

Jahresbericht 2017

Tourismus und Marketing



Tourismus und Marketing
Karlstraße 58
78166 Donaueschingen

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
1 Tourismus in Zahlen	3
1.1 Übernachtungen	3
1.2 Erlebnisführungen	7
1.3 Klassifizierungen	8
1.4 Prospektanfragen	9
1.5 E-Bike-Verleih	9
1.6 Webpräsenz	10
2 Aufgaben, Projekte und Highlights	11
2.1 Donaueschingen	11
2.2 Kooperation Quellregion Donau	15
3 Ausblick 2018	16

1 Tourismus in Zahlen

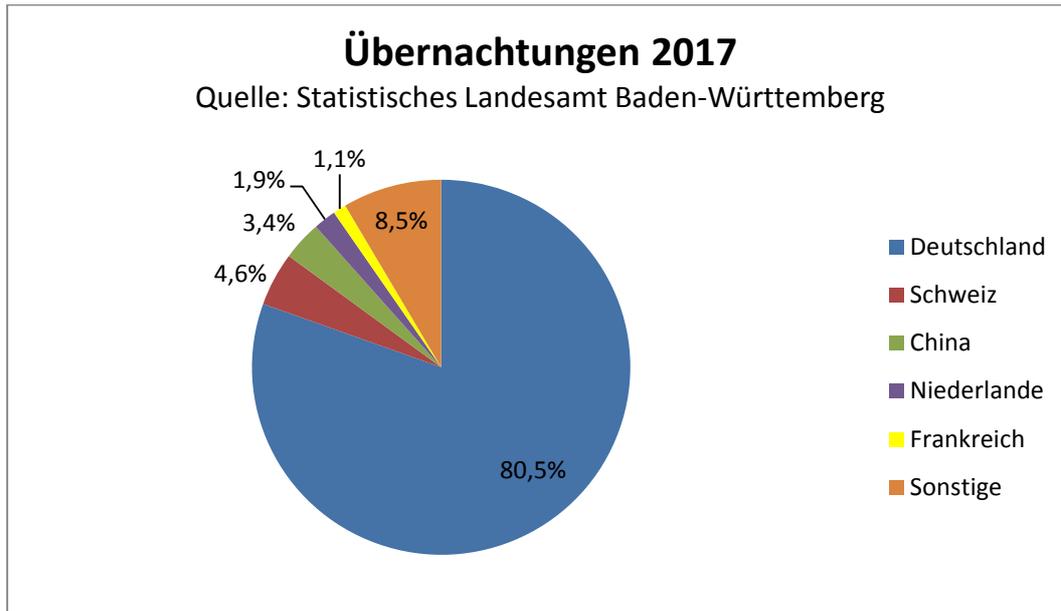
1.1 Übernachtungen

Übernachtungszahlen Donaueschingen 2017, 2016 und 2015

	2017	Veränderung gegen Vorjahr	2016	2015
Übernachtungen Gesamt	214.448	- 2,3 %	219.515	221.191
Davon aus Deutschland	172.567 (80,4 %)	- 0,2 %	172.963 (78,8 %)	176.748 (79,9 %)
Davon aus dem Ausland	41.881 (19,6 %)	- 10,0 %	46.552 (21,2 %)	44.443 (20,1 %)
Davon Schweiz	9.911	- 29,8 %	14.125	16.038
Davon China	7.272	-12,2 %	8.281	5.826
Davon Niederlande	4.150	+ 4,9 %	3.956	3.320
Davon Frankreich	2.411	- 28,4 %	3.368	2.886
Weitere Länder	Italien (+23,3 %), Österreich (+ 5,5 %), Israel (- 42,5 %), Spanien (- 15,7 %), Polen (-0,2 %), Vereinigtes Königreich (-7,3 %), USA (-9,6 %) jeweils zwischen ca. 1.800 und ca. 800 Übernachtungen.			
Ankünfte Gesamt	77.324	-7,7 %	83.750	83.310
Davon aus Deutschland	50.474	- 6,8 %	54.150	57.256
Davon aus dem Ausland	26.850	- 9,3 %	29.600	26.054
Aufenthaltsdauer	2,8 Tage	+ 7,6 %	2,6 Tage	2,7 Tage

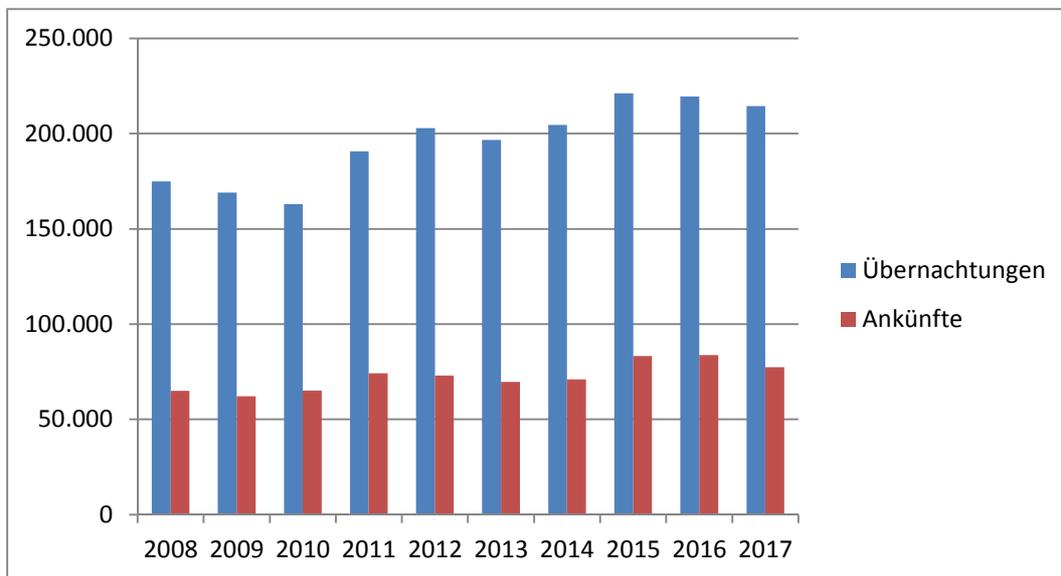
(Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; erfasst werden Betriebe ab 10 Betten)

