

SITZUNGSVORLAGE Gesellschafterversammlung am 01. Dezember 2020
Elztal & Simonswäldertal Tourismus GmbH & Co. KG
Tagesordnungspunkt 3: Projekte und Investitionen 2021

Sachverhalt:

a) Rezertifizierung als „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“

Das ZweiTälerLand wurde im Januar 2016 als erste „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ in Baden-Württemberg nach den entsprechenden Qualitätsrichtlinien zertifiziert. Das Prädikat gilt jeweils für drei Jahre. Das Konzept des Deutschen Wanderverbandes beschränkt sich dabei nicht allein auf die Qualität der Wege, sondern bezieht die gesamte Infrastruktur der Region mit ihren speziellen Angeboten an Unterkünften und Kulinarik mit ein.

Um als „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ zertifiziert zu werden, müssen also bestimmte Voraussetzungen erfüllt sein. Eine „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ ist eine Region, die

- sich in der **Wanderwegeinfrastruktur**, der **Beherbergung** und dem **Service** ganz den Wanderern verschrieben hat,
- **mindestens 5 Tage** abwechslungsreichen Wanderurlaub ermöglicht,
- **vom Gast** als abgeschlossene Region wahrgenommen wird,
- sich als abgeschlossene Region **vermarket**,
- **organisatorisch** als Einheit auftritt.

Der Wettkampf unter den Tourismusregionen im Schwarzwald und den umliegenden Mittelgebirgen um die Urlaubsgäste wird weitergehen und dazu führen, dass auch Regionen, die derzeit nur „klassische“ Wanderwege vorweisen, ihren Hut in den Ring werfen werden. Aus diesen Gründen wird es als äußerst wichtig erachtet, eine erneute Zertifizierung anzustreben.

Da bisher „nur“ insgesamt vier Regionen in ganz Deutschland mit diesem Zertifikat ausgezeichnet sind, gilt dies auch als Alleinstellungsmerkmal. Die Zusammenarbeit mit den drei weiteren „Qualitätsregionen“ (Frankenwald, Sauerländer Wanderdörfer und dem Räuberland) hat sich bewährt und durch gemeinsame Werbeaktionen konnten Synergieeffekte geschaffen werden. Zudem ist der Austausch untereinander äußerst produktiv.

Die Zertifizierung dient zum einen also als Marketing-Instrument und zum anderen zur Qualitätssicherung. So ist in diesem Zuge auch wieder geplant, gemeinsam mit dem Schwarzwaldverein Schulungen für die Wegewarte der einzelnen Ortsvereine anzubieten. Das ca. 800 km große Wanderwegenetz wird somit wieder komplett auf den Prüfstand gestellt und Lücken, z.B. in der Beschilderung, können wieder geschlossen werden. Aus diesem Grund wurde im Budget zudem eine Summe für neues Beschilderungsmaterial berücksichtigt.

Die Gesamtkosten der Nachzertifizierung als „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ werden im Finanzplan mit **16.500,00 Euro netto** (Zertifizierungsaufwand Dt. Wanderverband und Bestandserfassung sowie Materialkosten Schwarzwaldverein) veranschlagt. Das Zertifikat hat dann eine erneute Gültigkeit von drei Jahren.

Vorgesehen ist auch die Erneuerung der ZweiTälerSteig-Tafeln (bisherige Standorte: Bahnhof Waldkirch, Sägplatz Simonswald, Hörnleberg, Landwassereck, Höhenhäuser, Gscheid, zusätzlich geplant: Kandel, Oberprechtal-Wittenbach), die mittlerweile veraltet sind und nicht mehr dem neuen Erscheinungsbild entsprechen. Diese werden mit **6.500,00 Euro netto** im Marketing-Budget veranschlagt.

Nachzertifizierung durch den Dt. Wanderverband	3.500,00 €
Reisekosten Dt. Wanderverband (geschätzt)	1.000,00 €
Bestandserfassung Qualitätstouren durch den Schwarzwaldverein	5.000,00 €
Bestandserfassung Nachzertifizierung durch den Schwarzwaldverein	3.000,00 €
Materialkosten (geschätzt)	4.000,00 €
Zwischensumme für Finanzplan	16.500,00 €
ZweiTälerSteig Infotafeln	6.500,00 €
Zwischensumme für Marketing-Budget	6.500,00 €
Gesamt (Finanzplan und Marketing-Budget)	23.000,00 €

Zusätzlich wird ein Antrag auf Fördermittel beim Naturpark Südschwarzwald eingereicht. Bei Bewilligung können bis zu **60% der Kosten** (ca. 13.800,00 Euro netto) bezuschusst werden.

