



Anders als die Anderen

Foto: Bryce Newell – fotolia.com

### Das verdrängte Potenzial

#### Tagetourismus mit Profil

Gerade in ländlichen Regionen verdient der Tagetourismus mehr Beachtung. Ein Anteil von rund 60% der Tagesausgaben kann dabei als kalkulierbarer Wert gelten.

Allerdings fehlt dem Tagetourismus das eindeutige Profil. Denn hier gewinnt nur, wer vorher in sein Image investiert. Austauschbare Produktinhalte müssen durch Alleinstellungen ersetzt werden.

Überfällig ist daher eine langfristige konstruktive Zusammenarbeit von kommunaler Innenentwicklung und Tourismus. So reduzieren Leerstände im Innenbereich nicht nur den Einzelhandels-Umsatz, sie stellen auch Atmosphäre-Killer für die touristische Attraktivität dar.

Zu den Kernkompetenzen von FUTOUR gehört es, diese hier handelnden und gestaltenden Kräfte beim Dialog zu einer gemeinsamen Zukunftsperspektive zu unterstützen und Zukunftslösungen für einen Tagetourismus zu kreieren, mehr dazu auf Seite 3.

*Ihr FUTOUR-TEAM*

## Perspektive „Kommunale Wanderwege“

Von den zertifizierten Weitwanderwegen erwarten viele Tourismus-Destinationen wahre Wunder, wenn man die wachsende Zahl der nach den unterschiedlichen Systemen anerkannten Wege betrachtet. Neben dem Anteil am überregionalen Wanderwegenetz mit rund 600 km befinden sich in Altmühlfranken auf lokaler Ebene nochmals 1.400 km an Wanderwegen in kommunaler Verantwortung. Viele dieser Wege sind aber nicht oder mangelhaft gekennzeichnet. Und auf keinen dieser Wege soll verzichtet werden!

In Altmühlfranken wurde daher ein „Gestaltungs-Leitfaden Kommunale Wanderwege“ über die von FUTOUR Regionalberatung betreuten Kommunalen Allianzen erarbeitet. Da jetzt auch Zertifizierungen kürzerer Wanderwege möglich sind, eine durchaus auch interessante touristische Perspektive. Der Leitfaden hilft nun bei einer Aufwertung und einer besseren sowie vor allem einheitlichen Beschilderung all dieser zusätzlichen Wanderangebote.

Dieter Popp

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

## QR-Code, App & Co. – Neue Medien im Tourismus

Der Zugriff auf technische Hilfsmittel zur Informationsbeschaffung, Orientierung oder Kommunikation ist gang und gäbe, besonders bei Erlebnissen in der Freizeit.

Die neuen Medien sind Helfer zur Vermittlung, aber kein Selbstzweck. FUTOUR holt die Destinationen und ihre Gäste da ab, wo sie gerade stehen, so werden QR-Code, App & Co. in Konzepten immer da eingebaut, wo es einen echten Mehrwert bietet. Es gilt Authentizität und Emotionalität mit moderner Technik zu vereinen oder mit dieser zu vermitteln. Originale sind gefragt, aber mit den Mitteln der Zeit!

Dr. Heike Glatzel



**Lokales Funkeln im Landkreis Saarlouis**  
Am 15. Januar 2016 eröffnete Landrat Patrik Lauer die neue Internetseite [www.lokales-funkeln.de](http://www.lokales-funkeln.de), welche besondere Orte im Landkreis in 13 filmischen Kurzportraits (mit QR-Code vor Ort) zeigt. In jeder Kommune schlummern Kleinode, die von Einheimischen spontan, natürlich, ungestellt und typisch saarländisch vorgestellt werden, so dass der Funke der Begeisterung überspringt!

## Mit Bürgerbeteiligung zur Schwerpunktgemeinde

Die Gemeinde Neuler im baden-württembergischen Ostalbkreis ist neue Schwerpunktgemeinde des Entwicklungsprogramms Ländlicher Raum (ELR)!

Die Gemeinde hat durch das „Entwicklungskonzept für die Ortsteile der Gemeinde Neuler“ als Bewerbungsgrundlage für die nächsten 5 Jahre Fördervorrang und erhält erhöhte Fördersätze. Auf dem Weg zur Schwerpunktgemeinde wurde Neuler in einem reibungslosen Prozess nicht nur von FUTOUR, sondern auch von seiner engagierten Bevölkerung tatkräftig unterstützt – eine der wichtigsten Voraussetzungen für die Bewerbung. Im Rahmen von Ortsbegehungen und –versammlungen in den sechs

Ortsteilen der Gemeinde hatte jeder interessierte Bewohner die Möglichkeit sich einzubringen: Viele Hinweise, Wünsche und erste Projektideen konnten so dem FUTOUR-Team Dr. Heike Glatzel und Nele Meyer direkt vor Ort erklärt und gemeinsam konkretisiert werden. Dank dieser Methode wurde die aktuelle Situation in der Gemeinde bis aufs kleinste Detail erfasst. Der „Blick von außen“ ermöglichte den Anwoh-



nern eine neue Sichtweise auf ihre Orte und Bedürfnisse. Es entstanden weitere Projektideen, zum Beispiel der Erhalt und Nutzen der zahlreichen Streuobstwiesen als wichtiges Natur- und Kulturgut. Die Teilnehmerzahl bei den Ortsbegehungen hat die Erwartungen übertroffen und immer waren alle Generationen vertreten.