Von Januar bis Dezember 2017 gingen die Übernachtungen in Donaueschingen im Vergleich zum Vorjahr gemäß den Erhebungen des Statistischen Landesamts Baden-Württemberg um 2,3 % und die Gästeankünfte um 7,7 % zurück. Diese Zahlen resultieren jedoch im Wesentlichen aus der durch die Erweiterungsmaßnahmen des Öschberghofs erforderlichen mehrmonatigen Schließung des Hotels. Bereinigt um die Zahlen des Öschberghofs weist die Statistik für das Jahr 2017 ein Plus von 2,9 % bei den Übernachtungen sowie einen minimalen Rückgang von 0,7 % bei den Ankünften aus. Erfreulich sind insbesondere die Stabilisierung der Übernachtungszahlen der inländischen Gäste sowie die hieraus resultierende längere Aufenthaltsdauer. Die rückläufige Tendenz bei den ausländischen Gästen ist insbesondere auf deutlich weniger Übernachtungsgäste aus der Schweiz, Frankreich und China zurückzuführen.



Der Trend zum Urlaub im eigenen Land sorgt für eine Stärkung des Inlandsmarkts, sodass dieser mit über 80 % nach etlichen Jahren erstmals wieder an Anteilen zulegt. Der ostasiatische Markt, der auf Grund der Pauschalreiseabkommen diverser Veranstalter und Hotels schwer steuerbar ist, legte zuletzt nicht weiter zu.

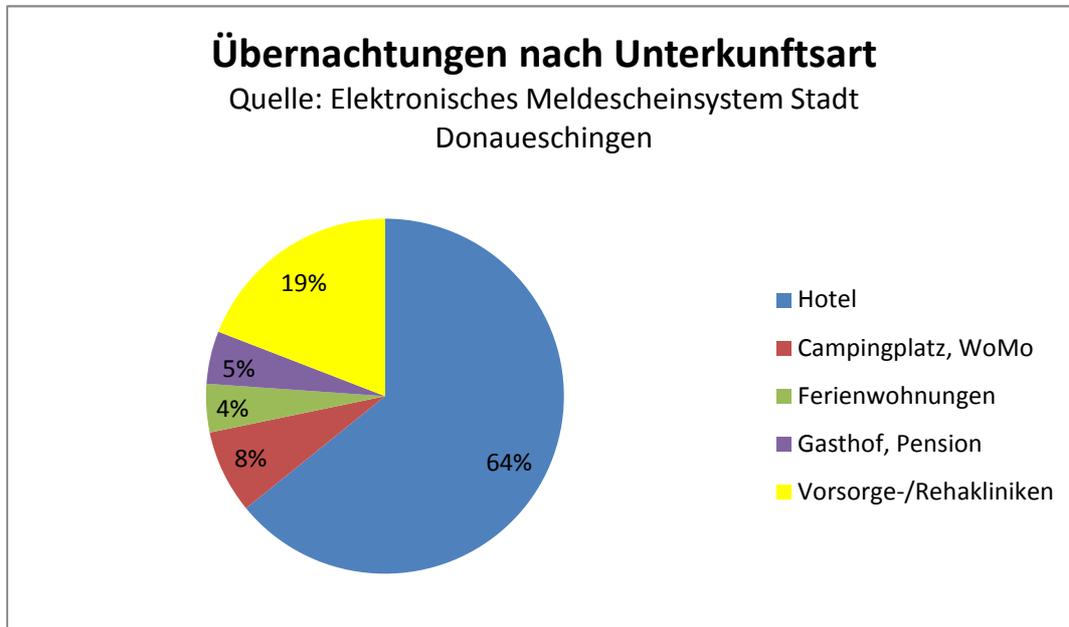
Übernachtungen und Ankünfte Stadt Donaueschingen von 2008 bis 2017



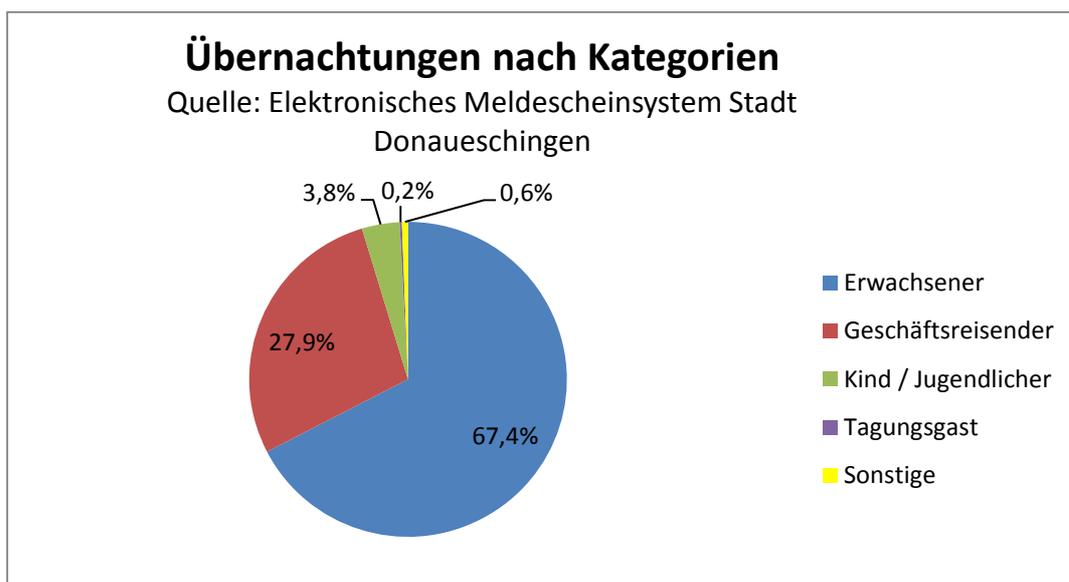
Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Trotz eines leichten Abwärtstrends seit 2015 kann doch weiterhin von einer Stabilisierung der Zahlen auf hohem Niveau gesprochen werden. Wie bereits im Jahresbericht 2016 prognostiziert, schlägt sich die mehrmonatige Schließung des Öschberghofs im vergangenen Jahr ganz wesentlich in den Gesamtzahlen nieder. Bis zum Abschluss der

