

# information 2011

FUTURE-Tourismusberatung Dr. Heike Glatzel

[www.futour.com](http://www.futour.com)

# FUTURE



Die Umsetzungsberatung.



Foto: fancy

Mit und für die Bürger. 2010 war das Thema Bürgerbeteiligung in aller Munde. Es zeigte sich, dass ein Verzicht auf die Einbindung der Bürger bei Planung und Entwicklung zu Akzeptanzproblemen der Projekte führen kann.

In der Tourismus- und Regionalentwicklung ist die Einbeziehung von Bürgern und Akteuren eigentlich nichts Neues. TourismusLeitbilder, Regionalentwicklungskonzepte und mehr setzen – auf jeden Fall in der FUTURE-Praxis – schon seit Jahren auf das Prinzip „Mit und für die Akteure“. Dadurch wird gewährleistet, dass Akzeptanz und Begeisterung für neue Ideen und innovative Projekte geweckt und der Kreativitätspool vieler genutzt wird. Das Prinzip ist gleich geblieben, auch wenn sich die Methoden (Open Space, World Café) und die Themen (Neuromarketing, Guerilla Marketing) geändert haben. FUTURE setzt auf das Prinzip „Miteinander“, wie die Beispiele zeigen. Vielleicht ist es an der Zeit, dass die Politik vom Tourismus lernt?

*Dr. Heike Glatzel*

## Wandern in Familie -

### Wie man Kindern spielend Beine macht!

Das Thema „Familienwanderwege“ wird in der Presse derzeit häufig besprochen, doch in den deutschen Regionen sind Angebote mit entsprechender Vermarktung kaum vorhanden. Das Reise-land Sachsen greift nun dieses Thema bewusst auf, dazu müssen die für Familien besonders empfehlenswerten Wanderungen aus der Vielzahl der Wanderwege herausgefiltert werden. Um fachkundig und neutral die Wege zu beurteilen, wurde FUTOUR-Nordost, vertreten durch Miriam Drögsler, für eine erste Auswahl um Unterstützung gebeten. Doch die Beurteilung, welche Wanderwege für Familien besonders interessant sind, ist nicht leicht. Die Interessen sind so verschieden wie die Familien selbst. Schon die Streckenlänge eines familiengerechten Wanderweges zu definieren, ist unmöglich. Für Familien mit kleinen Kindern können 2 km schon zu viel sein, Familien mit Teenagern legen

weitere Wege zurück. Was kennzeichnet also „familienfreundliche Wanderwege“? Bei allen Familien gleichermaßen beliebt sind die kleinen und großen Highlights entlang des Weges - Highlights, die die Natur bietet: Bachläufe, Wasserfälle, abenteuerliche Schluchten, blühende Wiesen, und Highlights, die der Mensch geschaffen hat: Erlebnis- und Mitmachstationen, Tierparks, Rast- und Spielplätze usw. Von diesen Highlights nehme man möglichst



Foto: Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH; Fotograf: René Gaens

viele in kurzen Abständen, dazu ein bisschen Regionalität, eine gutes Beschilderungssystem und kreatives, zielgruppengerechtes Infomaterial, gern auch

mit Rätseln und Spielvorschlägen – und fertig ist ein toller Familienwanderweg. Für den Hohnsteiner Kasperpfad in der Sächsischen Schweiz gibt es z. B. eine „Rubbelkarte“. Kinderwagen-Wanderungen können per Download im Internet abgerufen werden. Touren wie „Fichtelchens Erlebnispfad“ versprechen Abenteuerspaß pur. Der Bergmännleinpfad bei Seiffen fördert die Geheimnisse der Bergbauregion zu Tage. Bei Familien mit größeren Kindern ist Geocaching der Renner. Ausgestattet mit Karte und GPS-Gerät, gilt es, anhand der Koordinaten im Dickicht von Wäldern Rätsel zu lösen und Schätze aufzuspüren. Möchten auch Sie Ihre Region fit machen für wanderbegeisterte Familien? Wir helfen Ihnen gern.