Um sich weiter am Markt als attraktive Wanderregion mit geprüfter Qualität etablieren zu können und als Qualitätssicherungs-Instrument, empfiehlt der Marketing-Ausschuss in seiner Sitzung am 21.10.2020 die erneute Rezertifizierung als „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ einstimmig.

b) Fortführung Tourismuskonzeption

Nachdem das Projekt „Qualitätsoffensive Mountainbike im ZweiTälerLand“ nicht umgesetzt werden konnte, wurde im vergangenen Jahr ein umfangreiches, wirtschaftlich umsetzbares und tragfähiges Tourismuskonzept in Auftrag gegeben.

Die wesentlichen Aufgaben des ZweiTälerLand sind einerseits die touristische Entwicklung und andererseits die intensive Wahrnehmung der Natur durch markenkonforme Produktentwicklung sowie eine angemessene zielgruppenspezifische Kommunikation.

Die Beteiligung von Tourismus-Akteuren, Partnern, Interessensgruppen aus der Region sollte dabei im Fokus stehen. Angedacht waren kooperative Beteiligungsprozesse, die coronabedingt nicht bzw. nur teilweise umgesetzt werden konnten.

Eine positive Entwicklung der ZweiTälerLand Urlaubsregion mit neuen Erlebnissen und Produkten ist gerade jetzt, in Zeiten von Corona, noch wichtiger geworden. Deutschland Tourismus liegt im Trend und bietet Sicherheit.

Die Kosten für die Fortführung wurden mit 26.000,00 Euro netto im Marketing-Budget berücksichtigt.

Der Marketing-Ausschuss empfiehlt die Fortführung der Tourismuskonzeption in seiner Sitzung am 21.12.2020 einstimmig.

c) Trekking-Camps

Mit Mikroabenteuern draußen Erholung finden, das ist einer DER TRENDS im Tourismus. Aktivitäten in der Natur gehören schon lange zu den wichtigsten Reisemotiven in Baden-Württemberg. Coronabedingt sind sie nun noch stärker in den Fokus von Urlaubern gerückt.

Während des Lockdowns waren viele ZweiTälerSteig-Wanderer mit Zelten unterwegs. Um diese Klientel besser bedienen zu können und eine neue Zielgruppe ansprechen zu können, soll daher die Einrichtung von Trekking-Camps ins Auge gefasst werden. Diese neue Klientel nährt sich demnach nicht in klassischen Beherbergungsbetrieben, dennoch kann sie Wertschöpfung für die Region mit sich bringen.

Es geht nun darum, diese Art der Übernachtung, die immer weiter zunimmt, stärker zu lenken und zu legalisieren. Denn die Rechtslage ist in Deutschland ziemlich unübersichtlich und teilweise Grauzone. Generell gilt: In Naturschutzgebieten, z.B. Nationalparks, Biosphärenreservaten oder Biotopen, ist das Campen streng verboten. Eine weitere halbwegs universelle Regel ist, dass man auf Privatgrund, auch Privatwald, mit der Zustimmung des Eigentümers übernachten darf.

Im Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord existieren bereits diverse Trekking-Camps und auch im Südschwarzwald wurden in diesem Jahr zwei neue Camps am Schluchten- bzw. Albsteig errichtet. Die Nachfrage nach solchen Camps ist, nach Rücksprache beim Naturpark Südschwarzwald, immens.

Die Einrichtung eines Camps ist überschaubar und zudem im kommenden Jahr Förderschwerpunkt beim Naturpark Südschwarzwald.

Der Projekthintergrund in Kürze

Projekthintergrund

- Kooperationsprojekt der Schwarzwälder Naturparke, Nationalpark Schwarzwald & ForstBW.
- Ziel: Etablierung eines Netzwerks von Trekking-Camps entlang beliebter Fernwanderwege, um eine Nachfragerücke für naturnahe Übernachtungsmöglichkeiten entlang der Fernwanderwege zu schließen.
- BesucherInnen zu lenken und illegale Übernachtungen im Wald zu vermeiden.
- Nutzungskonflikte mit Naturschutz, Forst, Jagd etc. zu minimieren.
- BesucherInnen für „wildtierfreundliches“ Verhalten in der Natur zu sensibilisieren (Kampagne „bewusstWild“).