Nele Meyer

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

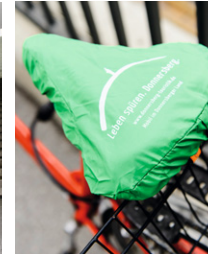


**Manfred Fischer, Bürgermeister der Gemeinde Neuler, zeigt sich sehr erfreut über die Auswahl und lobte die Zusammenarbeit und das Ergebnis:**

„Dank dem großen Engagement der Bürger sowie des professionellen Konzepts von FUTOUR wurde Neuler als Schwerpunktgemeinde im Entwicklungsprogramm Ländlicher Raum Baden-Württemberg anerkannt. Das Konzept hat alle Anforderungen uneingeschränkt erfüllt und wurde von den Verantwortlichen im Ministerium ausdrücklich gelobt. Meine Mitarbeiter, der Gemeinderat und die Bürger der betroffenen Ortsteile haben die Möglichkeit genutzt, ihre Ideen und Wünsche für die zukünftige Entwicklung einzubringen und sich gefreut diese im Konzept entsprechend wiederzufinden. Als Schwerpunktgemeinde werden wir die im Konzept formulierten Projekte nun Stück für Stück in die Tat umsetzen. Wir starteten noch Ende 2015 mit den ersten Maßnahmen. Vielen Dank an das Team von FUTOUR für die fachkundige und zuverlässige Arbeit!“



Landrat Winfried Werner, Günther Bolinius (Sparkasse Donnersberg), Gaby Binsteiner-Stelzer, Nele Meyer



## Donnersberg trifft Donnersbergerbrücke – Guerilla-Marketing-Aktion in München!

An einem Donnerstag im Juli kam das Donnersberger Land auf die Donnersbergerbrücke in München. Ganz nach dem Motto: „Donnersberg... mal ganz entspannt... ohne Brücke!“ machte diese kurze und prägnante Aktion auf das Donnersberger Land in der Pfalz aufmerksam.

In der von FUTOUR begleiteten Imagekampagne wird, verpackt in verschiedene Aktionen, das Lebensgefühl der Region ins Bewusstsein gerückt und nach außen transportiert.

Deshalb waren 25 Donnersberger Bürger extra nach München angereist und befragten, angeführt von Landrat Winfried Werner, die Münchner nach dem Namensgeber der Brücke, luden zu einem Gewinnspiel ein und warben für ihre Region. Mit viel Charme und Spaß an der Sache konnten die Donnersberger die Passanten überzeugen, dass das Donnersberger Land nicht nur schöner als die Donnersbergerbrücke, sondern sicher auch einen Besuch wert ist.

Großflächenplakate und die knallgrünen Sattelschützer auf den abgestellten Fahrrädern sorgten für viel Aufmerksamkeit. Eine gelungene Guerilla-Marketing-Aktion – denn die Münchner und Donnersberger-Presse berichtete umfangreich.

*Dr. Heike Glatzel*

### Imagekampagne „Leben spüren. Donnersberg.“

FUTOUR entwickelte für den Donnersbergkreis bzw. das Donnersberger Land eine LEADER-geförderte Imagekampagne. Zentrale Aufgaben waren hierbei die Konzeption, Detailplanung sowie die Initialisierung der Umsetzung der Kampagne für die Region rund um den Donnersberg. Ziel ist es, sowohl das Image der Region nach außen hin aufzubessern und diese bekannter zu machen, als auch die Identifikation der Bevölkerung mit ihrer Region zu erhöhen. Eine Wort-Bild-Marke wurde entwickelt und als Marke eingetragen. Über die Imagekampagne informieren die Projektwebseite und der elektronische Newsletter, z. B. wird über Marketingaktionen, Veranstaltungen, Inszenierungen rund um den Donnersberg berichtet. Zahlreiche ungewöhnliche Aktionen begleiten die Imagekampagne – schauen Sie mal rein [www.donnensberg-image.de](http://www.donnensberg-image.de)



## Ein Tourismuskonzept für Markt Heroldsberg

Tagesgäste und Ausflügler für Heroldsberg gesucht! FUTOUR unterstützt die familienfreundliche Gemeinde in der Nähe von Nürnberg dabei mit einem Tourismuskonzept. Die Gemeinde hat ein ansprechendes Ortsbild mit einigen Restaurants, Hotels und Geschäften. Die Sehenswürdigkeiten sind zumeist historische Gebäude und Bauwerke, die entlang eines Kulturrundweges zu sehen sind. Alles sehr schön, aber die Strahlkraft reicht nicht aus um nennenswert Tagesausflügler aus Nürnberg zu gewinnen. Jetzt gilt es, eine eindeutige, unverwechselbare Alleinstellung zu finden und zu inszenieren gemeinsam mit den Akteuren vor Ort.

