

Interview

Der Fokus liegt auf dem Projekt „Radreiseregion“

Die Wangenerin Belinda Unger vom „Tourismus Württembergisches Allgäu“ über Messen und Marketingstrategie

WANGEN - Oberschwaben und das Württembergische Allgäu haben zuletzt - vor allem dank Center Parcs - einen satten Gästezuwachs verzeichnet. Auch bei der derzeit laufenden Reisesmesse CMT in Stuttgart ist der Besucherandrang riesig. Die Geschäftsführerin des hiesigen Tourismus-Zweckverbands Belinda Unger spricht im Interview mit SZ-Redakteur Bernd Treffler über die neue strategische Ausrichtung, die „Radreiseregion“ als aktuellen Schwerpunkt und über den Stand bei den weiteren Rad-Projekten in der Region Wangen.

Im Herbst 2018 hat sich der Zweckverband „Tourismus Württembergisches Allgäu“ (TWA) strategisch neu aufgestellt: Weg vom Marketing nach außen, hin zum Dienstleister nach innen. Wie fällt bislang Ihre Bilanz aus?

Belinda Unger: Wir sehen uns zukünftig als Service- und Netzwerkagentur sowie als Produktentwicklungsplattform. Weiterhin streben wir keine eigenen Marketingaktivitäten im Sinne von Kommunikation in

Richtung Gast an. Für Produkte, die wir (mit)entwickeln, suchen wir geeignete Kommunikationskonzepte und -plattformen. Innenmarketing soll Bestandteil der Service- und Netzwerkplattform sein. Herzstück ist dabei unsere Tourismusakademie, mit der wir im Januar 2019 gestartet sind. In neun Seminaren konnten wir 322 Teilnehmer begrüßen. Die angebotenen Seminare richten sich an unsere Beherbergungsbetriebe, an unsere Gästeführer und an die Kolleginnen und Kollegen in den Tourist-Informationen. Die Rückmeldungen der Teilnehmer sind durchweg positiv und sehr erfreulich und bestätigen uns darin, hier auf dem richtigen Weg zu sein. Viele berichten, dass Sie neue Impulse bekommen und sich gut aufgehoben und wahrgenommen fühlen.

Was bedeutet diese neue touristische Ausrichtung für die laufende Urlaubsmesse CMT?

Auch hier bleiben wir unserer Zukunftsstrategie treu und haben uns von dem Thema Messen vorerst verabschiedet. Wir waren jahrelang als Zweckverband unter dem Dach der

Oberschwaben Tourismus GmbH (OTG) mit einem Counter vertreten. Zweimal hatten wir zusätzlich noch einen Platz unter dem Dach Allgäu bespielt. Allein schon der personelle Aufwand, eine zehntägige Messe an zwei Standorten abzudecken, ist eine große Herausforderung. Dazu kommt, dass für eine Messteilnahme auch nicht unerhebliche Kosten an Standgebühr anfallen. Das heißt aber nicht, dass von uns gar nichts auf der Messe zu finden ist. Die Oberschwaben Tourismus GmbH wird wie gewohnt ihre Produkte und Themen an einem Stand präsentieren. Bei so gut wie in allen Geschäftsfeldern der OTG sind die TWA-Gemeinden mit dabei und vertreten. Zu nennen sind hier die Oberschwäbische Barockstraße, die Radfernwege Donau-Bodensee-Weg und Oberschwaben-Allgäu-Weg oder das Thema Reismobilitätstourismus. Weiterhin werden unsere Kollegen von Westallgäu Tourismus unter dem Allgäu-Dach einen Infocounter anbieten. Hier verbindet uns unser gemeinsames Projekt Kraftquelle Allgäu mit den Themen Kräuter und Samstagspilgern.

Für die nächste CMT steht auf jeden Fall die Teilnahme an der Tochtermesse „Fahrrad- und WanderReisen“ auf unserem Programm. Diese Messe findet immer am ersten Messewochenende statt. Dort werden wir dann unser aktuell in der Umsetzung befindliches großes Radprojekt präsentieren und werden, wenn alles gut geht, auf der nächstjährigen CMT zum vom Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Club (ADFC) zertifizierten „Rad-ReiseRegion“ gekürt.

Stichwort Radreiseregion: Wie ist bei dem neu konzipierten Radwegenetz mit diversen Touren der aktuelle Stand und der geplante weitere Verlauf?