FUTOUR Nordost, Miriam Drögsler,  
Tel. 03528 /45 59 60, nordost@futour.com

## Qualität im Weintourismus

### Wein wirkungsvoll in Szene setzen

Vor dem Hintergrund der wachsenden Genussorientierung bietet der Weintourismus interessante Ansätze zur Destinationsentwicklung. Wein ist ein Stück Lebenskultur. Ziel ist es, den Gast das Weinerlebnis spüren und genießen zu lassen. Doch was begeistert den Gast? Grundsätzlich gilt: die „Wein-Qualität“ muss stimmen, dazu zählen gute Weine, ein umfangreiches Weinangebot und eine hohe Weinkompetenz aller Partner. „Der potentielle Weintourist ist Weinkenner oder möchte einer werden“ bemerkte Dr. Heike Glatzel im Rahmen des DSFT- Weintourismusseminars und Workshops „Weinerlebnis Rheinhessen“. Zur „Wein-Qualität“ gehört eine exzellente Servicequalität. Doch um den Gast zu begeistern, müssen auch die weichen Faktoren wie Ambiente und Atmosphäre stimmen. Das Zusammenspiel von Qualität mit Emotion und Atmosphäre ist bei allen touristischen Produktlinien gefragt. Auch diese „weichen Kriterien“ lassen sich systematisch entwickeln und umsetzen – wie die FUTOUR-Praxis zeigt. Nur Mut!



Foto: Kristoferitsch

## Guerilla-Marketing Münsterland

### „Sie haben ein Knöllchen bekommen“

Eine ungewöhnliche Aktion wurde 2010 im Münsterland durchgeführt. Eine bizarre Postkarte mit dem Schriftzug „Sie haben ein Knöllchen bekommen!“ fanden Autofahrer hinter den Scheibenwischern ihrer Autos. Damit wurden „echte Knöllchen“ für Balkon und Garten verlost und für die Angebote von „Das Münsterland- Die Gärten und Parks“ geworben. 15 Gemeinden beteiligten sich mit Enthusiasmus an der zweiten Guerilla-Marketing-Aktion im Rahmen der von FUTOUR betreuten „Gartenakademie Münsterland“. ... und so viel sei verraten auch 2011 gibt es wieder eine Guerilla-Marketing-Aktion im Münsterland.

[www.gaerten.muensterland.de](http://www.gaerten.muensterland.de)



## +++ Aktuelles +++

### → ÄGYPTEN

#### „Green Star Hotel Initiative“ geht weiter!

Ägypten geht modernen Zeiten entgegen, da ist es für die Hotelindustrie selbstverständlich an der umweltfreundlichen Entwicklung der Betriebe festzuhalten bzw. diese weiter zu entwickeln. Wir freuen uns über die Tatkraft der ägyptischen Partner. So geht es mit der „Green Star Hotel Initiative“ ein Projekt von AGE Consultants e.G. weiter. Dr. Heike Glatzel ist u.a. im Bereich Training in das Projekt eingebunden. [www.greenstarhotel.net](http://www.greenstarhotel.net)

### → Zukunft Vessertal – Thüringer Wald

Der moderierte Diskussionsprozess zur Erweiterung und Entwicklung des ältesten Biosphärenreservates Deutschlands ist gestartet. FUTOUR – vertreten durch Dr. Heike Glatzel und Dieter Popp führen durch den 18 Monate dauernden Prozess der Bürgerbeteiligung. Aktuelles zum Geschehen auf der Projekt-Website: [www.zukunft-vessertal-thueringer-wald.de](http://www.zukunft-vessertal-thueringer-wald.de)

### → Servicequalität mit Regionalität und Ambiente koppeln

In Altmühlfranken und im Fränkischen Seenland ist die Service-Q-Schulung mit einem Seminar „Regionalität und Ambiente“ durch Dr. Heike Glatzel verknüpft. „Regionalität“ richtet sich an Hoteliers und Gastronomen, es geht z.B. um Aktionswochen, Zusatzverkauf und die Speisekarte. Bei „Ambiente“ dreht sich alles um die richtige Atmosphäre für den Gast. Besprochen wird z.B. der Einsatz von Farbe, Licht, Materialien. Wichtige Übungen sind das Identifizieren von Atmosphäre-Killern und Atmosphäre-Trägern.

### → Tourismuskonzept „Stadt Vellberg“

Die mittelalterliche Stadt Vellberg ist einfach ein Schmuckstück. Doch reicht das, um sich auf dem Tourismusmarkt zu behaupten? Leider nicht, deswegen wird mit Unterstützung von FUTOUR und in Zusammenarbeit mit zahlreichen Akteuren ein Tourismuskonzept erarbeitet. Es gilt die drei Fragen zu beantworten: Wer sind wir? Was wollen wir? und Wie kommen wir dorthin?

„Zukunft ist nicht vorhersagbar, aber gestaltbar.“

## Weniger ist mehr

### Zeit zur Profilierung im Radtourismus

Radfahren und Wandern sind weiterhin die Klassiker im Deutschlandurlaub. Das Radfahren ist eine der wichtigsten Freizeitbeschäftigungen der Gäste im Urlaub und das radtouristische Angebot in Deutschland wächst: Laut ADFC (Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club) ist die Anzahl der Radfernwege in den vergangenen 10 Jahren in Deutschland auf über 200 Routen gestiegen. Fünf bis zehn neue Radfernwege kommen jedes Jahr auf den Markt.