Charakteristika der Trekking-Camps

- liegen i.d.R. abseits von Ortschaften und sind nur zu Fuß erreichbar
- es liegt eine Benutzerordnung zugrunde
- werden von einem „Kümmerer“ betreut
- verfügen über Stellplätze für bis zu drei Zelte für je max. 3 Personen (im Nationalpark Schwarzwald auf Holzplattformen)
- Feuerstelle (teilweise mit Feuerholz)
- Kompost-Toilette (z.B. BiolanMaxi) inkl. Toilettenhäuschen aus Holz
- Wasserzugang im Radius von ca. 500m (Brunnen, Bach)
- Gästebuch

Betreiber

- Betreiber der Trekking- Camps vor Ort sind die jeweiligen Städte und Gemeinden.
- Sie sind für die Betreuung der Camps verantwortlich, übernehmen Aufgaben im Rahmen der Verkehrssicherungspflicht und sind Ansprechpartner bei konkreten Anliegen zu den Camps.
- Die Betreiber ernennen einen „Kümmerer“, welcher stichprobenweise die Einhaltung der Verhaltensregeln vor Ort kontrolliert und in Notfällen Ansprechpartner für Gäste ist.

Buchungen

- Kosten pro Zelt/Übernachtung: 10,00 €
- buchbar von Mai bis Oktober über Online-Plattform www.trekking-schwarzwald.de (de/eng)
- Betreuung der Online-Plattform durch Lohospo GmbH in Freiburg
- mit der Buchungsbestätigung werden GPS-Koordinaten der gebuchten Camps und eine exakte Beschreibung der "letzten Meile" per E-Mail zugeschickt
- NP Schwarzwald Mitte/Nord 2018 (6 Camps): ca. 850 Buchungen (insgesamt 1.823 Zelte)

Buchungsstatistik der drei Camps am Schluchten- bzw. Albsteig 2020:

Camp	Mai	Juni	Juli	Aug.	Sept.	Okt.	Gesamt
Steinbruch	9*	72	93	93	90	63	420
Windberg	9*	69	93	90	91	66	418
Felsenhalde	9*	74	93	90	87	64	417
Gesamtanzahl gebuchter Zelte im Landkreis Waldshut (Stand 07.10.2020)							1.255

*geöffnet ab dem 29.05.2020 (coronabedingt)

Aktuell werden die Gäste der Trekking-Camps nicht angemeldet. Laut Bundesmeldegesetz (BMG) § 29 Besondere Meldepflicht in Beherbergungsstätten gilt für:

(4) Personen, die in Zelten, Wohnmobilen, Wohnwagen oder Wasserfahrzeugen auf gewerbs- oder geschäftsmäßig überlassenen Plätzen übernachten, unterliegen nicht der Meldepflicht nach § 17 Absatz 1 und 2, solange sie im Inland nach § 17 oder § 28 gemeldet sind. Wer nicht nach § 17 oder § 28 gemeldet ist, hat sich innerhalb von zwei Wochen bei der Meldebehörde anzumelden, sobald der Aufenthalt die Dauer von drei Monaten überschreitet. Die Absätze 2 und 3 gelten entsprechend...

Ebenso wird keine Kurtaxe in die 10,00 € eingerechnet, somit kann auch kein Anspruch auf die KONUS-Karte einhergehen.

Vision ist nun, den ZweitälerSteig „trekkingtauglich“ zu machen.

Angedacht sind folgende Standorte, die zur Prüfung stehen und noch genau definiert werden müssen (je nach Ergebnis können sich diese allerdings noch ändern). Es wird vorgeschlagen insgesamt vier Camps zu errichten.

- Simonswald (Start mit konventionellem Camping)
- Bereich Gschasi
- Bereich Heidburg
- Bereich Eckleberg (Oberspitzenbach) bzw. Kohlenbach/Harnischwald
- Bereich Kandel bzw. Platte

Erste Gespräche und Vorortbegehungen haben bereits stattgefunden.

Es ist angedacht, die Kosten für alle vier Camps zunächst über den ZTL-Haushalt laufen zu lassen, um einen Gesamtantrag beim Naturpark Südschwarzwald einreichen zu können. Je nach Standort und Eigentümer, muss dann noch ein Verrechnungsmodell erstellt und beschlossen werden. Gleiches gilt auch für die Instandhaltungs- und Betriebskosten (siehe Anlage). Es ist davon auszugehen, dass diese zunächst durch die Einnahmen (10,00 € pro Zelt) gedeckt werden können.

Die Kalkulation lässt sich wie folgt darstellen (reine Einrichtungskosten):

Trekking-Camp I Infrastruktur und Marketing	
Kompost-Toilette	800,00 €
Toilettenhäuschen	5.000,00 €
Platz herrichten I Einrichtung Feuerstelle I ggf. Unterstand	5.000,00 €
Holz-Plattform	1.600,00 €
Unvorhergesehenes	1.600,00 €
Zwischensumme Finanzplan	15.000,00 €
Gesamtsumme für die Einrichtung von für 4 Camps	60.000,00 €
Layout-Flyer, Kartografie, Druck	5.000,00 €
Layout Tafel, Druck (4 Stück)	3.000,00 €
Fotos	1.000,00 €
Zwischensumme Marketing-Budget	9.000,00 €
Gesamt (Finanzplan und Marketing-Budget)	69.000,00 €
zzgl. gesetzlicher MwSt.	