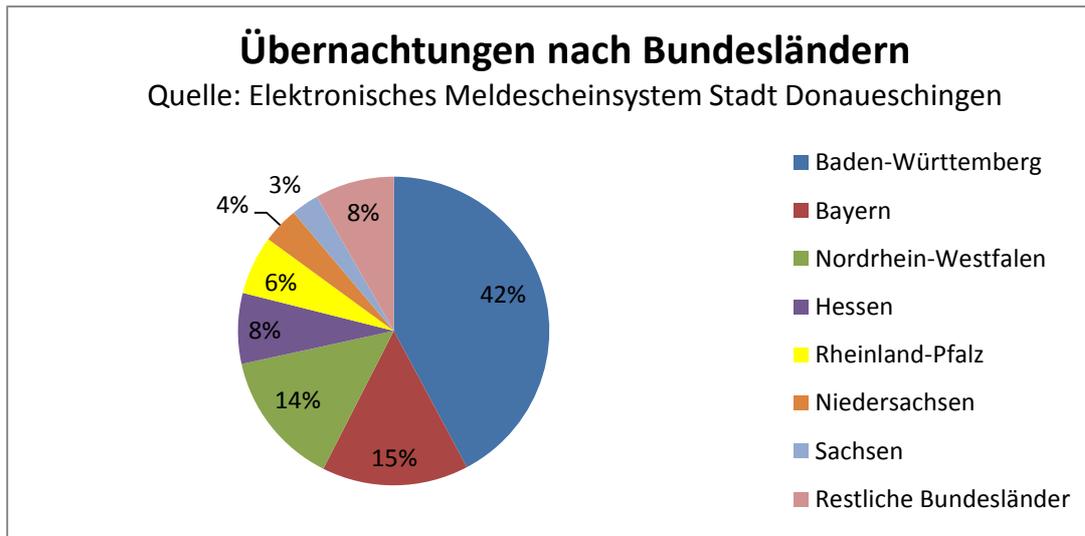
Umbaumaßnahmen Ende 2018 muss diesbezüglich mit weiteren Beeinträchtigungen gerechnet werden. Erfreulicherweise konnte der Rückgang durch eine positive Gesamtentwicklung aufgefangen werden, sodass die um die Zahlen des Öschberghofs bereinigten Übernachtungen ein Plus ausweisen.



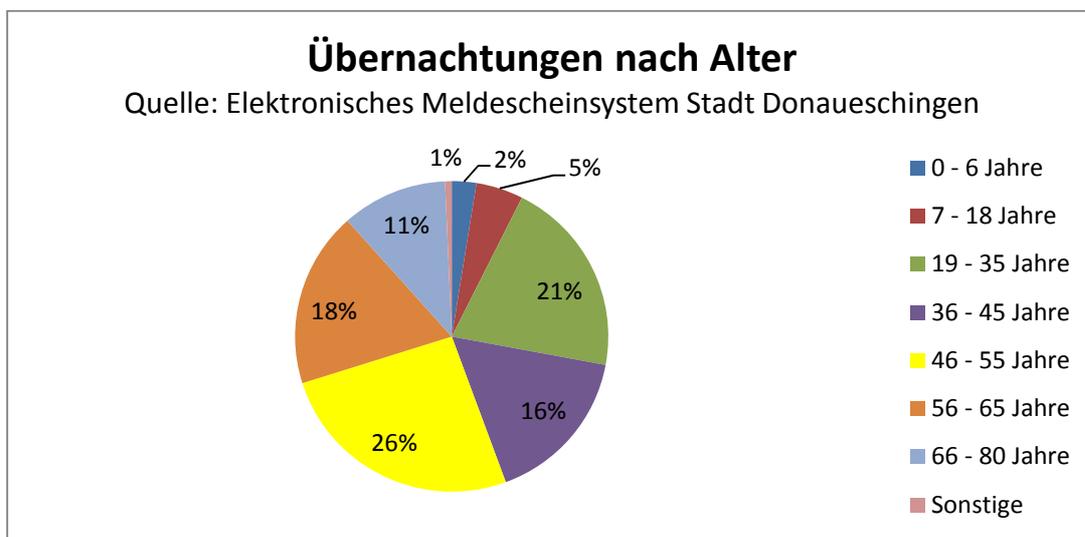
Laut den Zahlen des elektronischen Meldescheinsystems der Stadt Donaueschingen beherbergen die Hotels mit ca. 64 % den größten Anteil der Übernachtungen in Donaueschingen. In Ferienwohnungen, Gasthöfen und Pensionen wurden 2016 insgesamt knapp 14.000 Übernachtungen gezählt, womit diese Unterkunftsarten im Vergleich zum Vorjahr an Bedeutung gewinnen.



Ca. 28 % aller Übernachtungsgäste in Donaueschingen sind Geschäftsreisende nach den Zahlen des elektronischen Meldescheinsystems. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass nur Personen, die in Donaueschingen arbeiten, als Geschäftsreisende definiert werden. Geschäftsreisende, die in umliegenden Gemeinden arbeiten, werden zu den Erwachsenen gezählt. Wie sich hieran zudem erkennen lässt, haben Kinder und Jugendliche und somit auch Familien als Zielgruppe für den Tourismus in Donaueschingen nach wie vor kaum eine Bedeutung.



Innerhalb der Übernachtungen aus Deutschland wurden die meisten Übernachtungen von Gästen aus dem eigenen Bundesland (42 %) generiert. Danach folgten Bayern und Nordrhein-Westfalen mit 15 bzw. 13 %. Der Anteil an Übernachtungen aus anderen Bundesländern nahm im Vergleich zum Vorjahr zu.



Die dominante Zielgruppe sind mittlerweile die 46- bis 55-jährigen. Insgesamt machen die „Best Ager“ knapp 50 % der Übernachtungen aus – ein Trend, der sich in Anbetracht der demographischen Entwicklung in absehbarer Zeit wohl nicht umkehren wird.