Der aktuelle Stand ist, dass die Schilder produziert wurden. Wir werden, wie es die Witterung zulässt, im Frühjahr die Beschilderung montieren, damit dann die Befahrung und Überprüfung durch den ADFC vorgenommen werden kann. Unser Ziel ist es ja, zertifiziert zu werden. Parallel dazu sind wir dabei, eine Radkarte und Infotafeln zu erstellen. Auch unser Tourenplaner ist in Arbeit und wird in die

neue Homepage, an der wir ebenfalls mit Hochdruck arbeiten, integriert. Zeitgleich bereiten wir eine Kampagne vor, um Beherbergungsbetriebe zu gewinnen, die sich als Allgäu-Radexperten und/oder Bett & Bike-Betriebe im Projekt einbringen.

Wie wollen Sie das neue Radwegenetz wirkungsvoll bewerben, wenn Sie von der Strategie des Außenmarketings abgekommen sind? Das ist kein Widerspruch zu unserer Ausrichtung, denn wir haben ja festgelegt, dass wir für Produkte, die wir (mit)entwickeln, geeignete Kommunikationskonzepte und -plattformen suchen. Das wird auch bei der „Rad-ReiseRegion“, die übrigens den hübschen Namen „Naturschatzkammern“ tragen wird, so der Fall sein. Wir werden die konkrete Marketingplanung und -strategie in diesem Jahr festlegen. Unsere übergeordneten Verbände wie die Oberschwaben Tourismus GmbH und die Allgäu GmbH bieten uns dazu hervorragende Plattformen, die wir (mit)nutzen werden. Auch eine geeignete Kommunikations- und Marketingplatt-

form für unsere „RadReiseRegion“ ist, wie vorher schon erwähnt, die CMT-Tochtermesse „Fahrrad- und WanderReisen“, bei der wir nächstes Jahr auf alle Fälle dabei sein werden. In diesem Jahr steht hierzu auch die Teilnahme am Publikumstag im Rahmen der „Eurobike“ in Friedrichshafen auf dem Programm.



Die Tourismusregion ist auf der Reisesmesse CMT zwar nicht persönlich vor Ort, aber mit ihren Broschüren beispielsweise am OTG-Stand präsent, wie Belinda Unger zeigt.

FOTO: PRIVAT

Der Fokus liegt auf dem Projekt „Radreiseregion“

Die Wangenerin Belinda Unger vom „Tourismus Württembergisches Allgäu“ über Messen und Marketingstrategie

WANGEN – Oberschwaben und das Württembergische Allgäu haben zuletzt – vor allem dank Center Parcs – einen satten Gästezuwachs verzeichnet. Auch bei der derzeit laufenden Reisemesse CMT in Stuttgart ist der Besucherandrang riesig. Die Geschäftsführerin des hiesigen Tourismus-Zweckverbands Belinda Unger spricht im Interview mit SZ-Redakteur Bernd Treffler über die neue strategische Ausrichtung, die „Radreiseregion“ als aktuellen Schwerpunkt und über den Stand bei den weiteren Rad-Projekten in der Region Wangen.

Im Herbst 2018 hat sich der Zweckverband „Tourismus Württembergisches Allgäu“ (TWA) strategisch neu aufgestellt: Weg vom Marketing nach außen, hin zum Dienstleister nach innen. Wie fällt bislang Ihre Bilanz aus?

Belinda Unger: Wir sehen uns zukünftig als Service- und Netzwerkagentur sowie als Produktentwicklungsplattform. Weiterhin streben wir keine eigenen Marketingaktivitäten im Sinne von Kommunikation in Richtung Gast an. Für Produkte, die wir (mit)entwickeln, suchen wir geeignete Kommunikationskonzepte und -plattformen. Innenmarketing soll Bestandteil der Service- und Netzwerkplattform sein. Herzstück ist dabei unsere Tourismusakademie, mit der wir im Januar 2019 gestartet sind. In neun Seminaren konnten wir 322 Teilnehmer begrüßen. Die angebotenen Seminare richten sich an unsere Beherbergungsbetriebe, an unsere GästeführerInnen und an die Kolleginnen und Kollegen in den Tourist Informationen. Die Rückmeldungen der Teilnehmer sind durchweg positiv und sehr erfreulich und bestätigen uns darin, hier auf dem richtigen Weg zu sein. Viele berichten, dass Sie neue Impulse bekommen und sich gut aufgehoben und wahrgenommen fühlen.

