mehrere Journalisten zur Recherche im Schwarzwald.

Die STG bucht außerdem Marketingpakete der TMBW für Frankreich, Großbritannien, Italien, Niederlande, Schweiz, China, USA, Japan und Russland, um die Angebote ihrer 320 Mitgliedsorte auf den jeweiligen Märkten zu positionieren.

Orte werben im Pool Arbeitskreis Auslandsmarketing gemeinsam

Um wichtige Auslandsmärkte noch intensiver und dennoch kostengünstig zu bearbeiten, hat die Schwarzwald Tourismus GmbH mit interessierten Orten 2012 den „Pool Arbeitskreis Auslandsmarketing“ (PAK) gebildet. Er kooperiert eng mit der TMBW und der DZT.

PAK-Mitglieder sind aktuell die Hochschwarzwald Tourismus GmbH, die Gemeinde Baiersbronn sowie die Städte Karlsruhe, Freiburg und Freudenstadt. Jedes Mitglied bringt ein festes Marketingbudget ein, das durch die STG noch aufgestockt wird. Im Fokus der Aktivitäten des Arbeitskreises stehen 2013 die Auslandsmärkte Belgien, Niederlande, Luxemburg, Frankreich, Schweiz, USA und Israel.



Intensive Öffentlichkeitsarbeit für den Schwarzwald

In der Schweiz wirbt der Pool-Arbeitskreis ganzjährig mit dem Bahnreiseveranstalter Railtour Suisse. Die PAK-Orte sind in dessen Deutschlandkatalog, in verschiedenen Newslettern, auf Plakaten, in Bussen und Bahnen in Zürich, in Online-Auftritten und in wichtigen Reisebüros präsent.

In Frankreich präsentiert sich der PAK über Presseaussendungen und exklusive Schwarzwald-Newsletter der DZT sowie mit einem Presseevent im Herbst in Paris.

In Israel wurde bei einer Delegationsreise im Herbst 2012 eine enge Kooperation mit dem Veranstalter Ophir Tours in Tel Aviv vereinbart. Er informiert seither auch mit einem Internet-Auftritt in hebräischer Sprache über die Region. Der Schwarzwald hat nach Angaben des Deutschen Tourismusbüros in Tel Aviv 2012 sogar Berlin den Rang als beliebtestes Reiseziel der Israelis in Deutschland abgenommen. Besonders gefragt sind Familienurlaub und naturnahe Entspannungsreisen in den Schwarzwald.

In den Niederlanden und Belgien wird mit zahlreichen Kooperationen und Workshops in Zusammenarbeit mit der DZT um neue Gäste geworben. Dazu kommen Presseinfos und Journalistenreisen. Die Niederlande ist mit 271.895 Gästeankünften und 697.665 Übernachtungen nach der Schweiz der wichtigste Auslandsmarkt, war 2012 aber leicht rückläufig.

In New York wirbt der PAK mit einem Presseworkshop „Visit Europe Media Exchange“ für den Schwarzwald und informiert Journalisten in den USA gemeinsam mit der DZT.

Im September präsentieren sich die PAK-Mitglieder außerdem auf der DZT-Roadshow Destino Alemania in Brasilien.

Mitglied im „Pool Arbeitskreis Auslandsmarketing“ der STG kann jeder Ort oder jede touristische Werbegemeinschaft der Ferienregion werden. Auch Nichtmitglieder können sich an den Werbemaßnahmen gegen entsprechende Kostenübernahme beteiligen.

Ansprechpartnerin bei der STG für Orte ist Maxi Wähnert, Tel. 0761.89646-81, waehnert@schwarzwald-tourismus.info.

Die 15 wichtigsten Quellmärkte der Auslandsgäste im Schwarzwald 2012

Herkunftsland:	Ankünfte		Übernachtungen		durchschn. Aufenthalts- dauer	Tage
	insgesamt Anzahl	Veränd. gegen Vorjahr %	ingesamt Anzahl	Veränd. gegen Vorjahr %		
1. Schweiz	611 794	+ 11,4	1 249 108	+ 10,9	2,0	2,0
2. Niederlande	271 895	- 0,9	697 665	- 2,7	2,6	2,6
3. Frankreich	232 716	+ 7,1	464 841	+ 5,7	2,0	2,0
4. Belgien	90 286	+ 4,1	283 562	+ 1,8	3,1	3,1
5. Vereinigtes Königreich	73 355	- 0,3	180 584	+ 0,4	2,5	2,5
6. Italien	78 868	+ 1,0	170 877	+ 4,6	2,2	2,2
7. Russische Föderation	38 310	+ 25,2	142 664	+ 24,7	3,7	3,7
8. Vereinigte Staaten	57 963	+ 4,1	136 536	+ 8,1	2,4	2,4
9. Österreich	63 180	+ 9,1	134 801	+ 11,2	2,1	2,1
10. Luxemburg	43 613	+ 3,5	133 259	- 0,3	3,1	3,1
11. Israel	29 877	+ 39,9	122 189	+ 47,9	4,1	4,1
12. Spanien	36 461	- 2,1	91 771	- 2,3	2,5	2,5
13. Arabische Golfstaaten	20 360	+ 63,0	65 159	+ 50,3	3,2	3,2
14. Polen	18 518	+ 8,2	57 790	+ 24,4	3,1	3,1
15. China (einschl. Hongkong)	30 042	+ 26,5	56 509	+ 25,4	1,9	1,9

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg
Bitte beachten: Neues Beherbergungsgesetz seit 2012