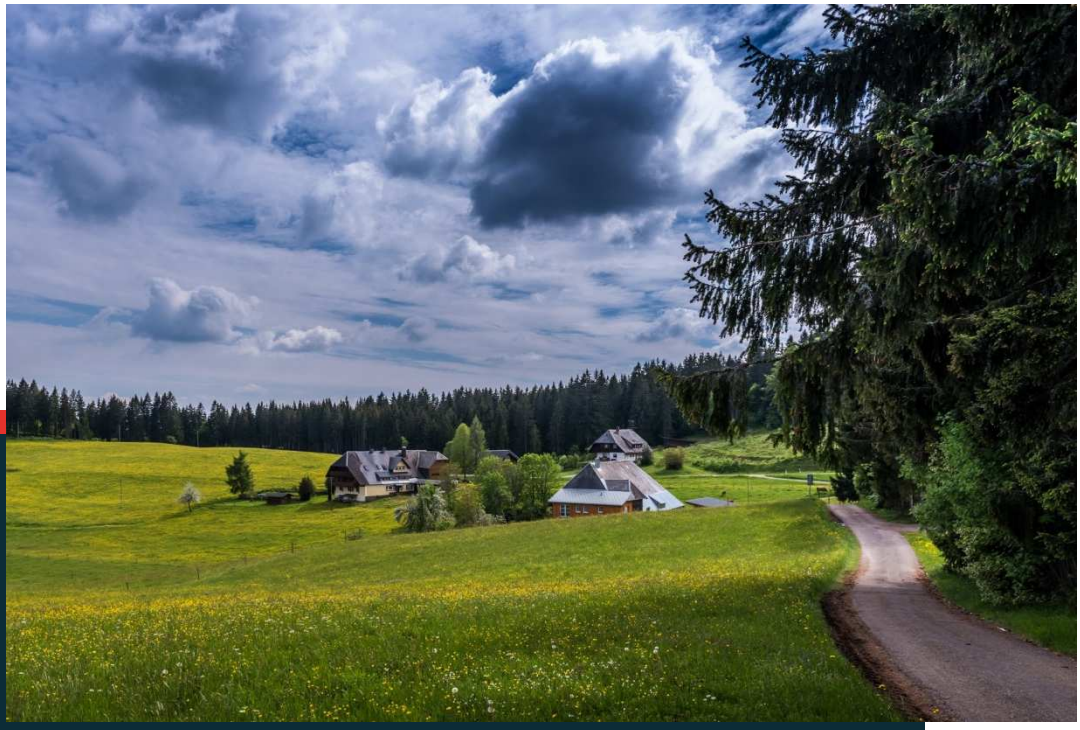
LANDKREIS
WALDSHUT



Tourismus 2020

Strategiekonzept

für die Tourismusförderung im Landkreis Waldshut

Ein starkes Stück Land – Kreis Waldshut

SCHWARZWALD
herz.erfrischend.echt.

Tourismus 2020

Strategiekonzept für die Tourismusförderung im Landkreis Waldshut

LANDRATSAMT WALDSHUT

Amt für Wirtschaftsförderung und Nahverkehr, Abt. Tourismus

Impressum

Herausgeber:
Landratsamt Waldshut
Amt für Wirtschaftsförderung und Nahverkehr
Abteilung Tourismus
Gartenstraße 7
79761 Waldshut-Tiengen
Tel. 07751-86 2605
tourismus@landkreis-waldshut.de
www.landkreis-waldshut.de

Klaus Nieke und Katharina Strittmatter
August 2016 (aktualisiert Oktober 2016)

Inhalt

Abkürzungsverzeichnis 11

Vorwort 12

1. Hintergrund und Vorgehensweise 13

2. Situationsanalyse 15

2.1 Umfeldanalyse/ Nachfrage 15

2.2 Analyse der touristischen Infrastruktur und Qualität im Landkreis Waldshut.. 19

2.3 Organisation und Kooperation 30

2.4 SWOT-Analyse 42

3. Ziele 44

3.1 Oberziele des Regionalen Entwicklungskonzepts (REK) des Landkreises Waldshut und des Marketingkonzepts der Schwarzwald Tourismus GmbH .. 44

3.2 Unterziele für die Tourismusarbeit im Landkreis Waldshut 45

4. Strategieentwicklung 46

4.1 Strategie - Positionierung 47

4.2 Strategie - Organisations- und Kooperationsstrukturen 51

4.3 Strategie - Marketing- und Vertriebsstrategie 52

5. Handlungsfelder/ Maßnahmenkatalog 54

Anhang 68

Glossar 72

Abkürzungsverzeichnis

ADFC	Allgemeiner Deutscher Fahrrad Club
DWV	Deutscher Wanderverband
ERH	Erlebnisraum Hochrhein (Interregprojekt 2009 – 2013)
FGSV	Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen
FWS	Ferienwelt Südschwarzwald – Destination
HRK	Hochrheinkommission
HTG	Hochschwarzwald Tourismus GmbH – Destination
Leader	**L**iaison **e**ntre **a**ctions de **d**éveloppement de l'**é**conomie **r**urale (Europäisches Förderprogramm zur Entwicklung der ländlichen Wirtschaft)
NaDu	Natürlicher Dorfurlaub – Zukunftsprojekt der STG und der Landkreise
NPSS	Naturpark Südschwarzwald
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
PAKT	Poolarbeitskreis Tourismus der STG (Wandern, Rad, usw.)
PKT	Praktikerkreis Tourismus des Landkreises Waldshut
POI	Point of Interest (z. B. Sehenswürdigkeiten usw.)
Rako	Randenkommission
SBG	Südbadenbus GmbH
SHLT	Schaffhauserland Tourismus
STG	Schwarzwald Tourismus GmbH
SWOT	Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse (Strengths,, Weaknesses, Opportunities, Threats)
SWV	Schwarzwaldverein
TOB	Touristische Ortsberatung der STG und der Landkreise
USP	Unique Selling Proposition (Alleinstellungsfaktor)
VAS	Verein Agglomeration Schaffhausen
WG	Werbegemeinschaft
WSW	Wirtschaftsregion Südwest
WTV	Waldshuter Tarifverbund

