

Schwarzwald Tourismus GmbH (STG)

Dr. Ulrike Lehmann, Leiterin PR/Kommunikation
Ludwigstr. 23, D-79104 Freiburg

Telefon +49 761.89646-72
Telefax +49 761.89646-70
E-Mail presse@schwarzwald-tourismus.info
Internet www.presse.schwarzwald-tourismus.info



Grosse Einrichtungen und Events helfen dem Schwarzwaldtourismus

Plädoyers für eine Authentizität im Tourismus und bessere Inszenierungen der Gegebenheiten

Jahresthemen und Projekte wie „Zukunftsmobilität (ZUMO) zum Automobilsommer 2011, Einrichtungen wie der Europa-Park Rust, Gewinnspiele, die Inszenierung großer Badeparadiese und größere Events stellen die Bandbreite touristischer Angebote dar. Mit ihnen werden Geschichten erzählt und Erlebniswelten geschaffen, die den Urlaub zu einer einzigartigen Erfahrung werden lassen und durch die der Gast sich gern an seine Zeit in der Region erinnern wird. Dies ist das Ergebnis einer Podiumsdiskussion mit Andreas Braun, Geschäftsführer der Tourismus--Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW), Stuttgart; Christian Klaiber, Geschäftsführer des Steinbeis Beratungsunternehmen in Trossingen; Frank Bischoff, Marketingleiter beim SWR Fernsehen in Baden-Baden; Michael Kreft von Byern, Beauftragter der Geschäftsführung der Europa-Park Freizeit- und Familienpark Mack KG; Josef Wund, Architekt und Christopher Krull, Geschäftsführer der Schwarzwald Tourismus GmbH.

Mehr und mehr wird der Urlauber und Tourist zu einem „multioptionalen Gast, der begeistert werden möchte. Dazu gehören Authentizität, Geschichten, die erzählt werden, Erlebnisse die begeistern und einmalig für den Gast sind. Eine große Aufgabe für die Touristiker ist es, solch eine Erlebnisvielfalt immer wieder neu zu entwickeln und sich teilweise auch immer wieder neu zu erfinden“, so Andreas Braun, Geschäftsführer der Tourismus--Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW), Stuttgart.

Auch die Wirtschaft, Wissenschaft und Industrie rücken mehr und mehr mit dem Tourismus zusammen. Die Feier des Automobils beim **Automobilsommer 2011** in Baden-Württemberg ist ein Beispiel von mehreren großen Events, die den Touristen anziehen. Auch hier geht es darum, die Geschichte des Automobils in der Vergangenheit, in der Gegenwart und in der Zukunft aus dem Ursprungsland des Automobils so aufzubereiten und zu erzählen, dass der Gast ein sinnliches Erlebnis erfährt.

Christian Klaiber, Geschäftsführer des Steinbeis Beratungsunternehmen in Trossingen, entwickelte das **Projekt ZUMO** federführend mit der STG und der IHK für den Automobilsommer 2011 und er unterstreicht die gelungene Fusion von Automobilität und

Tourismus: „Das Projekt soll aufzeigen, wie der Urlauber sich zukünftig in seinem Freizeitverhalten und seiner Mobilität verhalten wird.“ Derzeit werden dafür passende Urlaubsorte und Regionen im Schwarzwald gesucht, die über eine Energiekonzeptversorgung und über umweltfreundliche Hotels verfügen.

Auch der SWR und die **Erfolgsserie „Die Fallers“**, die im Schwarzwald spielt, haben die partnerschaftlichen Vorzüge von Fernsehen und Schwarzwald-Tourismus erkannt und ein ausgesprochen beliebtes **Gewinnspiel** mit der Schwarzwald Tourismus GmbH veranstaltet. Daraus ergibt sich eine Win-Win-Situation: Der Fernsehzuschauer lernt den Schwarzwald kennen und lieben und die Fallersfamilie freut sich über eine eingeschworene Fan-Community. Frank Bischoff, Marketingleiter beim SWR Fernsehen in Baden-Baden freut sich über den partnerschaftlichen Erfolg: „So haben wir TV und Tourismus zusammengebracht. Alle Ziele sind somit erreicht. Dank auch der Kooperation mit der STG und den teilnehmenden Orten, Bürgermeistern und Touristikern. Das nächste Event mit über 100 Teilnehmern auf der Hochburg bei Emmendingen, wo unsere Gäste den Burgschatz mit Hilfe von Geocaching finden wollen, wird uns wieder begeisterte Zuschauerzuschriften bescheren.“

Nach den Erfolgen in Erdingen und Bad Wörrishofen folgt nun das **Badeparadies Schwarzwald** am Titisee mit einer Gesamtfläche von nahezu 10.000 qm², das in etwa in einem halben Jahr eröffnet wird. Vital-Oase, Saunalandschaft, Sportbecken, Wellenbad, Poolbars, Rutschen und über 180 Palmen aus der Südsee locken die Gäste aus Nah und Fern. Die Investoren und Kooperationspartner aus der Wirtschaft und den Kommunen sind sich sicher, dass dies besonders dem Hochschwarzwald neue Impulse geben wird.

Josef Wund, Architekt des Badeparadieses, ist begeistert über die Möglichkeiten, die geboten werden, aber auch über die große Kooperationsbereitschaft angrenzender Orte: „Wir haben hier eine hohe Tourismusintensität, eine sehr hohe Bekanntheit der Region und wir hatten fantastische Voraussetzung durch die kommunale Unterstützung. Nicht nur einen Ort, sondern auch die Orte aus der Nachbarschaft haben sich gemeinschaftlich finanziell engagiert.“

International großen Zuspruch erfährt bereits seit längerem der **Europa-Park Rust** mit vier Millionen Besuchern jährlich. Michael Kreft von Byern, Beauftragter der Geschäftsführung der Europa-Park Freizeit- und Familienpark Mack KG, betont mit seinem Angebot künstlicher Welten dennoch den Anspruch auf Authentizität: „Wir sind in der glücklichen Lage, dass der Freizeitpark in einer wunderbaren Urlaubsregion liegt und haben das Thema „Europa“ aufgegriffen. Dieses Thema hat den Nerv der Zeit getroffen. In unseren Shows und auch in der Ausgestaltung der Themenbereiche bringen wir möglichst viel Authentizität hinein. In der Kombination mit der Bilderbuchlandschaft des Schwarzwaldes und der guten Zusammenarbeit mit der Schwarzwald Tourismus GmbH, sind der Europa-Park und das neue Badeparadies sicherlich ganz bedeutende Partner, wenn es darum geht, das Urlaubserlebnis um den Faktor Freizeiteinrichtungen optimal zu ergänzen.“



In der Podiumsdiskussion anlässlich der Jahrestagung der Schwarzwald Tourismus GmbH wurde deutlich, dass die angebotenen Events und Erlebnisorte stets auch im Einklang mit der Region Schwarzwald, ihrer Tradition und Geschichte stehen müssen, um sich zum Standort zu bekennen und authentisch zu wirken. Nur glaubhafte Events werden so langfristig Erfolge erzielen.