Die Gesamtkosten (Einrichtung von vier Camps) sind mit **60.000,00 Euro netto** im Finanzplan veranschlagt. Die Erstellung von Flyer, Bildern und Infotafeln sind mit **9.000,00 Euro netto** im Marketing-Budget veranschlagt. Zusätzlich wird ein Antrag auf Fördermittel beim Naturpark Südschwarzwald eingereicht. Bei Bewilligung können **bis zu 60% der Kosten** (ca. 41.4000,00 Euro netto pro Camp) bezuschusst werden.

Weiter ist angedacht eine „**Kümmerer**“-**Stelle (450-Euro-Kraft)** bei ZTL einzurichten, die in den Personalkosten (siehe TOP 5 Wirtschafts- und Finanzplan 2021) berücksichtigt wurde.

Der Marketing-Ausschuss empfiehlt die Einrichtung von vier Trekking-Camps, um den ZweiTälerSteig „trekkingtauglich“ zu machen in seiner Sitzung am 21.10.2020 mehrheitlich, mit einer Gegenstimme.

d) Online-Strategie I Relaunch Website I mein.toubiz

Die letzte grundlegende Überarbeitung der ZTL-Websites www.zweitaelerland.de und www.zweitaelersteig.de wurde mit dem Relaunch im Jahr 2013, also mittlerweile vor sieben Jahren, durchgeführt. Seitdem haben sich die Technologien, Mediennutzung und Darstellung der Inhalte rasant verändert, weshalb die ZTL-Websites hinsichtlich dieser Anforderungen zwingend grundlegend überarbeitet werden müssen. Schwerpunkte sind hier die Verbesserung der Nutzungsmöglichkeiten des zugrundeliegenden zentralen Content-Management-Systems (CMS), die Aufbereitung der Inhalte, das Design, die Usability und die optimierte Darstellung des Internetauftritts auf mobilen Endgeräten.

Im Rahmen der Tourismuskonzeption wurde auch eine Digital-Strategie in Auftrag gegeben, die im Rahmen eines Workshops mit ZTL-MitarbeiterInnen sowie MitarbeiterInnen aus den Tourist-Infos/Stadtmarketing im Juli erarbeitet wurde. Die Ergebnisse werden in der Sitzung näher erläutert.

Die ZTL-Websites wurden beim letzten Relaunch von der Agentur „Land in Sicht“ (LiS) umgesetzt, die auch die Datenbank toubiz entwickelt hat, mit der auch die Schwarzwald Tourismus GmbH (STG) arbeitet. D.h. Daten, die teilweise dezentral (z.B. Veranstaltungen) im ZTL gepflegt werden, werden automatisch auf den ZTL und STG-Websites ausgespielt.

Die Datenbank toubiz wurde im vergangenen Jahr weiterentwickelt und heißt nun „mein.toubiz“. „mein.toubiz“ ist nun zusätzlich die zentrale Daten-Drehscheibe für das Land Baden-Württemberg sowie die STG. Die STG wird derzeit auf die neue „mein.toubiz“-Datenbank umgestellt. Alle Daten, die auf den Websites der STG ausgespielt werden, kommen ab dem Zeitpunkt der Umstellung ausschließlich aus der neuen „mein.toubiz“-Datenbank.

Die toubiz-Datenbank wurde also komplett überarbeitet und fasst nun alle alten Datenbanken an einem Ort mit einer vollkommen neuen Eingabemaske zusammen. Mit diesem System können alle touristischen Leistungen vollumfänglich an einem Ort mit einem Login verwaltet werden, wie z.B.

- Orts- und Regionen-Einträge
- Punkte (POIs) erstellen (z.B. Aussichtspunkte, gastronomische Betriebe, Direktvermarkter, Unterkünfte etc.)
- Veranstaltungen erstellen
- Touren erstellen (Wanderungen, Radtouren, Stadtrundgänge etc.)

Die Daten werden auf Wunsch auf den Websites der STG ausgespielt und an angeschlossene Partner zur Vermarktung dauerhaft kostenlos weitergeben (z.B. TMBW, ADAC, das Angebot wird sukzessiv ausgebaut).

Es gibt ebenfalls die Möglichkeit, die eigenen Datensätze in verschiedenen Fremdsprachen zu übersetzen. Momentan ist dies in sieben Sprachen möglich.

Alle Daten, die in die „mein.toubiz“-Datenbank eingegeben werden, sind automatisch nach schema.org indiziert, sodass diese Datensätze von anderen Datenbanken gelesen und genutzt werden können (Voraussetzung für Knowledge-Graphen). Durch den Open-Data-Check bestimmt die Destination mit Eingabe der Daten selbst, wo und wie Ihre Daten eingesetzt werden dürfen.