Radtourismus kann ein bedeutender Wirtschaftsfaktor sein, wie der Elberadweg – wiederholt Platz 1 der ADFC-Befragung „beliebtester Radfernweg“ – mit einem jährlichen Umsatz von ca. 30 Mio. Euro zeigt.

Angesichts der wachsenden Konkurrenz und der wandelnden Ansprüche der Gäste gilt es, das Radangebot in den Regionen zu profilieren.

Häufig wurde in der Vergangenheit der Fehler begangen „Alles und Jedes“ an das radtouristische Angebot anzubinden. Zahlreiche Radwege mit Umwegen und Schlaufen sind entstanden. Zu gerne wollte man die regionalen Sehenswürdigkeiten mit dem Radweg verbinden. Verständlich, aber oft nicht im Sinne des Gastes. Der Radfahrer (auch der Freizeitradler) möchte gerne eine Strecke zurücklegen mit klarem Anfang und eindeutigem Ziel und einer kurzen, attraktiven Zwischenverbindung. Gerade deswegen sind Flussradwege so beliebt. In verschiedenen Destinationen wird aktuell das radtouristische Angebot nach



Foto: adpic

dem Motto „Weniger ist mehr“ überarbeitet. So hat z. B. der Münsterland e.V. die 100-Schlösserroute „abgespeckt“ (zur Freude der Gäste, wie Rückmeldungen zeigten) und im Kreis Borken wird das Radangebot neu positioniert. So wurden im Projekt „Grenzenlose Naturerlebnisse“ durch FUTOUR statt einer großen kreisweiten Radroute spannungsvolle Tagestouren konzipiert. Die thematische Aufladung und Inszenierung ist eine weitere Profilierungsmöglichkeit. Ein Beispiel aus der FUTOUR-Praxis ist der Saale-Radwanderweg. Nach dem Tourismuskonzept 2004 / 2005 konnte FUTOUR jetzt im Rahmen von CrossCulTour die Positionierung mit „Burgen und Schlössern“ – weithin sichtbaren kulturhistorischen Zeitzeugen entlang der Saale – weiterentwickeln.

[www.grenzenlose-naturerlebnisse.de](http://www.grenzenlose-naturerlebnisse.de)

[www.saaleradwanderweg.de](http://www.saaleradwanderweg.de)

## Urlaub auf dem Bauernhof

### FUTOUR prüft 12 Betriebe in Bayern

Qualitätsmanagement ist in der Industrie hinlänglich bekannt. Jedoch das Produkt „Urlaub auf dem Bauernhof“ mit der Auszeichnung „geprüfter Urlaubsbetrieb“ in Anlehnung an DIN EN ISO 9001 zu versehen, ist relativ neu. Zwölf Betriebe in Bayern haben sich mit der ISO-Norm auseinandergesetzt, ein Handbuch erarbeitet und das Qualitätsmanagement von FUTOUR durch Dr. Heike Glatzel prüfen lassen. Ministerialrätin Dr. Viktoria Lofner-Meir betonte bei der Überreichung der Urkunden: „Diese Betriebe sind die Pioniere Bayerns, was die Qualität des Urlaubs auf dem Bauernhof angeht. Immerhin benötigen in Bayern 84 Prozent der landwirtschaftlichen Betriebe ein zusätzliches Einkommen.“ Die Bäuerinnen waren sichtlich stolz auf ihre Leistungen. Sie sind überzeugt vom Qualitätsmanagement und würden sich die Arbeit immer wieder machen.

[www.qualitaet-im-deutschlandtourismus.de](http://www.qualitaet-im-deutschlandtourismus.de) unter Landtourismus dann Bayern



# Wandern

## Marketingkonzept für den neuen Spessart-Premiumweg

Ein herausragender Wanderweg fehlt im Naturpark Hessischer Spessart, so das Ergebnis einer Machbarkeitstudie. Damit war die Idee eines Weitwanderweges geboren, die jetzt in einzelnen Schritten und mit verschiedenen Partnern umgesetzt wird. FUTOUR ist mit der Entwicklung des Marketing- und Kommunikationskonzeptes betraut.

Wandern ist so aktuell wie noch nie. So hatte z.B. eine Sendung der Reihe „W- wie wissen“ sogar die Entstehung eines Weitwanderweges zum Thema und zeigte Professor Rainer Brämer und Fritz Dänner (Naturpark Hessischer Spessart) bei der Entwicklung des Spessart-Premiumweges.