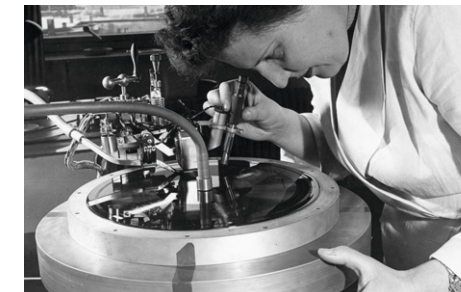
*Dr. Heike Glatzel*

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



## Nortorf – da steckt Musik drin!

Die Kleinstadt im Zentrum Schleswig-Holsteins war einst Sitz der Teldec-Schallplattenproduktion. Die Firma gibt es nicht mehr, aber die gut erhaltenen Maschinen zur Herstellung verschiedener Tonträger sowie zahlreiche Schellack-/Vinylscheiben, historische Abspielgeräte, Archivmaterial etc. Mit dieser einmaligen, komplett erhaltenen Sammlung soll nun ein attraktives Schallplattenmuseum



entstehen. Zusammen mit Andreas Konrath (fwi Hamburg) hat Dr. Peter Zimmer Standort-, Marktanalyse, Konzept und Wirtschaftlichkeit ermittelt.

*Dr. Peter Zimmer*



## Most für die Moststraße

Die „Fränkische Moststraße“ verläuft von Kreßberg/Württemberg mit dem „Kreßberger Premium“ über den Hesselberg bis nach Absberg mit der Manufaktur „Echt Brombachseer“. Aber in den Gasthöfen entlang dieser Route wird man nur selten Most bestellen können. Mit Unterstützung der von FUTOUR Regionalberatung begleiteten Kommunalen Allianz „Fränkisches Seenland-Hahnenkamm“ wird nun versucht, mehrere Streuobstprodukte und den namensgebenden Most in der Gastronomie entlang dieser touristischen Erlebnisroute zu etablieren. FUTOUR steuert dabei selbst einen Apfel- und einen leichten Kirschein in diese Produktpalette bei.

Dieter Popp

[www.fraenkische-moststrasse.de](http://www.fraenkische-moststrasse.de)

# Der Elberadweg – für Radler so schön und die Wirtschaft so wichtig

Seit elf Jahren ist der Elberadweg laut ADFC der beliebteste Fernradweg Deutschlands!

Um diese Position zu halten, wird kontinuierlich an der Verbesserung der Streckenführung, der Ausschilderung, des Serviceangebotes sowie der Optimierung der Informationsmittel für Radgäste gearbeitet. Grundlage dafür bilden u.a. regelmäßige Befragungen.



Beginnend 2003 wurden im sächsischen Abschnitt 2015 nun zum vierten Mal umfangreiche Daten erhoben. Der Vergleich

der Ergebnisse liefert wichtige Erkenntnisse zu Entwicklungstendenzen im Radtourismus und zeigt die wachsende wirtschaftliche Bedeutung des Elberadwegs.

Die wichtigsten Fakten im Vergleich 2003 und 2015:

- Mehr Radreisende, weniger Tagesausflügler: Der Anteil der Radreisenden hat sich von 18 auf 35% fast verdoppelt.
- Elbe-Radreisende werden immer älter: Das Durchschnittsalter ist von 50 auf 53 Jahre gestiegen. Der Anteil der Radreisenden über 65 Jahre hat sich mit 18% verdoppelt.
- Mehr Gäste aus dem Ausland: Der Anteil Radreisender aus dem Ausland hat sich von 9 auf 13% erhöht.
- Unterwegs mit dem Partner: Elbe-Radreisende sind zu 53% mit dem Partner, zu 28% in der Gruppe und nur zu 8% mit Kindern unterwegs.
- Höhere Tagesausgaben: Die Ausgaben der Tagesausflügler/Tag/Person haben sich um 28% auf gut 21 Euro, die der Radtouristen inkl. Übernachtung um 9% auf gut 62 Euro erhöht.
- Beim Infomaterial mag man es vielfältig, aber eher klassisch: Internet (63%) und Karten (50%) sind zur Reisevorbereitung am wichtigsten, unterwegs setzt man hauptsächlich auf die regionale Ausschilderung (75%) und (Rad-)Karten (69%). Über 40% nutzen während der Tour inzwischen auch die Angebote der mobilen Datenwelt.



Foto: S. Ditttrich, Quelle: TVSSW

- Übernachten „wo es gefällt“: Über 40% der Radtouristen an der Elbe haben im Vorfeld noch gar keine Übernachtung gebucht, sondern entscheiden sich während ihrer Reise ganz spontan. Bei der Übernachtung bevorzugt man dann Pensionen/Gasthöfe (55%), Hotels (42%), aber mit 18% auch die preiswerte Campingplatz-Variante.
  - Wirtschaftspotenzial verdoppelt: Die Gesamtausgaben der Tagesausflügler und Radreisenden an der Elbe sind von ca. 80 Mio. 2003 auf ca. 162 Mio. Euro 2015 gestiegen. Ursächlich hierfür: gestiegene Tagesausgaben, deutlich mehr Radreisende, längere Aufenthaltsdauer.
- Das erzielte Wirtschaftswachstum am Elberadweg ist auf die vor über 15 Jahren begonnene Etablierung als Fernradweg „von der Quelle bis zur Mündung“ zurückzuführen.

