Rothaarsteig© – Der Weg der Sinne

Rückblick

- Rückläufige Übernachtungszahlen
- Fehlende Wahrnehmung der Region
- Defizite bei Wanderangeboten und deren Vermarktung
- „Sauerland-Gutachten“ mit konkreten Handlungsempfehlungen

Rückblick

- Definition der Rothaarsteig-Philosophie
- Kernaussagen: **naturnah, professionell, modern**
- Entwicklung der Markenwelt Rothaarsteig

Der Rothaarsteig©

- ✓ 154 km Wandererlebnis im Waldgebirge von Brilon bis Dillenburg mit Varianten
- ✓ Attraktive Varianten im Hochsauerland und Wester-wald über rd. 60 km
- ✓ 84 offizielle Zugangswege in Dörfer und Städte über 440 km
- ✓ Sprach-, Kultur- und Religionsgrenze sowie Wasserscheide zwischen Rhein und Weser
- ✓ Ausgezeichnet mit dem „Deutschen Wandersiegel“
- ✓ > 100 zertifizierte „Qualitätsbetriebe Rothaarsteig“

Der Rothaarsteig©

- ✓ Gemeinschaftsprojekt von 3 Bundesländern, 6 Landkreisen und 24 Kommunen
- ✓ Rothaarsteigverein e. V. als gemeinnütziger Träger des Projektes mit Geschäftsstelle und AG Marketing
- ✓ Wanderdachmarke für die Tourismusregionen Sauerland, Siegerland-Wittgenstein, Lahn-Dill-Bergland und Hoher Westerwald
- ✓ Partner des Naturparks Rothaargebirge, der Forstverwaltungen NRW, Hessen und Rheinland-Pfalz sowie der Wandervereine

Organisation

- Projektträger Rothaarsteigverein e.V.
- Mitglieder: Landkreise, Kommunen, Naturpark, Wandervereine, Tourismusorganisationen, Forstämter und Waldbesitzerverband
- Vorstand und AG Marketing
- Themenbezogene Arbeitsgruppen
- Geschäftsstelle (2,5 Mitarbeiter)

Projektentwicklung

Produkt

- ✓ Entwicklung nach dem bottom-up-Prinzip
- ✓ Aktive Einbeziehung der Wandervereine, Forstämter, Waldbesitzer und vieler Interessierter
- ✓ Streckenauswahl mit intensiver Begleitung durch Dr. Brämer/Universität Marburg
- ✓ Ziel: Naturerlebnis, angereichert mit natursensiblen Inszenierungen

Projektentwicklung

Marketing

- ✓ Erarbeitung einer Corporate Identity zum Thema „Rothaarsteig: Neues Wandern auf neuen Wegen“
- ✓ Entwicklung eines Corporate Design – Logo, Gestaltungsrichtlinie, Waldmöbel, Wanderportale, Kommunikation
- ✓ Ziel: Schaffung einer Wanderdachmarke

Projektfinanzierung

- ✓ Investitionsphase: Landesförderung NRW und Hessen sowie Projektzuschüsse durch Kreise und Kommunen
- ✓ Zukünftig: Fünf-Säulen-Modell
- Gastronomie und Hotellerie
- Eigenwirtschaftliche Tätigkeiten
- Öffentliche Hand
- Sponsoren
- Stiftungen

Finanzierung – Fünf Säulen

- Eigenwirtschaftliches Handeln
- Öffentliche Hand
- Sponsoring
- Privates Engagement – Rothaarsteig Förderer & Freunde e.V.
- Stiftungen

Eigenwirtschaftliches Handeln

- Verkauf von Artikeln im WanderShop (Outdoor-Artikel, Waldmöbel, Karten & Bücher)an Endkunden und Handel
- Eintragungsgebühren, Anzeigenerlöse, Lizenzen und Provisionen
- Beratung & Dienstleistungen

Öffentliche Hand

- Fehlbedarfsfinanzierung durch Kreise und Kommunen (je 50 %)
  - Förderzuschüsse errechnen sich aus Sockel-betrag, Wegeanteil und Anzahl der Zuwege gewichtet mit dem touristischen Potenzial
- Kreise & Kommunen 1,64 Mio. EUR (1999-2007)
  - Kreise 4.500 - 22.000 EUR (2007)
  - Kommunen 450 - 7.500 EUR (2007)

Öffentliche Hand

- Landesförderung Rothaarsteig und angrenzendes Wegenetz
  - NRW 1999 - 2007: 2,04 Mio. EUR
  - Hessen 2003 - 2006: 0,1 Mio. EUR

Budgetplan 2007

- Erlöse wirtschaftlicher Bereich 191.000
- Neutrale Erlöse 283.500

- Wareneinkauf 60.000
- Infrastruktur 105.000
- Marketing 122.500
- Verwaltung 175.000
- Abschreibungen 168.500

ROTHAARSTEIG®

TATONKA®
EXPEDITION LIFE.