Ein Premiumweg ist durch 34 Kriterien zu Landschaft und Wegführung gekennzeichnet – vom Wegbelag über landschaftliche Akzente bis hin zu Sehenswürdigkeiten und der Erlebnisdichte ist alles dabei.

Auch in Blick auf die Wander-Mitbewerber gewinnt das Marketingkonzept für den Spessart-Premiumweg zunehmend an Bedeutung. Land auf Land ab entstehen Wanderangebote und alle bemühen sich um die Gruppe der „Wanderer“. Um sich hier einen Platz zu erobern und zu behaupten sind neue Ideen gefragt. Diese werden in bewährter FUTOUR-Weise gemeinsam mit den Akteuren vor Ort entwickelt.

[www.naturpark-hessischer-spessart.de](http://www.naturpark-hessischer-spessart.de)



Foto: adpic

„Die Konkurrenz schläft nicht“ – Beispiele für Marketing-Aktionen zum Thema Wandern:

„Rothaarsteig – Weg der Sinne“  
konsequente Umsetzung des Logos in Design und Installation

Rheinsteig „Wandern auf Hohem Niveau“  
Zielgruppen spezifisch für internationale Gäste – durchgängig deutsch-englischer Marktauftritt

„Sauerländische Wandergasthöfe“  
werben mit stimmungsreichen Bildern und viel Emotionen



Dr. Heike Glatzel  
Dr. rer. nat.  
heike.glatzel@futour.com

*Viel zu spät begreifen viele  
die versäumten Lebensziele:  
Freude, Schönheit der Natur  
Gesundheit, Reisen und Kultur.  
Darum, Mensch, sei zeitig weise!  
Höchste Zeit ist 's! Reise, reise!!*

(Wilhelm Busch)



Gaby Binsteiner Stelzer  
Diplom –Geographin (Univ.)  
gaby.binsteiner@futour.com

### Das FUTOUR Netzwerk

- FUTOUR- Regionalberatung GmbH & Co. KG Dieter Popp, dieter.popp@futour.com
- FUTOUR-Tourismusberatung Dr. Heike Glatzel, heike.glatzel@futour.com
- FUTOUR-Tourismusberatung Peter Zimmer, peter.zimmer@futour.com
- FUTOUR-Nordost Miriam Drögsler, nordost@futour.com
- FUTOUR-Südwest Dirk Monath, suedwest@futour.com
- FUTOUR Projektbüro Rheingau, rheingau@futour.com

### FUTOUR – Die Umsetzungsberatung in Tourismus- und Regionalentwicklung

Das FUTOUR-Engagement  
FUTOUR bietet seit 20 Jahren ganzheitliche Lösungen im Tourismus. Unsere Leidenschaft liegt in der Realisierung innovativer Konzepte. Wir erstellen und realisieren innovative Tourismusleitbilder und Entwicklungskonzepte im In- und Ausland.

Die FUTOUR-Philosophie  
Unser Unternehmensleitbild sieht Kunden als Partner in einem Prozess. Wir arbeiten gemeinsam für Ihre Ziele!

Das FUTOUR-Team  
Unsere Praktiker/innen kombinieren Berufskompetenz mit Projekterfahrung.

Die FUTOUR-Lösungen  
Unsere Leistungen ergänzen wir mit der Fachkompetenz ausgewählter Partner und bieten unseren Kunden ganzheitliche Lösungen aus einer Hand.

- Wir bieten:
- Tourismus-, Marketing- und Entwicklungskonzepte
  - Tourismusleitbilder
  - Machbarkeits-Studien
  - Marketing (unsere Spezialität: Guerilla-Marketing)
  - Förderprogramm-/ Wettbewerbs-Akquise
  - Destinationsmanagement
  - Qualitätsmanagement
  - Produkt- und Angebotsentwicklung z.B. Kultur, Garten, Radfahren, Wandern, Familie, Kulinarik und Dorfvermarktung
  - Umweltberatung, Zertifizierungen, sanfte Mobilität
  - Training, Weiterbildung, Moderation

Gewinnen Sie Profil und Wettbewerbsfähigkeit durch eine spezifische Angebotsentwicklung durch FUTOUR. Nach dem Motto „Begeisterung ist übertragbar“ setzen wir uns gerne für unsere Kunden und deren Projekte ein.

Mehr Information unter [www.futour.com](http://www.futour.com) oder fragen Sie uns direkt:

Dr. Heike Glatzel  
FUTOUR-Tourismusberatung  
Kardinal-Döpfner-Str. 8  
80333 München  
Tel: 089 / 2424 1844  
Fax: 089 / 2424 1839  
Mobil: 0172/ 981 5621  
E-Mail: [heike.glatzel@futour.com](mailto:heike.glatzel@futour.com)  
[www.futour.com](http://www.futour.com)