Miriam Drögsler

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

### Langlauf statt Kurzstrecke

Kontinuität in der Beratung als Vorteils- und Erfolgsmodell für alle Seiten



Das FUTOUR-Herz schlägt schon seit 18 Jahren für den Elberadweg. FUTOUR begleitete die Entwicklung am Elberadweg von Anfang an: mit dem Profilierungs- und Marketingkonzept (1998), der Durchführung der Internationalen Elberadwegkonferenzen (1998, 2001), der Projektkoordination Elberadweg in Sachsen (2001) sowie Evaluierungen am Elberadweg (2003, 2005 und 2015).



## Erlebnis „Urwald – Kulturwald“

Die wenigsten Menschen kennen in Mitteleuropa einen Urwald, weil es hier so gut wie keine vom Menschen unbeeinflussten Waldflächen gibt. Umso wichtiger ist es, dass langfristig wieder Urwaldflächen entstehen, da sie uns zum einen zeigen wie die Natur den Wald selbstregulierend baut. Sie sind aber zum anderen auch einzigartige Naturdokumente und deswegen auch für den Tourismus hochinteressant.

Im Naturpark Siebengebirge soll auf der Grundlage des von FUTOUR Regionalberatung betreuten Naturparkplans ein Erlebnisangebot für Naturwald und für Kulturlandschafts-Wald entstehen. Dazu konzipiert FUTOUR einen Wettbewerbsbeitrag im Rahmen der Naturparkschauen in NRW.

Da es im Siebengebirge bereits eine rund 500 ha große Waldfläche gibt, die von ihrem privaten Waldbesitzer völlig aus der Nutzung genommen wurde, wird hier im Nahbereich von Bonn und Köln künftig ein spannendes Experiment zu beobachten sein. Denn in unmittelbarer Nachbarschaft können die Menschen mit verfolgen, wie unterschiedlich sich ähnliche Ausgangssituationen im Wald entwickeln, wenn der Mensch kontinuierlich eingreift oder wenn er sich bewusst völlig zurückzieht.

Der Naturpark hofft, dass damit auch vielen Anwohnern rund um das Siebengebirge und zahlreichen Tagesbesuchern aus der Umgebung die Angst genommen werden kann, die mit dem Entstehen von Urwäldern immer noch verbunden ist. Dies hat die vor wenigen Jahren im Siebengebirge durchgeführte Nationalpark-Diskussion gezeigt, als sich ein großer Teil der Bevölkerung schützend vor „seinen Wald“ gestellt hatte, um diesen Nationalpark zu verhindern. Denn immer noch verbinden viele Menschen mit Urwald auch Urängste, sei es ein Betretungsverbot, sei es eine Reduktion der Erholungsmöglichkeiten oder sei es nur die Ungewissheit, hier eine Fläche aus der planenden Hand der Menschen völlig auszunehmen!

Die eindrucksvollen Urwaldreste in Südost-, Ost- und Nordeuropa zeigen aber genau das Gegenteil. Es stehen – vor allem auch für künftige Generationen – traumhaft schöne und erlebbare Landschaften zum Genießen und Erholen, zur Beobachtung und Forschung zur Verfügung.

Dieter Popp



## TourCert gGmbH – international anerkanntes Zertifizierungsunternehmen

TourCert, 2009 als GbR gegründet, ging Ende 2015 in die TourCert gGmbH über. Mitgesellschafter sind Martin Balas (Prokurist, Leiter Büro Berlin), FUTOUR-Beraterin Alina Feldman (Büro Köln), Angela Giraldo, Günter Koschwitz sowie die neuen Geschäftsführer Marco Giraldo, ehemals Leiter Marketing, und Dr. Peter Zimmer, bisher Vorsitzender des Zertifizierungsbeirats. Der Zertifizierungsrat bildet das Herzstück für Kompetenz und Glaubwürdigkeit der Marke TourCert. TourCert konnte sich in den vergangenen Jahren mit einem anspruchsvollen und glaubwürdigen Nachhaltigkeitssystem auf dem Markt positionieren und genießt eine hohe Reputation. Das TourCert-Siegel wird an Reiseveranstalter, Reisebüros, Incoming-Agenturen, Hotels, Destinationen und andere touristische Unternehmen im In- und Ausland vergeben. Dazu müssen diese – über die gesetzlichen Vorgaben hinaus – soziale und ökologische Anforderungen in ihrem Kerngeschäft erfüllen. Alle Unternehmen/Organisationen verpflichten sich dazu, ihre Nachhaltigkeitsleistung kontinuierlich zu verbessern. Dafür hat TourCert strenge Kriterien entwickelt. Im Rahmen der Zertifizierung werden Management-, Berichts- und Leistungsanforderungen an die Unternehmen/Organisationen gestellt. Beratungskräfte unterstützen bei der Ausgestaltung von CSR (Corporate Social Responsibility) vor Ort durch Coaching, Training und Online-Tools. Unabhängige Gutachter überprüfen regelmäßig die Nachhaltigkeitsleistung;