Volksbanken
am Rothaarsteig

Erste Erfolge

- ✓ ca. 1,5 Mio. Wanderer/Jahr auf dem Rothaarsteig
- ✓ Redaktionelle Beiträge in FAZ, Die Zeit, BILD, Welt am Sonntag, Der Spiegel, FOCUS, GEO-Saison, ADAC motorwelt, etc.
- ✓ Fernseh- und Rundfunkberichte: ARD, ZDF, RTL, HR, WDR, SWR und n-tv
- ✓ 45.000 verkaufte Wanderkarten
- ✓ 20.000 verkaufte ErlebnisWanderführer
- ✓ 100.000 Besucher/Jahr auf www.rothaarsteig.de
- ✓ Steigerung der Übernachtungszahlen um bis zu 15 %

Impulse für die Region

- ✓ Steigerung der Wirtschaftkraft
- ✓ Förderung der Regionalidentität
- ✓ Besinnung auf die Stärken der Region – Konzentration auf die Kernkompetenz „Wandern“
- ✓ Konsequentes Themenmarketing mit neuen Angeboten
- ✓ Schrittmacher für Kooperationen über Verwaltungsgrenzen hinweg

Gutachten „Wirtschaftliche Effekte durch den Rothaarsteig©

1. Methodik und Basis zur Ableitung des Mengengerüstes zum Wirtschaftsfaktor Rothaarsteig©

- Befragung von 600 Tages- und Übernachtungsgästen an 6 Standorten am Rothaarsteig© von Mitte Oktober 2005

- Befragung von 50 Beherbergungsbetrieben im Oktober und November 2005
- Besucherzählung und Kurzinterviews (n = 1100

2. Touristische Nachfrage am Rothaarsteig© pro Jahr

- 1,2 Mio. Tagesausflügler
- 0,3 Mio. Übernachtungsgäste

3. Ausgaben der Gäste pro Kopf und Tag und daraus resultierende Bruttoumsätze

- Tagesgäste: 14,90 € => Bruttoumsatz 17,88 Mio. € im Jahr
- Übernachtungsgäste: 50,10 € => Bruttoumsatz 15,03 Mio. im Jahr
- Gesamtbruttoumsatz pro Jahr 32,91 Mio. €

4. Vom Tourismus am Rothaarsteig© direkt profitierende Branchen

- Das Gastgewerbe mit einem Umsatz von 24,30 Mio. €
- Der Einzelhandel mit einem Umsatz von 5,70 Mio. €
- Das Dienstleistungsgewerbe mit einem Umsatz von 2,91 Mio. €

5. Einkommenswirkungen durch den Rothaarsteig©

- Einkommenseffekte gesamt: 16,76 Mio. €
- Das entspricht einem Beschäftigungsäquivalent von rund 800 Personen

6. Kommunales Steueraufkommen durch den Rothaarsteig©

- Das jährliche kommunale Steueraufkommen beträgt rund 0,7 Mio. €

Über Themen und Kooperationen in die Köpfe der Gäste

- **Erfahrungen** zeigen
  - Das **Urlaubsmotiv** steht im Mittelpunkt
  - Wohin die Reise geht ist sekundär
- **Konsequenz**
  - **Themen** definieren und erlebbar machen
  - Städtereisen, Landerlebnis, Wanderreisen
- **Regionen setzen Akzente**
  - Sauerland: **Rothaarsteig, Wandergasthöfe**

Qualitätsbetriebe Rothaarsteig

- Zusammenschluss von z.Zt. ca. 100 Betrieben im Rothaarsteig-Land
- Spezialisierung auf den Wandergast
- Bieten einen besonderen Service und Infrastruktur rund um das Thema Wandern
- Offizielles Zertifi-zierungsverfahren durch den Verein