Zusammengefasst kann gesagt werden, dass wenn die ZTL-Datensätze weiter auf den Seiten der STG und den Landes-Tourismusseiten der TMBW ausgespielt werden sollen und nicht doppelt gepflegt werden sollen, ZTL ebenfalls auf die neue „mein.toubiz“-Datenbank umsteigen muss. Es ist auch davon auszugehen, dass die alte Datenbank in naher Zukunft nicht mehr unterstützt wird.

Im Zuge des Relaunchs der Websites macht eine zeitgleiche Umstellung Sinn.

Für den Relaunch der Websites wurden Angebote bei verschiedenen Agenturen eingeholt. Ein Szenario dabei war, die neue Website über eine andere Agentur programmieren zu lassen und nur noch die Datenbanken über die Agentur LiS zu beziehen. Diese Version hat sich allerdings als so kostenintensiv herausgestellt, sodass die Relation Preis/Leistung nicht mehr gegeben ist. Der Programmieraufwand für die Schnittstellen zu „mein.toubiz“ ist immens.

Es liegt nun ein Angebot von LiS für eine „mein.toubiz“ Webseite Plus vor. Es handelt sich dabei um standardisierte Inhaltselemente, die aus der Datenbank „mein.toubiz“ kommen, mit welchen die Destinationen die Websites für ihre Region individuell aufbauen können. Ein Dummy wird in der Sitzung am 01.12.2020 präsentiert.

Die Kosten belaufen sich hierfür auf **12.500,00 Euro netto**, die im Marketing-Budget vorgesehen sind.

ZTL empfiehlt jedoch die Entwicklungen von „mein.toubiz“ zunächst einmal noch zu beobachten und abzuwarten und warnt zudem vor einem Schnellschuss. Derzeit sind noch viele Dinge ungeklärt und in der Entwicklungsphase. Auch die Ausspielungen im Frontend lassen derzeit noch zu wünschen übrig. Zudem wird auch die Vorgehensweise kritisiert. Die Firma LiS ist durch die landesweite Vereinheitlichung der Datenbank „mein.toubiz“ quasi unumgänglich, wenn die Regions-Daten weiter auf STG- und Landes-Ebene ausgespielt werden sollen und nicht doppelt gepflegt werden sollen. Es stehen derzeit noch Verhandlungen aus. ZTL bittet um Verständnis, dass nicht sofort auf die neue Datenbank gewechselt wird.

Der Marketing-Ausschuss empfiehlt die vorgeschlagene Vorgehensweise in seiner Sitzung am 21.10.2020 einstimmig.

e) Wechsel PR-Agentur

Die Grenzen der Öffentlichkeitsarbeit, wie sie bisher verstanden wurden, verschwimmen. Mit dem Wachsen des Web 2.0 und vor allem mit der ständig wachsenden Relevanz von Social-Media-Instrumenten und in Zeiten von Empfehlungs-Marketing muss auch die klassische Pressearbeit neue Wege beschreiten. Für Destinationen ist es wichtig, sich durch gezielte PR-Arbeit eindeutig zu positionieren. Mit kommunikativen Schnellschüssen ist dieser Entwicklung nicht beizukommen, gefragt ist eine durchdachte und langfristige Strategie, die nachhaltig wirkt. Auch ein weitreichendes Netzwerk, vor allem bei den Reisejournalisten, Bloggern und Influencern, ist für die PR-Arbeit notwendig.

Seit 2016 arbeitet ZTL mit der Presseagentur piroth.kommunikation zusammen. Die Strukturen der Agentur haben sich zwischenzeitlich verändert. Nach den fünf gemeinsamen Jahren ist nun die Überlegung die Agentur zu wechseln, um neue Kontakte knüpfen zu können. Angebotsvergleiche haben ergeben, dass die RSPS Agentur für Kommunikation GmbH aus Tübingen das beste Preis-Leistungsverhältnis bietet. Diese Agentur arbeitet seit Jahren mit erfolgreichen Tourismusdestinationen wie z.B. der Hochschwarzwald Tourismus GmbH oder Chiemgau Tourismus zusammen.

Mit piroth.kommunikation steht nun noch ein Gespräch aus und es wird vorgeschlagen danach die Entscheidung zu treffen, ob ein Wechsel zu RSPS Sinn macht.

Im Marketing-Budget wurden dafür, wie im vergangenen Jahr, **8.000,00 Euro netto** für die Agentur-Kosten und **2.000,00 Euro netto** für mögliche Pressereisen veranschlagt.