1.2 Erlebnisführungen

Gebuchte Gruppenführungen

Im Jahr 2017 wurden insgesamt 192 Erlebnisführungen für Gruppen mit 3.842 Teilnehmern gebucht. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies einen Rückgang um 8 % bei der Anzahl der Führungen und um 12 % bei den Teilnehmern. Dieser Rückgang liegt im Bereich der jahresüblichen Schwankungen und muss insbesondere auch vor dem Hintergrund der im Jahr zuvor gestiegenen Nachfrage von über 50 % betrachtet werden.

Nach wie vor ausgesprochen erfolgreich sind die Themenführung zur Donauquelle, die zu 56 Anlässen 1.156 Teilnehmer erreichen konnte, sowie die meistgefragte Führung „Donaueschingen – Geschichte und Gegenwart“ (80 Führungen, 1.545 Teilnehmer), die sich etwa auf Vorjahresniveau bewegen.

Rückläufig waren die Buchungen der Führung „Die Donau – von der Quelle zum Zusammenfluss“ (10 Führungen, 141 Teilnehmer). Hier ist jedoch spätestens mit der Aufwertung des Zusammenflusses im Auepark Donauursprung zusätzliches Aktivierungspotenzial vorhanden.

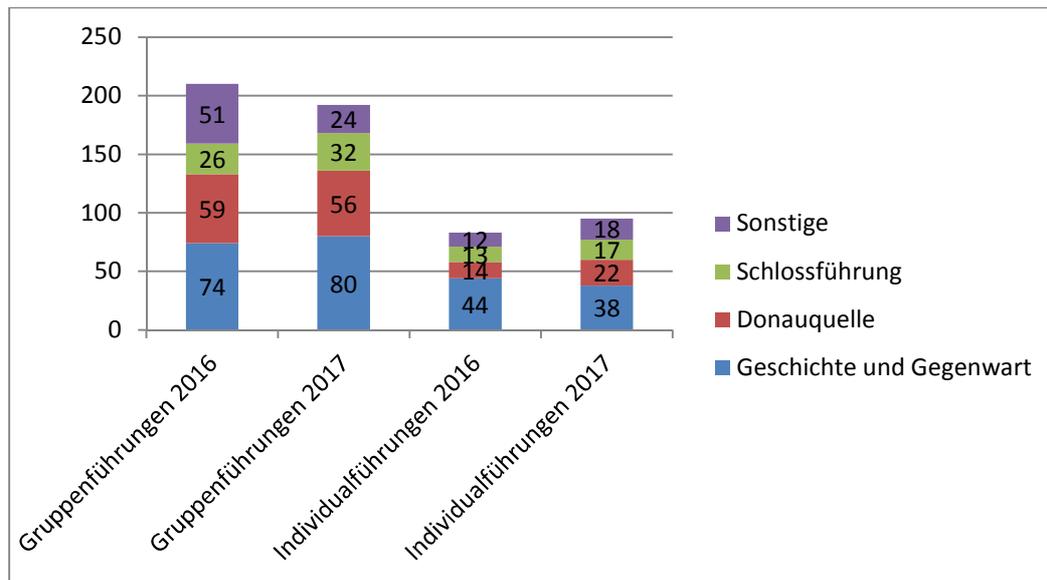
Ebenfalls rückläufig war die Nachfrage nach einzelnen, spezifischen Themenführungen (Schlosspark, Märchen, Licht & Schatten). In Folge dessen wird die Tourist-Information ab 2018 mit den Führungen „Wahr oder Unwahr“ und der Kinderführung „Donaueschinger Detektive auf Spurensuche“ neue thematische Schwerpunkte setzen.

Individualführungen

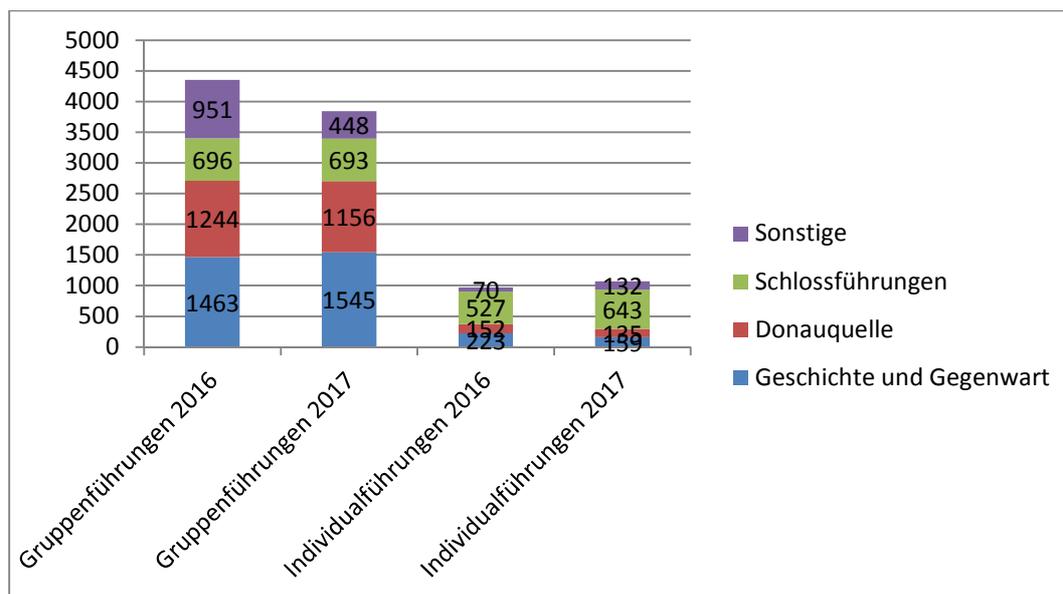
Die öffentlichen Erlebnisführungen für Individualreisende wurden 2017 erstmals ohne vorab erforderliche Anmeldung angeboten. Diese Maßnahme zielt insbesondere auf Kurzurlauber und Tagesreisende ab, die sich oftmals erst spontan vor Ort für die Teilnahme an einer Führung entscheiden. Über Pressemitteilungen und Beschilderung an prägnanten Punkten wie vor der Tourist-Info und am Vorplatz zur Donauquelle werden Gäste auf das Angebot aufmerksam gemacht.