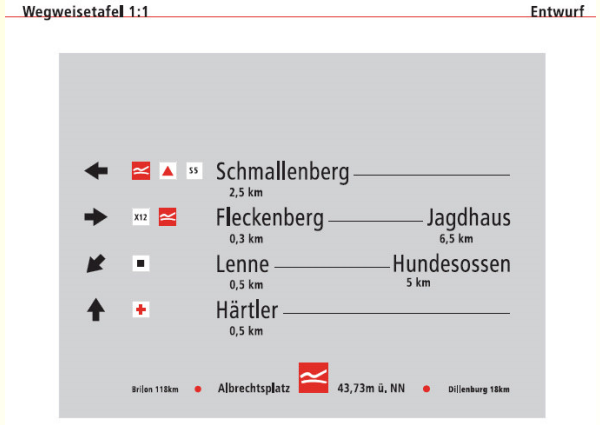
Personal			
M	E	M	Orts- und wanderkundigen Mitarbeiter im Betrieb (mindestens ein ständiger Ansprechpartner)
M	M	M	Teilnahme an jährlichen Produktschulungen zum Rothaarsteig: Bei der 1. Nichtteilnahme fällt eine „Strafgebühr“ von 100,- Euro an Bei der 2. Nichtteilnahme wird das Zertifikat „Qualitätsbetrieb Rothaarsteig“ aberkannt

Allgemeiner Service			
M	M	-	Generelle Bereitschaft, Gäste für eine Nacht zu nehmen
M	M	M	Reservierungsservice für die nächste Übernachtung anbieten
M	M	-	SauerlandCard anbieten, wo dies möglich

Infrastruktur

- Ausgesuchte Wegeführung
- Orientierungssichere Markierung & Beschilderung
- Original Rothaarsteig-Waldmöbel
- Info- und Erlebnispunkte
- Wanderportale

Beschilderung



- Kosten 2001 – 2007 200.000 EUR
- Ausschilderung der Gastronomie wurde integriert

Wanderwegweisung

&

Mobiliar

ROTHAARSTEIG®

ROTHAARSTEIG®

Lützel
5,8 km
Giller (Aussichtsturm)
7,6 km
XE
W
Altenteich
5,5 km
Erndtebrück
10,5 km
XE
Ederquelle
0,8 km
N
Benfe
4,5 km
620 m ü. NN
Ederquelle
0,3 km
Benfe
2,3 km
XE
Ederquelle
0,8 km
N
Benfe
4,5 km
W
Benfe
2,3 km
Siegquelle
4,8 km
A4
A9
Rundwege
620 m ü. NN

VAUDE

Rothaarsteig 2.0

- Qualitätssicherung
- Detailverbesserungen bei der Infrastruktur
- Aktiveres Marketing & PR
- Optimierung www.rothaarsteig.de (Emotion – Information – Vertrieb
- Rothaarsteig-Circuli
- Themenkooperationen (z.B. Wandern und Gesundheit)

Ausblick

- Wandermarkt wächst weiter
- Konkurrenzdruck nimmt zu
- Kunden werden anspruchsvoller und individueller

Ziele für die Zukunft

- ✓ Nachhaltige Qualitätssicherung und ständige Produktverbesserung Rothaarsteig
- ✓ Entwicklung neuer Produkte (z.B. Rothaarsteig-Extratouren)
- ✓ Einführung eines quantitativen und qualitativen Wandermonitors
- ✓ Entwicklung multioptionaler Angebote
- ✓ Kooperationen mit ausgesuchten Partnern

TOP TRAILS

www.toptrails.de

Deutschlands beste Wanderwege

Was waren Erfolgsrezepte des Rothaarsteigs?

- **eine** einheitliche Marke
- **eine** Informations- und Buchungsstelle
- **eine** reduzierte Auswahl von Aussagen
- **eine** frische, am Wandermarkt bis dahin unbekannte moderne Art mit einem Schuss Life Style
- **eine** Linse, d.h. nur ein Fotograf für alles
- **eine** emotionale Grundlinie (Weg der Sinne)

- **eine** Sicherheitsaussage (Nie mehr verlaufen; Wandern ohne Karte)
- **eine** Art naturnahes Zuhause und Heimat und **eine** klare, selbstbewusste Antwort auf die Frage: „Wo soll ich denn wandern?“
- **ein** Kümmerer
- **ein** Projektbüro mit guten Leuten, die auch optisch wirken
- **eigenes** Denken, nicht kopieren
- der Charakter **einer** Bewegung nach innen, um die Menschen der Region zu Botschaftern zu machen

- der drangvolle Wunsch, **eine** langlebige Marke zu schaffen
- Ein Schuss Mut, Unbefangenheit, Führungswille und Vertrauen von Dritten, denn (entstehende) Marken kann man bei allem guten Willen nicht demokratisieren
- Glück und das gute Gefühl, etwas seinerzeit völlig Neues zu kreieren.

Landesbetrieb Wald und Holz

- Einerseits:
- Die individuelle Erholung der Bevölkerung im Wald ist ein gesetzlich verbrieftes Recht.
- Je nach Quelle finden in NRW jährlich 100 bis 200 Millionen Tagesbesuche im Wald statt.
- Anderseits:
- Das Wissen um den Wald befindet sich im Sturzflug.
- Dies trifft insbesondere auf die wirtschaftliche Bedeutung zu.