Angela Giraldo, Martin Balas, Dr. Peter Zimmer, Marco Giraldo, Alina Feldman, Günter Koschwitz

der ehrenamtliche Zertifizierungsrat ist oberste Entscheidungsinstanz. Das TourCert-System basiert auf den internationalen Qualitäts- und Umweltmanagementstandards nach ISO und EMAS sowie dem ISO-Leitfaden für Unternehmensverantwortung (ISO 26000). Als branchenorientiertes System ist der TourCert-Kriterienkatalog für Reiseveranstalter offiziell vom Global Sustainable Tourism Council (GSTC) anerkannt. Neben dem Hauptsitz in Stuttgart wird die Organisation künftig auch in Köln und Berlin vertreten sein.

Dr. Peter Zimmer

[www.tourcert.org](http://www.tourcert.org)

## TOURismus & ElektroMObilität



Tourismuswirtschaft, Hotellerie und Mobilitätsdienstleister entwickeln sich durch die Vermittlung e-mobiler Erfahrungen und Erlebnisse zunehmend zu einem wesentlichen Treiber der Elektromobilität. Defizite lassen sich insbesondere bei Beratung touristischer Leistungsträger und bei Aufbau/Bewerbung entsprechender Angebote ausmachen. So mangelt es etwa noch an leicht zugänglichen Informationsquellen über Destinationen oder Regionen, bei welchen Urlauber und Reisende Elektromobilität ausprobieren oder ihre eigenen (teil-)

elektrischen Fahrzeuge laden können. Zudem gilt es, etwa durch die Bereitstellung sachgerechter Informationen nach den Pionieren weitere Verantwortliche anzuregen, ihren Gästen und Kunden e-mobile Offerten anzubieten. Dr. Peter Zimmer verfügt zusammen mit Peter Grett, Werner Köstle und Winfried Rauscheder über elektromobile Kompetenz für Tourismus & Hotellerie.

Dr. Peter Zimmer

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

## AMFORHT – weltweites Netzwerk für Bildung in Tourismus, Hotellerie & Gastronomie

Die Association Mondiale pour la FORMation Hôtelière et Touristique, mit 860 aktiven Mitgliedern, präsent in 54 Ländern, wurde vor fast 50 Jahren durch die Weltorganisation für Tourismus (UNWTO) ins Leben gerufen und ist deren assoziiertes Mitglied. Dr. Peter Zimmer, mit 25 Jahren Lehrerfahrung an Hochschulen in Deutschland, Österreich, Rumänien und Spanien, wurde anlässlich der Jahrestagung im Oktober 2015 in Palma de Mallorca zum Delegierten für Deutschland ernannt.

*Dr. Peter Zimmer*

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



### Frischgebackene Energieauditorin

Dipl.-Ing. Alina Feldman, ist neben Greenstar-, TourCert-Auditorin und –Mitgesellschafterin seit Oktober 2015 durch das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle offiziell registrierte Energieauditorin. Das für größere Organisationen und Unternehmen (auch Hotels, Kongresshäuser und Reiseveranstalter) rechtlich vorgeschriebene Energie-Audit ist eine Inspektion und Bewertung von Energiequellen und –verbrauch, um sicherzustellen, dass die Energie möglichst effizient eingesetzt und nicht verschwendet wird.

# „Narren hasten, Kluge warten, Weise gehen in den Garten“ Gärten als Wirtschaftsfaktor, kommunale Aufgabe und touristisches Angebot

FUTOUR, insbesondere Dr. Heike Glatzel, hat sich auf das Thema „Garten“ spezialisiert und war dazu auch im letzten Jahr wieder in mehreren Projekten tätig:

### Wertschöpfungspotential von Gärten und Parks

Gärten sind nicht nur ein Augenschmaus, sondern auch ein wichtiger Wirtschaftsfaktor, hinter dem zahlreiche Akteure, Dienstleister und Unternehmen stehen. Betrachtet man den gesamten Wirkungsbereich von Gärten und Parks, kann über mehrere Stufen hinweg eine deutliche Wertschöpfung generiert werden.

Im „Umsetzungs- und Nutzungskonzept zur Inwertsetzung der bayerischen Gärten und Parks“, von der Arbeitsgemeinschaft FUTOUR / HORTEC, wurden zum ersten Mal verschiedene Wertschöpfungsketten analysiert und grafisch dargestellt. Die Stufen der Wertschöpfungsketten sind den profitierenden Geschäftsfeldern gegenübergestellt. Betrachtet wurde z.B. die Wertschöpfung bei Privatgärten, beim öffentli-



chen Grün oder bei denkmalgeschützten Anlagen. Die Stufen der Wertschöpfung hängen nicht nur von der Art des Gartens bzw. der Anlage, sondern auch von der Nutzung des Gartens ab.

terstützen, die Gärten und Parks auch in Zukunft weiterzuentwickeln, nachhaltig aufzuwerten und verstärkt gemeinsam zu vermarkten. Besonders spannend sind neben den gartenrelevanten Informationen und Beispielen die praktischen Tipps z.B. zur Positionierung des Gartens, zur ökologischen Aufwertung kommunalen Grüns oder die innovativen Marketing-Aktionen. Der Leitfaden ist auf der Internetseite des Kreises Steinfurt zu finden.