Zuletzt zeigte der Trend im zweiten Halbjahr eine positive Entwicklung auf, sodass mehr Menschen für spezifische Themenführungen wie z.B. die „Stadtgeschichten im Belvedere“ begeistert werden konnten. Die Führung „Geschichte und Gegenwart“ wird ganzjährig wöchentlich angeboten, die Donauquell-Führung von April bis September.

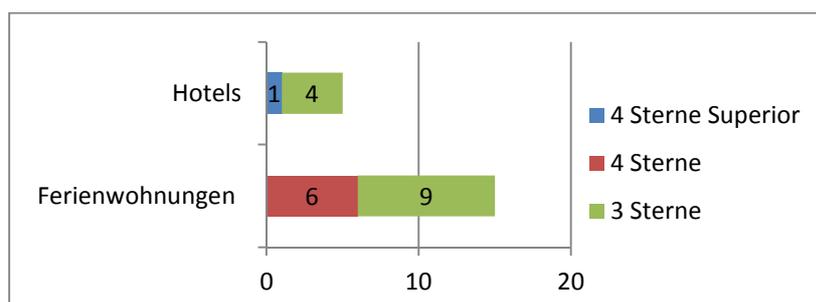
Anzahl Führungen 2017 und 2016



Anzahl Teilnehmer 2017 und 2016

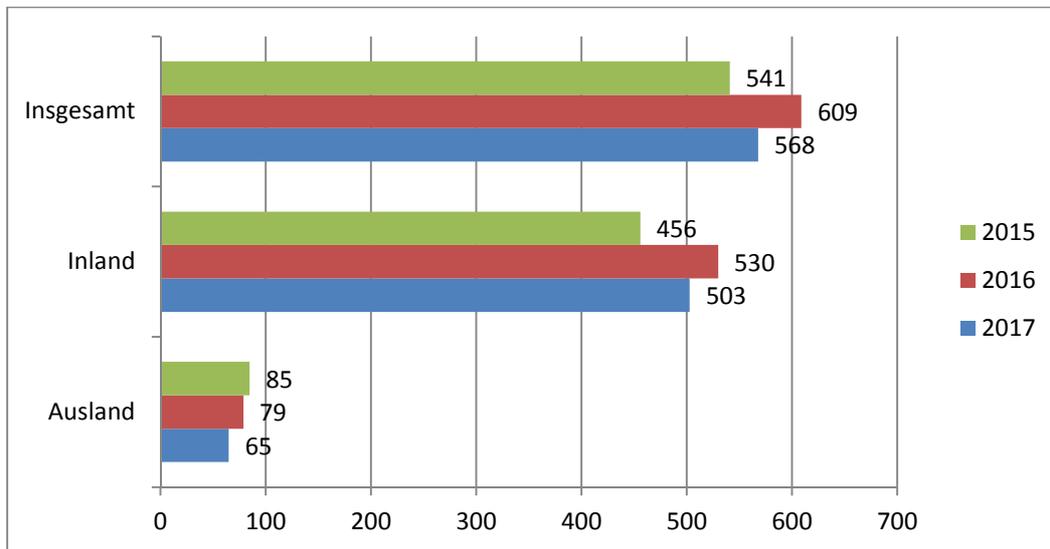


1.3 Klassifizierungen



In Donaueschingen sind derzeit fünf Hotels nach DEHOGA klassifiziert sowie aktuell 15 der insgesamt 30 Ferienwohnungen mit den Sternen des Deutschen Tourismusverbandes ausgezeichnet.

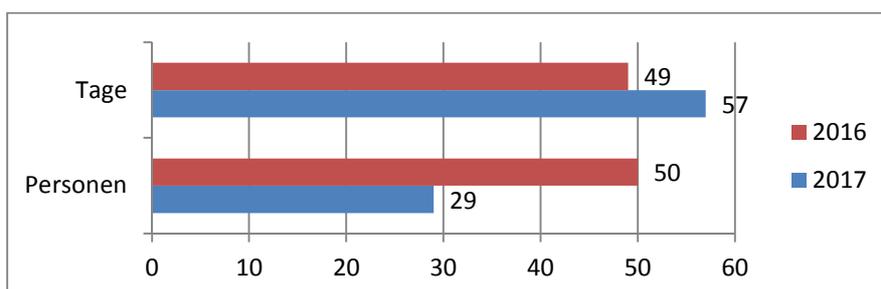
1.4 Prospektanfragen



Die Tourist-Information bearbeitete im Jahr 2017 knapp 600 Prospektanfragen aus dem In- und Ausland. Insgesamt wurden knapp 3.800 Prospekte per Post oder E-Mail versendet, davon vor allem die Imagebroschüre sowie der Stadtplan. Die größte Nachfrage kam wie im Vorjahr aus den Bundesländern Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Bayern. Die Anfragen aus dem Ausland kamen vor allem aus der Schweiz, Österreich, den Niederlanden, Frankreich und Belgien. Diese Zahlen decken sich somit ungefähr mit den stärksten Märkten der Übernachtungen.