Der Marketing-Ausschusses empfiehlt die vorgeschlagene Vorgehensweise in seiner Sitzung am 21.10.2020 mehrheitlich, mit einer Enthaltung.

f) Neue Bilddatenbank

Unter Bilderverwaltung versteht man heutzutage eine softwarebasierte Lösung, die das strukturierte Speichern, Katalogisieren, Archivieren und Auffinden von digitalisierten Bildern ermöglicht. Die Bilddatenbank, die bisher bei ZTL im Einsatz ist, ist sehr veraltet, nicht mehr zeitgemäß und wird auf absehbare Zeit nicht mehr von der Agentur aufwind unterstützt. Das vorliegende Angebot von aufwind für eine neue Bilddatenbank ist doppelt so teuer, sodass ZTL Alternativen verglichen hat. Die Bilddatenbank „lightroom“ von Adobe beinhaltet zusätzlich noch ein Bildbearbeitungsprogramm und ist zudem mit **29,99 Euro netto mtl.** wesentlich kostengünstiger, als die alte Bilddatenbank von aufwind (150,00 Euro netto mtl.).

Der Marketing-Ausschusses empfiehlt den Wechsel zu „lightroom“ von Adobe in seiner Sitzung am 21.10.2020 einstimmig.

g) Zuschuss Ski-Lifte Kandel

Die Lifтанlagen auf dem Kandel stellen in den Wintermonaten eines der wenigen Angebote dar, die es im Winter im ZWETÄLERLAND gibt und haben somit eine große Bedeutung. Zwischenzeitlich haben sich die Eigentumsverhältnisse geändert. Martin Dold (Plattenhof) ist neuer Eigentümer.

Es ist davon auszugehen, dass für die kommende Saison wieder eine Deckungslücke entstehen wird. Das ZweiTälerLand wurde nun erneut angefragt, ob sich die Gesellschaft mit einem jährlichen Zuschuss von **1.000,00 Euro netto** an den Kosten beteiligen könnte.

Der Marketing-Ausschuss empfiehlt in seiner Sitzung am 21.10.2020 die Liftanlagen auf dem Kandel mit 1.000,00 Euro netto für die Saison 2020/2021 zu bezuschussen einstimmig.

h) „gästezeit“ 2022/2023 I „auszeit“ 2021

„gästezeit“

Im kommenden Jahr steht die Akquise für das Gastgeberverzeichnis 2022/2023 an. In dem Zuge ist erneut die Frage aufgekommen, ob es überhaupt noch eines Printverzeichnisses bedarf. Es liegen aktuell noch viele Exemplare auf Lager, was nicht nur der aktuellen Situation geschuldet ist. Die Frage wurde vor zwei Jahren im Zuge der „gästezeit“ 2020/2021 bereits im Marketing-Ausschuss diskutiert. Die Entscheidung doch noch einmal ein Printgastgeberverzeichnis aufzulegen war damals mehrheitlich und nicht einstimmig.

In der Diskussion in der vergangenen Marketing-Ausschuss-Sitzung haben sich die Mitglieder des Marketing-Ausschusses für eine neue Version ausgesprochen, da das klassische Gastgeberverzeichnis (GGV) aufgrund des veränderten Buchungsverhaltens des Gastes immer weniger nachgefragt wird. Die Mehrheit der Gäste sucht und bucht den Gastgeber über das Internet. Auch das Anzeigeninteresse der Gastgeber nimmt stetig ab, da auch diese auf das veränderte Buchungsverhalten des Gastes reagieren und somit immer mehr auf reine Internetwerbung setzen.

Jedoch ist die „gästezeit“ für ZTL eine der wichtigsten Einnahmequellen, die weiterhin bestehen bleiben soll. Um die Nachfrage und das Interesse der Gäste und der Gastgeber für die „gästezeit“ weiterhin aufrecht zu erhalten und sogar noch steigern zu können, muss dieses sowohl dem Gast als auch dem Gastgeber einen Mehrwert bieten und attraktiv gestaltet werden.

Aus diesem Grund möchte ZTL wieder zurück zu dem Gedanken einer Freizeitkarte mit integriertem Gastgeber- und Gastronomieverzeichnis, in Form eines Faltplans (siehe GGV 2016/2017) kommen. Das Konzept hierzu soll im Laufe der Wintermonate erarbeitet und Anfang 2021 im Marketing-Ausschuss vorgestellt werden. Dabei sollen dann für die neue „gästezeit“ auch neue Kooperations-Modelle und Pakete inkl. Online-Werbemaßnahmen (wie z.B. Google AdWords Kampagnen) entwickelt werden.