Was bedeutet diese neue touristische Ausrichtung für die laufende Urlaubsmesse CMT?

Auch hier bleiben wir unserer Zukunftsstrategie treu und haben uns von dem Thema Messen vorerst verabschiedet. Wir waren jahrelang als Zweckverband unter dem Dach der Oberschwaben Tourismus GmbH (OTG) mit einem Counter vertreten. Zweimal hatten wir zusätzlich noch einen Platz unter dem Dach Allgäu bespielt. Allein schon der personelle Aufwand, eine zehntägige Messe an zwei Standorten abzudecken, ist eine große Herausforderung. Dazu kommt, dass für eine Messeteilnahme auch nicht unerhebliche Kosten an Standgebühr anfallen. Das heißt aber nicht, dass von uns gar nichts auf der Messe zu finden ist. Die Oberschwaben Tourismus GmbH wird wie gewohnt ihre Produkte und Themen an einem Stand präsentieren. Bei so gut wie in allen Geschäftsfeldern der OTG sind die TWA-Gemeinden mit dabei und vertreten. Zu nennen sind hier die Oberschwäbische Barockstraße, die Radfernwege Donau-Bodensee-Weg und Oberschwaben-Allgäu-Weg oder das Thema Reisemobiltourismus. Weiterhin werden unsere Kollegen von Westallgäu Tourismus unter dem Allgäu-Dach einen Infocounter anbieten. Hier verbindet uns unser gemeinsames Projekt Kraftquelle Allgäu mit den Themen Kräuter und Samstagspilgern. Für die nächste CMT steht auf jeden Fall die Teilnahme an der Tochtermesse „Fahrrad- und WanderReisen“ auf unserem Programm. Diese Messe findet immer am ersten Messewochenende statt. Dort werden wir dann unser aktuell in der Umsetzung befindliches großes Radprojekt präsentieren und werden, wenn alles gut geht, auf der nächstjährigen CMT zur vom Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Club (ADFC) zertifizierten „RadReiseRegion“ gekürt.

Stichwort Radreiseregion: Wie ist bei dem neu konzipiertes Radwegenetz mit diversen Touren der aktuelle Stand und der geplante weitere Verlauf?

Der aktuelle Stand ist, dass die Schilder produziert wurden. Wir werden, wie es die Witterung zulässt, im Frühjahr die Beschilderung montieren, damit dann die Befahrung und Überprüfung durch den ADFC vorgenommen werden kann. Unser Ziel ist es ja, zertifiziert zu werden. Parallel dazu sind wir dabei, eine Radkarte und Infotafeln zu erstellen. Auch unser Tourenplaner ist in Arbeit und wird in die neue Homepage, an der wir ebenfalls mit Hochdruck arbeiten, integriert. Zeitgleich bereiten wir eine Kampagne vor, um Beherbergungsbetriebe zu gewinnen, die sich als Allgäu-Radexperten und/oder Bett & Bike-Betriebe im Projekt einbringen.

Wie wollen Sie das neue Radwegenetz wirkungsvoll bewerben, wenn Sie von der Strategie des Außenmarketings abgekommen sind?

Das ist kein Widerspruch zu unserer Ausrichtung, denn wir haben ja festgelegt, dass wir für Produkte, die wir (mit)entwickeln, geeignete Kommunikationskonzepte und -plattformen suchen. Das wird auch bei der „RadReiseRegion“, die übrigens den hübschen Namen „Naturschatzkammern“ tragen wird, so der Fall sein. Wir werden die konkrete Marketingplanung und -strategie in diesem Jahr festlegen. Unsere übergeordneten Verbände wie die Oberschwaben Tourismus GmbH und die Allgäu GmbH bieten uns dazu hervorragende Plattformen, die wir (mit)nutzen werden. Auch eine geeignete Kommunikations- und Marketingplattform für unsere „RadReiseRegion“ ist wie vorher schon erwähnt, die CMT-Tochtermesse „Fahrrad- und WanderReisen“, bei der wir nächstes Jahr auf alle Fälle dabei sein werden. In diesem Jahr steht hierzu auch die Teilnahme am Publikumstag im Rahmen der „Eurobike“ in Friedrichshafen auf dem Programm.