[www.kreis-steinfurt.de](http://www.kreis-steinfurt.de)

Wertschöpfungskette Anlegen und Unterhalten von Privatgärten	
Stufen der Wertschöpfung	Profitierende (Geschäftsfelder)
<b>Planung</b>	Landschaftsarchitekt, Gärtner, weitere Gartenbesitzer
<b>Bau</b>	Galabau Firmen, Handwerksfirmen, Landschaftsarchitekt, Gartencenter
<b>Bepflanzung</b>	Gärtner, Baumschule, Staudengärtnerei, Gartencenter, Saatguthersteller
<b>Ausstattung</b>	Handwerksbetriebe, Baufachhandel Gartencenter, Baumarkt, Möbelhaus
<b>Dekoration</b>	Floristik, Künstler, Kunsthandwerker, Gartencenter, Baumarkt, Möbelhaus
<b>Infrastruktur</b>	Kommune, regionale Wasser- und Stromunternehmen
<b>Pflege</b>	Gärtner, Handwerker, Gärtnerei, Gartencenter
<b>Nutzung</b>	Garteneigentümer, Familie und Freunde, Besucher

chen Grün oder bei denkmalgeschützten Anlagen. Die Stufen der Wertschöpfung hängen nicht nur von der Art des Gartens bzw. der Anlage, sondern auch von der Nutzung des Gartens ab.

### Leitfaden zur Aufwertung von Gärten und Parks

Im Rahmen des LEADER-Projekts „Aufwertung von Gärten und Parks in der LEADER-Region Steinfurter Land“ wurden seit seinem Start 2012 viele Maßnahmen und Aktionen durchgeführt. Nun hat FUTOUR zum Projektabschluss einen Leitfaden erstellt, der eine Hilfestellung für die Gemeinden darstellt. Er soll sie dabei un-

### Garten-Seminare

Insbesondere im Tourismus hat sich der Garten zum Wirtschaftsfaktor entwickelt und nun sind Möglichkeiten zur Wertschöpfung gefragt! Eine gute Infrastruktur, breitgefächerte Angebote und eine zielgruppengerechte Vermarktung sind Voraussetzungen für ein gut funktionierendes touristisches Gartenangebot.

In zwei Fortbildungsveranstaltungen für die Mitglieder der „Gärten Niederösterreichs“, einer Plattform mit aktuell 35 Gärten, konnte Dr. Heike Glatzel Know-How aus zahlreichen Projekten an die Teilnehmer weitergeben.

[www.diegaerten.at](http://www.diegaerten.at)

FUTOUR bietet Gartentourismus-Seminare zu einem breiten Themenspektrum an: Gartenführungen, Garten-Zielgruppen, Angebotsentwicklung, Servicequalität und Qualitätsmanagement bis hin zu neuen Medien im Garten und innovativem Garten-Marketing.

*Dr. Heike Glatzel*



Multifunktionsschiff RheinFantasie

Foto: KD

## Schulung auf dem Wasser

Servicequalität ist eine entscheidende Stellschraube für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens. Das weiß auch das Management der Köln-Düsseldorfer Deutsche Rheinschiffahrt AG, abgekürzt KD. 1853 gegründet, ist sie eine der ältesten durchgehend börsennotierten Aktiengesellschaften der Welt. Und mit 14 Ausflugsschiffen auf Rhein, Main und Mosel Marktführer. Dr. Peter Zimmer schult und trainiert Servicekräfte, Management und berät die Geschäftsführung.

Dr. Peter Zimmer



Willkommen an Bord.

## Magische Momente

Mit einer faszinierenden Laser-Show über dem Brombachsee läuten die vier Seegemeinden gemeinsam mit touristischen Dienstleistern den Frühling im Fränkischen Seenland ein. Begleitet von 6 Kulturbühnen und kulinarischen Höhepunkten wird vor allem ein auf Tagestouristen abzielendes Angebot unterbreitet. Mit dabei die MS Brombachsee, Europas einziger Trimaran als Spielbühne der rundum erlebbaren Laser-Inszenierungen. Die Vorbereitung und Begleitung wird über FUTOUR Regionalberatung gewährleistet.



Dieter Popp

[www.magische-momente-brombachsee.bayern](http://www.magische-momente-brombachsee.bayern)

## Fischerfest als Imagefaktor

Mit dem „Fränkischen SeenLand-Fischerfest“ wurde in Wald am Altmühlsee ein einzigartiges, touristisches Erlebnis geschaffen, das zunehmend mehr Gäste aus der nahen Metropolregion Nürnberg anlockt. Die Besonderheit dieses Fischerfests liegt darin, dass hier – im Gegensatz zu vielen anderen in der Region stattfindenden Fischerfesten – ausschließlich Binnenfisch aus der Region angeboten wird. Das stellt eine Herausforderung an einem See dar, der über keinen Berufsfischer verfügt und für eine Seen-Region, bei der im Handel immer noch überwiegend Seefisch angeboten wird.