Kostenschätzung "gästezeit" 2022/2023	
Layout inkl. Anzeigen	3.000,00 €
Titelbild	500,00 €
Kartografie	1.600,00 €
Druck (Auflage 30.000)	7.100,00 €
Klebung in "auszeit"	1.890,00 €
Gesamt	20.090,00 €
Ansatz pro Jahr im Wirtschaftsplan 2022 & 2023	10.045,00 €
zzgl. gesetzlicher MwSt.	
Ansatz im Finanzplan 2021	22.000,00 €

„auszeit“

Die „auszeit“ erscheint derzeit jährlich und ist dadurch sehr dünn geworden. Durch die Textmenge bleibt grafisch teilweise nicht viel Spielraum für viele Bilder. Wenn die „gästezeit“ nun wieder als Faltkarte aufgelegt wird, fällt dort die Beschreibung der Orte weg. Diese sollen dann wieder in der „auszeit“ aufgenommen werden. Um mehr „Luft“ für das Layout zu bekommen, ist geplant die Seitenanzahl der „auszeit“ zu erhöhen. Weiter soll dann die neue „gästezeit“ in die „auszeit“ mit einem Klebepunkt integriert werden. Mit einem Kombiprodukt aus Magazin und Faltkarte lässt sich eine größere Streuung für beide Broschüren erreichen. Denn die beiden Printprodukte sind dann sowohl für Gäste auf Messen, zu Hause und vor Ort relevant.

Kostenschätzung "auszeit" 2022	
Layout	12.500,00 €
Bilder	5.000,00 €
Text	5.000,00 €
Druck (Auflage 12.500)	6.500,00 €
Gesamt	29.000,00 €
zzgl. gesetzlicher MwSt.	
Ansatz im Finanzplan 2021	30.000,00 €

Die Kosten für beide Printprodukte werden im Finanzplan berücksichtigt. Kostenwirksam werden diese dann erst in den Jahren 2022 und 2023. Zusätzlich wird für die „auszeit“ ein Antrag auf Fördermittel beim Naturpark Südschwarzwald eingereicht. Bei Bewilligung können bis zu 60% der Kosten (ca. 18.000,00 Euro netto) bezuschusst werden.

Der Marketing-Ausschusses empfiehlt die vorgeschlagene Vorgehensweise in seiner Sitzung am 21.10.2020 einstimmig.

i) „familienzeit“

Das ZTL ist durch seine Lage, die vielfältigen Freizeitmöglichkeiten und die vielen Bauernhöfe ein ideales Urlaubsziel für Familien. Mit der DIN A5 Broschüre „familienzeit“ erhält diese Zielgruppe eine Übersicht der vielfältigen Möglichkeiten im ZTL. Zum jetzigen Zeitpunkt sind noch 4.000 Stück auf Lager. Je nach Absatz könnte die Broschüre im nächsten Jahr oder übernächsten Jahr ausgehen.

Bei einem evtl. Nachdruck ist angedacht, die Broschüre ähnlich der „gästezeit“ als Karte neu zu konzipieren. Dafür wurden zunächst **3.000,00 Euro** netto im Marketing-Budget veranschlagt. Die Ideen sowie die weitere Entwicklung werden, sobald das Thema akut wird, im Marketing-Ausschuss vorgestellt und diskutiert.

Der Marketing-Ausschuss empfiehlt eine Neukonzeption der „familienzeit“ in seiner Sitzung am 21.10.2020 einstimmig.

j) EDV-Erneuerungen

Heutzutage ist es unerlässlich eine, den immer höher werdenden Ansprüchen angepasste, funktions- und leistungsfähige EDV-Ausstattung im Unternehmen zu haben. Gerade für den Geschäftsbetrieb von ZweiTälerLand Tourismus ist dies ein absolutes Muss. Die Systeme, mit denen gearbeitet werden, sind teilweise komplett internetbasiert. Das Datenvolumen wird immer größer. Die EDV-Entwicklung, sowohl Soft- und Hardware, wird immer schnellerlebiger und Ersatzteile sind im Laufe der Jahre für ältere Systeme kaum noch zu erwerben.

Die letzte Server- und PC-Anschaffung fand im Jahr 2016 statt. Man rechnet mit einer Laufzeit von ca. fünf Jahren. Dies macht es nun erforderlich, dass die komplette EDV-Ausstattung ausgetauscht werden muss. In diesem Zuge ist dann auch angedacht auf einen virtuellen Server und auf mobile Endgeräte für die einzelnen Arbeitsplätze umzusteigen. Im Falle eines erneuten Lock-Downs könnte dann auch von zu Hause aus weitergearbeitet werden. Eine erste Angebotseinholung bei der Firma jaka digital ergab für die Software und Einrichtung folgende Kostenübersicht für die Umstellung. Gegenangebote z.B. von komm.one stehen noch aus.