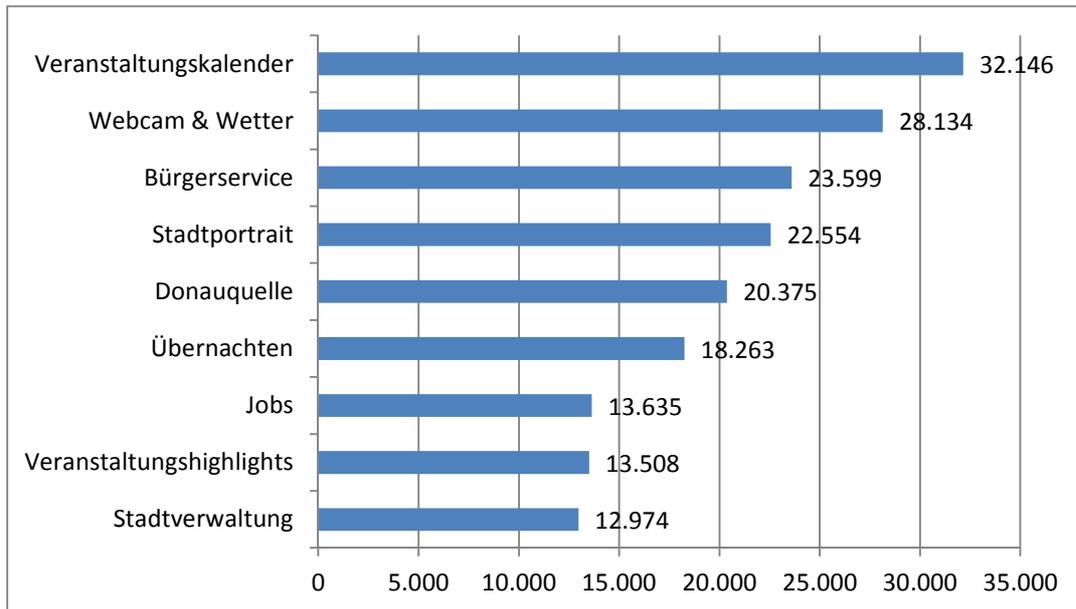
1.5 E-Bike-Verleih

Der E-Bike-Verleih ist ein touristisches Angebot, das mittlerweile zum Standard vieler Städte gehört und wird in Donaueschingen seit der Einführung in 2012 immer häufiger genutzt. Das Jahr 2017 war geprägt von längerfristigen Ausleihen einzelner Gäste.



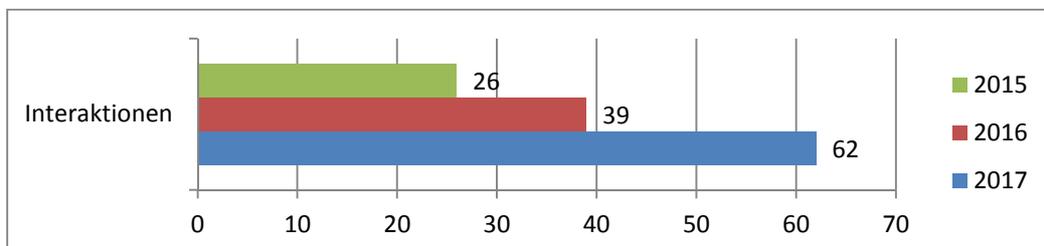
1.6 Webpräsenz

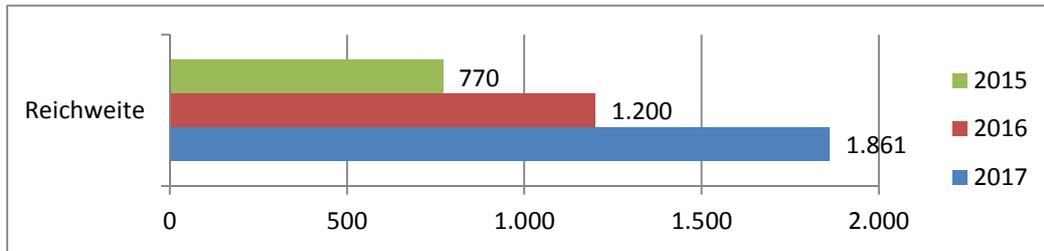
Die meist besuchten Seiten der städtischen Webseite im Jahr 2017:



Im Jahr 2017 wurde auf die städtische Webseite 1.077.296-mal (1.052.756-mal in 2016) von insgesamt 211.395 Besuchern (2016: 210.234) zugegriffen. Dies bedeutet, dass die Seite im Vergleich zum Vorjahr von mehr Personen (+ 0,5 %) besucht wurde und die Nutzer zugleich aktiver auf der Seite unterwegs waren (+2,3 %). 47 % der Zugriffe erfolgen mittlerweile über mobile Endgeräte (2016: 42 %). Durch den noch im laufenden Jahr geplanten Relaunch der städtischen Website wird die Zukunftsfähigkeit sichergestellt werden, nicht zuletzt durch die Integration eines „responsiven Designs“, also der individuellen Anpassung der Inhalte an jede Bildschirmgröße.

Facebook





Die Kommunikation über soziale Medien gehört heute zu den Grundvoraussetzungen jeder professionellen Marketingplanung. Im Jahr 2017 wurden über die städtische Facebook-Seite 97 Beiträge verbreitet, die insgesamt knapp 180.000 Personen erreichten. Durch entsprechende Schwerpunktsetzung und Themenselektion konnte die durchschnittliche Beitragsreichweite von 1.200 auf 1.861 gesteigert werden. Von noch größerer Relevanz ist die Anzahl der erreichten Interaktionen, die entscheidend für die Kontaktqualität und die Identifikation der Anwender ist. Diese konnte von durchschnittlich 39 auf 62 pro Beitrag gesteigert und innerhalb von zwei Jahren mehr als verdoppelt werden.

2 Aufgaben, Projekte und Highlights

2.1 Donaueschingen

Das Sachgebiet Tourismus und Marketing umfasst drei Vollzeitstellen, zwei Teilzeitstellen sowie eine Auszubildende und eine Duale Studentin der DHBW. Neben der Betreuung der Gäste vor Ort, per E-Mail und Telefon sowie dem Kartenverkauf für unterschiedlichste Veranstaltungen, Verkauf von Schwimmbadkarten, Zimmervermittlung, Organisation von Stadtführungen und Pauschalen, Verkauf von Souvenirs und sonstigen Angeboten sowie der Mitwirkung bei der Organisation der Musiktage, umfasst das Sachgebiet Tourismus und Marketing eine Reihe weiterer Tätigkeitsschwerpunkte. Hierbei wurden u.a. folgende weitere Projekte und Maßnahmen im Jahr 2017 durchgeführt.