Landesbetrieb Wald und Holz

- Konsequenzen:
- Die Landesforstverwaltung schickt ihre Mitarbeiter zu den Besuchern in den Wald.
- Es entsteht, - für NRW ein Novum -, das Berufsbild des Rangers.
- Es werden intensive Gespräche mit den privaten Waldbesitzer geführt um die Rahmenbedingen abzuklären, die einen Einsatz möglich machen.
- Die Aufgaben werden gemeinsam festgelegt.
- Das Landesforstgesetz wird angepasst.

Landesbetrieb Wald und Holz

- Aus heutiger Sicht:
- Es ist eine echte Win-Win-Situation entstanden.
- Der Rothaarsteig hat kompetente Ansprechpartener vor Ort.
- Die Landesforstverwaltung trifft auf gut gelaunte, aufnahmebereite und freundliche Besucher.
- Besondere Ereignisse, z.B. der Sturm Kyrill, sind ergiebige Gesprächsthemen.

Landesbetrieb Wald und Holz
Nordrhein-Westfalen
ROTHAARSTEIG®
ROTHAARSTEIG®

ROTHAARSTEIG®

Landesbetrieb Wald und Holz
Nordrhein-Westfalen

Ranger des Landesbetriebes Wald und Holz

- Mitarbeiter des Landesbetriebs Wald & Holz NRW
- 6 Ranger und eine Leitung
- Von 2003 bis 2005 als Modellprojekt des Landes
- Ab 2006 ein dauerhaftes Angebot an die Besucher.

ROTHAARSTEIG®

Landesbetrieb Wald und Holz
Nordrhein-Westfalen

Ranger des Landesbetriebes Wald und Holz

- <u>Ausbildung:</u>

- Forstwirtschaftsmeister
- und geprüfte Natur- und Landschaftspfleger
- Darüber hinaus werden die Ranger kontinuierlich fortgebildet.
- Deeskalation, GPS, Waldpädagogik, ...

ROTHAARSTEIG®

Landesbetrieb Wald und Holz
Nordrhein-Westfalen

Ranger des Landesbetriebes Wald und Holz

- <u>Besucherkontakte</u>

- ca. 30.000 Gespräche über 5 Minuten.
- ca. 400 Führungen ohne Gebühr (Kinder, Jugendliche)
- ca. 100 Führungen gegen Gebühr (Erwachsene)
- Beteiligung an 25 Messen und Veranstaltungen
- Presse, Radio und Fernsehen

ROTHAARSTEIG®

Landesbetrieb Wald und Holz
Nordrhein-Westfalen

Ranger des Landesbetriebes Wald und Holz

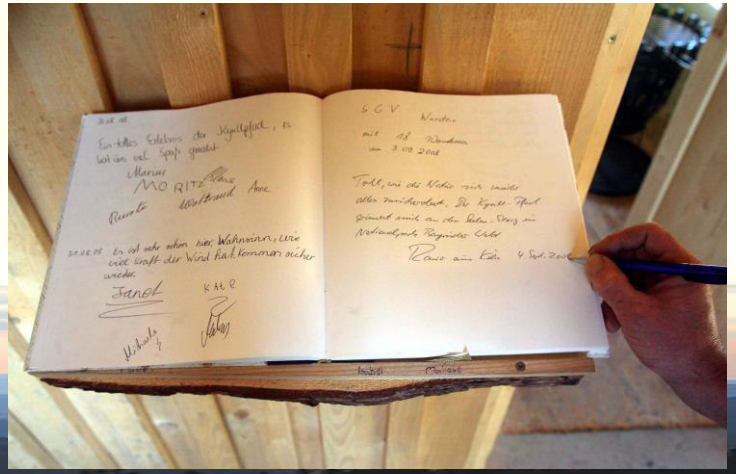
- <u>Praktische Arbeiten am Steig</u>
-
- Instandhaltung und Reparatur im laufenden Betrieb
- Neubau von Stationen im Staatswald

ROTHAARSTEIG®

Landesbetrieb Wald und Holz
Nordrhein-Westfalen

Ranger des Landesbetriebes Wald und Holz

- <u>Forstschutz</u>
-
- Die Ranger sind mit dem Forstschutz beauftragt:
- Das heißt, sie schützen den Wald vor dem Besucher



ROTHAARSTEIG®

Landesbetrieb Wald und Holz
Nordrhein-Westfalen

Ranger des Landesbetriebes Wald und Holz

- <u>Sonstiges:</u>
-
- Transfer von Ideen und Wissen
- Forst-Werker-Projekt

ROTHAARSTEIG®

Landesbetrieb Wald und Holz
Nordrhein-Westfalen

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!