Wenn das Fränkische Seenland – ähnlich wie das Salzkammergut oder Oberbayern – auch über eine Fisch-Kulinarik ein Profil anstreben möchte, wird dies nur über die Alleinstellung einer regionalen Seen-Fischspezialität gelingen. In dem von FUTOUR Regionalberatung aktiv begleiteten Prozess wird versucht, die Gastronomie rund um diese Seen von der Qualität der typischen Seenfische zu überzeugen. Denn diese sind eher bereit, den Karpfen aus der benachbarten Aisch-Region oder aus umliegenden Weihern anzubieten. Karpfen ist aber nun kein typischer Vertreter relativ tiefer Seen, auch wenn er hier von Sportfischern eingesetzt wurde.



Den mit Abstand häufigsten Fisch stellt die Brachse, eine Weißfischart dar. Ihr eilt aber der Ruf der Grätenlastigkeit voraus. Was aber heute mit einem Grätenschneider kein Problem mehr sein sollte. Dennoch stellte es die größte Herausforderung dar, die Brachse als kulinarischen Leitfisch in der Gastronomie zu etablieren. Eine klassische Aufgabe der Regionalentwicklung, hier die Bereitschaft zur Verwendung und zum Angebot von Brachsen im Sinne einer regionalen Wertschöpfung zu erzielen.

Dieter Popp

[www.fischerfest.gunzenhausen.de](http://www.fischerfest.gunzenhausen.de)

FUTOUR – Die Umsetzungsberatung für Umwelt-, Tourismus- und Regionalentwicklung



Jede Region ist anders, so ist auch jedes FUTOUR-Umsetzungskonzept anders – maßgeschneidert auf die speziellen Bedürfnisse und Anforderungen der Region. Dabei setzen wir auf das Motto „Begeisterung ist übertragbar“.



Seit mehr als 25 Jahren bietet FUTOUR – als eines der führenden Unternehmen in der Tourismus- und Regionalberatung – ganzheitliche Lösungen. Wir sind Spezialist für eine nachhaltige Regional- und Tourismusentwicklung. Unsere Leidenschaft liegt in der Entwicklung und Realisierung innovativer Konzepte. Das Beratungsspektrum reicht von Grundlagenforschung über Konzeptentwicklung bis hin zur konkreten Projektrealisierung. Wir verstehen unsere Kunden als Partner. Dabei setzen wir auf die Motivation und das Engagement vieler Akteure – denn die Zukunft wird nicht durch Konzepte gestaltet, sondern durch Menschen. Alle FUTOUR-BeraterInnen kombinieren Berufskompetenz mit Projekterfahrung – ein ideenreiches, kreatives Team, eingebunden in ein aktives Netzwerk von Fachexperten.



Neuler in der Jagstregion

## Bewerbungen um Fördergelder erfolgreich

**G**rundlage für die Bewerbung bei Förderprogrammen sind meist Entwicklungskonzepte. In ihnen werden Handlungsschwerpunkte aufgezeigt, Ziele definiert und konkrete Projekte und Maßnahmen festgelegt. Alle von FUTOUR im letzten Jahr betreuten Bewerbungen waren erfolgreich: LAG Bergaufland Ostallgäu, LAG Spessart, LAG Jagstregion, Integrierte räumliche Entwicklungsmaßnahme Seengebiet Oberpfälzer Wald, Schwerpunktgemeinde Neuler. Damit hat die gemeinsame Arbeit FUTOUR + Verwaltung + Bürger ihren primären Zweck erfüllt, aber es wurde noch viel mehr erreicht.

- Durch die Konzepte wurden die Leitlinien für die nächsten Jahre abgestimmt und es kann zügig und effizient weitergearbeitet werden.
- Neue Ideen und frischer Wind sind eingebracht.
- Vernetzungen sind neu entstanden bzw. wurden wieder aktiviert und die zukünftige Kommunikation ist gesichert.
- Es herrscht Aufbruchsstimmung!

*Dr. Heike Glatzel*

[www.bergaufland-ostallgaeu.de](http://www.bergaufland-ostallgaeu.de)  
[www.lag-spessart.de](http://www.lag-spessart.de)  
[www.jagstregion.de](http://www.jagstregion.de)

## FUTOUR – Information

Damit Sie für jedes Anliegen direkt mit FUTOUR in Kontakt treten können!

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

Facebook: [www.facebook.de/futour](https://www.facebook.de/futour)

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

oder – QR-Code scannen und anmelden!



Übrigens, nicht nur unsere Zeitung wurde klimaneutral auf FSC® zertifiziertem Papier gedruckt, auch unsere Webseite ist klimaneutral gehostet!