Tourismuskonzept

Nach der Verabschiedung des Tourismuskonzepts im Juli 2016 lag der Fokus im vergangenen Jahr auf der Vertiefung und Ausarbeitung einzelner Projekte an Hand der Liste der priorisierten Schlüssel- und Starterprojekte. Während einzelne Infrastrukturprojekte wie der Auepark Donauursprung in der Planungsphase entscheidende Fortschritte machten, ging es an anderer Stelle bereits an die konkrete Umsetzung, insbesondere in puncto städtischer Markenauftritt.

DonauquellFest

2016 feierte das DonauquellFest seine erfolgreiche Premiere. Nach durchweg positiver Resonanz ergab sich in Folge einer Anfrage seitens der Fürstenberg Brauerei für die Neuauflage 2017 eine enge Kooperation zwischen Stadt, Brauerei und Narrenzunft „Frohsinn“. Nicht nur fand am Samstagabend das große Finale des Fürstenberg LOKAL DERBYs auf der Bühne an der Schützenbrücke statt, durch die gebündelten Ressourcen konnte auch das Marketing optimiert und das Programm um wesentliche Bestandteile aufgewertet werden. Anlaufpunkte wie die Lounge an der Donauquelle oder der Piazza mit sommerlichem Flair an der Stadtkirche erfreuten sich größter Beliebtheit und ließen alle Beteiligten zu dem Schluss kommen, dass die Zusammenarbeit in dieser Form fortgesetzt werden soll. Ende des Jahres wurde schließlich der Beschluss gefasst, die Veranstaltung in dieser Form künftig alle 2 Jahre zu organisieren, nächstmalig 2019.

Städtischer Markenauftritt

Die Überarbeitung des städtischen Markenauftritts umfasst mehrere Teilprojekte. Zu Beginn stand das Thema „Stadtlogo“, bei welchem sich passenderweise die Zusammenarbeit mit dem ortsansässigen, renommierten Künstler Emil Kiess ergab, der für die Stadt Donaueschingen ein neues Logo entwarf. Dieses wurde im Sommer 2017 durch den Gemeinderat verabschiedet. Nach interner Prüfung wurde ebenfalls definiert, dass das Logo künftig gesamtstädtisch zum Einsatz kommen solle und nicht nur im touristischen Bereich. Derzeit erfolgt der letzte Feinschliff in Kooperation mit dem Grafiker Holger von Briel, sodass eine Einführung des Logos sowie die Umsetzung des neuen städtischen CD-Handbuchs im 2. Quartal 2018 geplant sind. Damit ist auch der Grundstein gelegt für die Generalüberholung der städtischen Website auf dem aktuellsten technischen Standard und mit einer visuellen Optimierung, die auf das Markenbild Donaueschingen zugeschnitten sein wird.

E-Bike Ladestation

Im Rahmen des E-Mobilitätskonzepts des Landschaftsparks Junge Donau konnte im Frühjahr 2017 eine erste E-Bike-Ladestation an der Stadtbibliothek in Betrieb genommen werden. Der Landschaftspark zwischen Donaueschingen und Sigmaringen verfügt bereits über ein flächendeckendes Netz an Ladestationen. Diese Infrastruktur stellt für Radtouristen mit E-Bike einen ganz wesentlichen Anreiz dar. Prinzipiell wird dem Thema E-Mobilität in den kommenden Jahren insbesondere hinsichtlich des Radtourismus eine stetig wachsende Bedeutung beigemessen, durch die gänzlich neue Zielgruppen erschlossen werden können. Als Startpunkt des Donauradwegs profitiert Donaueschingen in besonderer Weise von dieser Entwicklung.

Panoramatafel Schellenberg

Mit Unterstützung der Sparkasse und des Grafikers Holger von Briel konnte die entwendete Panoramatafel am Schellenberg wiederhergerichtet werden. Im Zuge dieser Maßnahme wurde der dortige Aussichtspunkt saniert und erheblich aufgewertet sowie das umliegende Areal u.a. durch maßvolles Rückschneiden der umliegenden Hecken für Einheimische wie auch Touristen attraktiver gestaltet.

Weitere Aufgaben, Projekte und Maßnahmen 2017:

Bereich Förderung des Tourismus:

- Aktualisierung und Erweiterung des städtischen Hotelleitsystems
- Schulung für Gästeführerinnen in Kooperation mit der Kunstschule
- Vorbereitende Maßnahmen zur Neukonzeption der städtischen Internetseite
- Abrechnung der Kurtaxe/Meldescheinwesen
- Beteiligung an der Tourismuskonzeption des Schwarzwald-Baar-Kreises
- Zusammenarbeit mit Kommunen, Verbänden und Organisationen
 - o Kooperation Quellregion Donau
 - o Initiative „Junge Donau“ der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), Tourismusmarketing GmbH Baden-Württemberg und Bayern Tourismus Marketing GmbH
 - o Arbeitskreis Tourismus Schwarzwald-Baar-Kreis
 - o Arbeitskreis „Städte“ der Schwarzwald Tourismus GmbH
 - o Arbeitsausschuss der Arbeitsgemeinschaft Deutsche Donau
 - o Vereinigung Grüne Straße
 - o Naturpark Südschwarzwald e.V.
 - o Landschaftspark Junge Donau
 - o Zusammenarbeit mit Nachbargemeinden und örtlichen Leistungsträgern

Bereich Tourismusmarketing:

- Gebündelte Vermarktung gemeinsam mit Leistungsträgern
- Entwicklung eines gemeinsamen Flyers mit der Donaueggenland Tourismus GmbH zu den ersten Etappen des Donauradwegs
- Grafische Überarbeitung der städtischen Anzeigenserie
- Kooperation mit der Raststätte Hegau durch Prospektauslage vor Ort sowie Präsenz auf mehreren Multimedia-Displays
- Erstellung des monatlichen Veranstaltungskalenders
- Schaltung und Gestaltung von über 30 Werbeanzeigen bzw. Beteiligungen in Medien
- Neuauflage bzw. Nachbestellung diverser Printmedien und Merchandising-Artikeln

- Beteiligung an einer visuellen Imagekampagne im Haus der Wirtschaft in Stuttgart
- Regelmäßige Pflege von Onlineportalen

Bereich Pressewesen/Öffentlichkeitsarbeit:

- Umfangreiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit mit ca. 70 verfassten Pressemitteilungen, monatlichem Newsletter und regelmäßigen Beiträgen bei Facebook
- Etablierung eines städtischen Profils auf der bildlastigen Social Media Plattform Instagram, somit Erschließung eines zusätzlichen Kanals mit weiteren Zielgruppen
- Mitorganisation und Begleitung von 4 Pressereisen, darunter mit Journalisten aus den Niederlanden, den USA und Serbien im Rahmen der Initiative „Junge Donau“

Bereich Reitturnier Donaueschingen GmbH:

- Organisation des Festumzugs zum Internationalen Reitturnier
- Kaufmännische und administrative Aufgaben (z.B. Rechnungsstellung, Überwachung Wirtschaftsplan, Kommunikation mit Veranstaltern,...)
- Organisatorische Begleitung der Windhundtage
- Beteiligung an Vertragsangelegenheiten und Verhandlungen mit ESCON Marketing und dem Fürstenhaus

Bereich Stadtmarketing:

- Organisation, Planung und Umsetzung des Gregorifests in Zusammenarbeit mit der Narrenzunft Frohsinn, dem Kinder- und Jugendbüro und der Kunstschule
- Zusammenarbeit mit dem Gewerbeverein, insbesondere bei Veranstaltungen wie der Kulinarischen Einkaufsnacht oder dem Herbstfest
- Marketingaktivitäten und organisatorische Unterstützung für das internationale Jugendprojekt „Up With People“
- Unterstützung der Kultur- und Hobbyvereinigung bei der Durchführung des Weihnachtsmarkts

Veranstaltungshighlights 2017:

Veranstaltung	Termin
Upgrade Festival	24.03. – 26.03.2017
Verkaufsoffener Sonntag mit Automobilsalon	07.05.2017
HörBa(a)r Musik- und Kleinkunstfestival	12.05. – 14.05.2017
Rock ´n` Roll City Jamboree	19.05. – 20.05.2017
Donaueschinger Drachentage	20.05. – 21.05.2017
IMTA 2017 - Internationale musische Tagung	31.05.2017
DonauquellFest	24.06. – 25.06.2017

Gregorifest	26.06.2017
Donaueschinger Regionale	14.06. – 02.07.2017
Radsternfahrt	08.07.2017
Fest der Pferde, Immenhöfe	27.07. – 30.07.2017
Donaueschinger Windhundtage	12.08. – 13.08.2017
Musiknacht	19.08.2017
Kulinarische Einkaufsnacht	07.09.2017
Internationales S.D. Fürst Joachim zu Fürstenberg-Gedächtnisturnier	14.09. – 17.09.2017
Saisonwanderung – Quellregion Donau	24.09.2017
Herbstfest	07.10.2017
Donaueschinger Musiktage	20.10. – 22.10.2017
Fürstenberg Weihnachtswelt	01.12. – 03.12.2017
Donaueschinger Weihnachtsmarkt	16.12. – 17.12.2017

2.2 Kooperation Quellregion Donau

Das Ziel der Kooperation Quellregion Donau ist, die Städte Donaueschingen, Hüfingen und Bräunlingen gemeinsam touristisch besser zu vermarkten und bei der gemeinsamen Angebotsentwicklung und bei Marketingmaßnahmen Synergieeffekte zu erzielen. Durch die Kooperation können vor allem die wichtigen Themen wie Radfahren und Wandern besser bearbeitet werden, da ein größeres Spektrum angeboten werden kann.

Im Jahr 2017 wurden u.a. folgende Projekte und Veranstaltungen gemeinsam umgesetzt:

- Vertiefung des Themas Wandern nach der erstmaligen Auflage einer gemeinsamen Wanderbroschüre sowie die erstmalige Durchführung der „Saison-Wanderung“ zwischen Bräunlingen und Hüfingen. Das Format wird im laufenden Jahr fortgeführt und ersetzt vorläufig die Saison-Radtour.
- Durchführung von 3 Messebesuchen (CMT, FESPO, IBO)
- Schaltung von ca. 20 gemeinsamen Werbeanzeigen bzw. Beteiligungen in Medien
- Erstellung eines Gästeprogrammheftes von Mai – Oktober
- Umstieg auf das neue Tourenportal „Outdooractive Regio“ zur besseren Vermarktung von Rad- und Wanderrouten
- Überarbeitung des Messeauftritts in Abstimmung mit der Schwarzwald Tourismus GmbH
- Gastgeberschulung zum neuen Reiserecht
- Neuauflage der Broschüre „Urlaubstipps von A-Z“

3 Ausblick 2018

Für Donaueschingen stehen u.a. folgende Themen für 2018 im Fokus:

- Finalisierung des Online-Buchungssystems für Gastgeber auf der städtischen Website
- Entwicklung eines Veranstaltungskonzepts in Ergänzung zum DonauquellFest
- Erschließung weiterer inhaltlicher Themenschwerpunkte durch Flyer / Broschüren
- Überprüfung der Ausrichtung des Stadtmarketings in Zusammenarbeit mit dem Gewerbeverein
- Umsetzung der neuen städtischen Website
- Überarbeitung touristisches Merchandising
- Neuauflage von Drucksachen auf Grundlage der neuen CI
- Vorbereitende Maßnahmen im Rahmen des Reitturniers für die EM 2019
- Vertiefte Zusammenarbeit und Angebotsentwicklung mit Partnern entlang der Jungen Donau

Für 2018 sind u.a. folgende gemeinsame Projekte der Quellregion Donau vorgesehen:

- Entwicklung einer Strategieplanung zur künftigen Ausrichtung der Kooperation „Quellregion Donau“ auf Grundlage des Donaueschinger Tourismuskonzepts
- Zertifizierung der Paradiestour Quellregion Donau-Runde als kurzer Qualitätsweg „Kulturerlebnis“ des Deutschen Wanderverbandes
- Durchführung von Marketingmaßnahmen und Messebesuchen
- Organisation und Durchführung der Saison-Wanderung
- Neuauflage der Radbroschüre und des Gastgeberverzeichnis