Kostenschätzung EDV-Umstellung (Mitte 2021)	
Software	
Office 365 Lizenzen (84,00 € mtl.)	504,00 €
Skykick Backup (44,00 € mtl.)	264,00 €
Support (100,00 € mtl.)	600,00 €
Server-Lizenz plus Usercalls für alten Server	850,00 €
Einrichtung vor Ort (5 Tagessätze a 800,00 €)	4.000,00 €
Ansatz im Wirtschaftsplan (EDV-Kosten)	6.218,00 €
<i>zzgl. gesetzlicher MwSt.</i>	
Hardware	
Notebooks Dockingstations Wlan-Router etc.	8.000,00 €
Unvorhergesehenes	2.000,00 €
Ansatz im Finanzplan	10.000,00 €
<i>zzgl. gesetzlicher MwSt.</i>	

Für die Hardware wurden 10.000,00 Euro netto im Finanzplan veranschlagt. Konkrete Angebote müssen (nach Bewilligung) dann noch eingeholt werden.

Beschlussvorschlag:

Die Gesellschafterversammlung stimmt den Projekten und Investitionen 2021 zu. Die Geschäftsführung wird beauftragt, die hierzu notwendigen Veranlassungen zu treffen.

Anlage:

- Betriebskosten Trekking-Camps

Anlage zu TOP 3 c) Trekking-Camps I Betriebskosten

Hier eine Auflistung der laufenden Kosten, die die Betreiber der Trekking-Camps im Blick haben müssen. Es handelt sich hierbei um Erfahrungswerte aus den beiden Camps im Naturpark Südschwarzwald (Steinbruch und Windberg).

Kosten vor Ort:

	Position	Bedarf / Camp	Kosten pro Camp
1	Betreuung des Camps vor Ort	Kontrolle mind. 1-2 x pro Woche sinnvoll	abhängig von (Vertrags-) Situation vor Ort.
2	Kompoststreu	ca. 20l pro Woche	ca. 50,00 € pro Monat
3	Biologisch abbaubares Toilettenpapier (besser für die Kompostierung)	mind. 3 Rollen pro Woche	ca. 5,00 € pro Monat
Sonstiges			
4	Desinfektionsmittel (Covid-19-bedingt)		k. A. (kein Muss)
5	ggf. Feuerholz (wird nicht vorausgesetzt)	ca. 4-5 fm pro Saison	k. A. (kein Muss)
6	ggf. Mahd (falls Wiesenflächen vorhanden)	nach Bedarf; ca. 2 x pro Saison	Nach Bedarf ca. 2 x pro Saison z. B. durch Bauhof
7	ggf. Entsorgung der Komposttoiletteninhalte bei der Kläranlage	nach Bedarf; ca. 2 x pro Saison	Ca. 5,00 – 10,00 € pro Entleerung
8	ggf. Verkehrssicherungspflicht und daraus resultierende Hiebsmaßnahmen	gemäß Gestattungsvertrag	k. A.
9	ggf. Nutzungsentgelt für Trekking-Camps im Staatswald		250,00 € pro Jahr

Aus den oben genannten Zahlen wird von mtl. laufenden Betriebskosten (reine Materialkosten) zwischen 60,00 und 100,00 € pro Camp und Monat ausgegangen. Die Kalkulation kann erst nach der Festlegung der Standorte der Camps konkretisiert werden.

Übergeordnete Kosten aller Projektbeteiligten:

	Position	Kosten	Bemerkung
1	Betreuung durch Lohospo GmbH (u.a. Service-Hotline, Stornierungen)	2020: Ca. 56€ pro Monat / Camp	Wird aktuell für das kommende Jahr neu verhandelt. 2020 gab es eine Pauschale von 500,00 € für die Gesamtbetreuung, wovon 2/3 der Kosten (= 167,00 €) auf den SSW entfielen. 2021 wird die Betreuung durch Lohospo GmbH voraussichtlich auf Stundenbasis abgerechnet (55 € / Stunde zzgl. MwSt.). Die tatsächlichen Kosten für den einzelnen Betreiber sind abhängig von der Gesamtanzahl der Camps.

	Position	Kosten	Bemerkung
2	Transaktionsgebühren Paypal	2,49% + Festgebühr von 0,35 € pro Buchung	Bei einem Gesamtbetrag der im vorherigen Kalendermonat eingegangenen geschäftlichen Transaktionen zwischen 0,00 – 2.000,00 EUR
3	Buchhaltung durch Naturpark Südschwarzwald e. V.	ca. 30% der Einnahmen	Wird am Ende der Saison gemeinsam mit den Betreibern besprochen.
4	Marketingmaßnahmen z. B. gemeinsamer Flyer		Kofinanzierung durch alle Projektbeteiligten (wird 2021 durch Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord gefördert).

Quelle: eMail vom 26.10.2020 | Naturpark Südschwarzwald Christine Peter
christine.peter@naturpark-suedschwarzwald.de