Herausgeber:

FUTOUR Umwelt-, Tourismus- und Regionalberatung

Redaktion: Dr. Heike Glatzel, Gaby Binsteiner-Stelzer

Konzeption & Gestaltung:

Agentur Brauer, Kleiber-Wurm GmbH, [www.bkw-design.de](http://www.bkw-design.de)

Druck: Kriechbaumer Druck GmbH & Co. KG

Ausgabe 16, Jahr 2016. Erscheinungsweise: Einmal jährlich

## Privatvermieter brauchen Impulse

**I**n den meisten ländlichen Urlaubsgebieten stellen Privatvermieter mit ihren Ferienwohnungen einen wichtigen Anteil am Übernachtungsangebot. Und auch in den Städten wächst das Angebot an Appartements und Ferienwohnungen für Touristen und für Geschäftsreisende kontinuierlich. Der Markt verändert sich rapide: Das Segment der Luxuswohnungen wächst, Mittelklasse stagniert bzw. verliert. Nicht mehr zeitgemäße Wohnungen fallen in großer Zahl weg. Eine gute Ausstattung ist selbstverständlich, ein harmonisches Gesamtbild wird erwartet. Hinzu kommt, dass der Nachwuchs die Mühen mit den Gästen nicht mehr auf sich nehmen möchte. Welche Impulse sind notwendig, um diese wichtige Säule des Angebotes vieler Urlaubsregionen zu stabilisieren? An einer Professionalisierung führt kein Weg vorbei. Da Mittelklasse nicht mehr zieht, Vermieter aber oft kein objektives Selbstbild haben, braucht es eine klare Rückmeldung von außen, was Gäste heute erwarten. Die Eifel hat es vorge-macht: Eifel-Gastgeber wurden umfassend, auch durch Innenarchitekten beraten. Selbstverantwortliche, mehrgleisige Vermarktung mit hervorragendem Internetauftritt, Portale mit Online-Buchbarkeit, Nutzung von Bewertungs-Tools und objektiver Einstufung durch DTV Klassifizierung sind Eckpfeiler. Herzliche Gastgeber sind allerdings auch weiterhin unersetzlich!



Welche Impulse sind notwendig, um diese wichtige Säule des Angebotes vieler Urlaubsregionen zu stabilisieren? An einer Professionalisierung führt kein Weg vorbei. Da Mittelklasse nicht mehr zieht, Vermieter aber oft kein objektives Selbstbild haben, braucht es eine klare Rückmeldung von außen, was Gäste heute erwarten. Die Eifel hat es vorge-macht: Eifel-Gastgeber wurden umfassend, auch durch Innenarchitekten beraten. Selbstverantwortliche, mehrgleisige Vermarktung mit hervorragendem Internetauftritt, Portale mit Online-Buchbarkeit, Nutzung von Bewertungs-Tools und objektiver Einstufung durch DTV Klassifizierung sind Eckpfeiler. Herzliche Gastgeber sind allerdings auch weiterhin unersetzlich!

*Dirk Monath*

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

## FUTOUR Umwelt-, Tourismus- und Regionalberatung



### FUTOUR Nordwest

Dr. Peter Zimmer  
 Sedanstr. 35, D-50668 Köln  
 Tel. +49/(0)221/73 29 36 00, Fax 73 29 36 01  
[peter.zimmer@futour.com](mailto:peter.zimmer@futour.com)



### FUTOUR Nordost

Miriam Drögler  
 Friedrich-Engels-Str. 11, D-01454 Radeberg  
 Tel. +49/(0)3528/45 59 60, Fax 45 59 61  
[nordost@futour.com](mailto:nordost@futour.com)



### FUTOUR Regionalberatung

Dieter Popp  
 Vogelherdweg 1, D-91729 Haundorf  
 Tel. +49/(0)9837/97 57 08, Fax 97 57 09  
[dieter.popp@futour.com](mailto:dieter.popp@futour.com)



### FUTOUR GmbH

Dr. Heike Glatzel  
 Kardinal-Döpfner-Str. 8, D-80333 München  
 Tel. +49/(0)89/24 24 18 44, Fax 24 24 18 39  
[heike.glatzel@futour.com](mailto:heike.glatzel@futour.com)



### FUTOUR Südwest

Dirk Monath  
 Franz-Liszt-Allee 43, D-79189 Bad Krozingen  
 Tel. +49/(0)7633/91 99 140, Fax 91 99 138  
[suedwest@futour.com](mailto:suedwest@futour.com)

## Weitere FUTOUR-BeraterInnen



Nele Meyer  
 (FUTOUR GmbH)  
[nele.meyer@futour.com](mailto:nele.meyer@futour.com)



Gaby Binsteiner-Stelzer  
 (FUTOUR GmbH)  
[gaby.binsteiner@futour.com](mailto:gaby.binsteiner@futour.com)



Alina Feldman  
 (FUTOUR Nord-west)  
[alina.feldman@futour.com](mailto:alina.feldman@futour.com)



Gerda Maria Fuchs-Popp  
 (FUTOUR Regionalberatung)  
[gerda.fuchs@futour.com](mailto:gerda.fuchs@futour.com)