Vorwort

Innerhalb der letzten zehn Jahre hat sich die Tourismusstruktur im Schwarzwald radikal geändert. Seit der Gründung der Schwarzwald Tourismus GmbH als zentraler Marketingorganisation und als Dachverband für den gesamten Schwarzwald orientierte sich der Landkreis weg von seiner bisherigen Funktion als Teil der Marketingorganisation Tourismus Südlicher Schwarzwald hin zu einer gezielten Tourismusförderung ausschließlich für den Landkreis Waldshut. Gleichzeitig übernahm der Landkreis als einer der Gesellschafter der Schwarzwald Tourismus GmbH finanzielle und inhaltliche Verantwortung für die Neuausrichtung des Schwarzwalds hin zu einer leistungsfähigen Marketingorganisation.

Der Kreistag hat 2008 eine Tourismuskonzeption sowie eine Umsetzungsstrategie für die zukünftige Arbeit im Bereich der Tourismusförderung beschlossen. Die sieben Schwerpunktthemen wurden seither durch die Abteilung Tourismus im Amt für Wirtschaftsförderung und Nahverkehr erfolgreich umgesetzt und daraus entstandene Projekte sind inzwischen Bestandteil der täglichen Arbeit. Der Fernwanderweg Schluchtensteig war das erste interkommunale Tourismusprojekt, das seit 2008 mit zunehmendem Erfolg am Markt agiert. Mit dem Projekt Erlebnisraum Hochrhein wurden zuletzt wichtige Impulse für die grenzüberschreitende Tourismuskooperation am Hochrhein und für den Wassertourismus gesetzt.

Der Tourismus spielt als Wirtschaftsfaktor im Landkreis eine zentrale Rolle. Der Kreistag hat deshalb in seiner Klausurtagung im Frühjahr 2015 die Tourismusförderung als zentrales Handlungsfeld herausgestellt. Darauf aufbauend haben die Führungskräfte der Landkreisverwaltung Grobziele für ein Zukunftsprofil des Landkreises im Bereich Tourismusförderung definiert. Eindeutig bestätigt hat diese Einschätzung zuletzt das Regionale Entwicklungskonzept für den Landkreis Waldshut der Prognos AG vom Dezember 2015. Darin wird als Fernziel definiert, dass der Landkreis bis 2030 im Bereich Tourismus überregional für moderne Angebote bekannt und erfolgreich ist. Mit dem vorliegenden Strategiekonzept werden Projektvorschläge und Handlungsumsetzungen mittelfristig bis 2020 definiert, um die vorgegebenen Ziele zu erreichen.

Waldshut-Tiengen, im August 2016

Dr. Martin Kistler
Landrat

1. Hintergrund und Vorgehensweise

Mit dem Umbau der drei großen Regionaldestinationen Schwarzwald Süd, - Mitte und – Nord 2006 zur Schwarzwald Tourismus GmbH als zentrale Marketing- und Dachorganisation für den gesamten Schwarzwald hat sich gleichzeitig die Aufgabenstellung der Tourismusförderung der Landkreise verändert. Der Landkreis Waldshut hat auf diese veränderten Rahmenbedingungen mit einem klaren Bekenntnis zur Unterstützung der Projekte und Ziele der Schwarzwald Tourismus GmbH einerseits und der konsequenten Ausrichtung auf eigene, neue touristische Themenfelder andererseits reagiert. Hierzu hatte die Tourismusabteilung des Amts für Wirtschaftsförderung bereits 2006 ein erstes Tourismuskonzept mit sieben Schwerpunktthemen erstellt:

1. Bewusstseinsförderung bei touristischen Anbietern
2. Qualitätsoffensive Wandern
3. Jugend- und Schultourismus
4. Wassertourismus am Hochrhein
5. Barrierefreier Urlaub für Alle
6. Radtourismus
7. Tagestourismus – Werbemaßnahmen Schweiz

Diese Schwerpunktthemen des Tourismuskonzepts 2006 wurden zwei Jahre später nochmals durch den Kreistag bestätigt und auf der Grundlage einer Stärken-Schwäche-Analyse mit einem Maßnahmenplan sowie einer priorisierten Umsetzungsstrategie ergänzt. Der umfangreiche Maßnahmenkatalog wurde in den vergangenen acht Jahren durch die Abteilung Tourismus im Amt für Wirtschaftsförderung und Nahverkehr konsequent und weitestgehend voll umfänglich umgesetzt. Viele der daraus entstandenen Projekte hatten Innovationscharakter und sind inzwischen Bestandteil der täglichen Arbeit.

Der Kreistag hat im Frühjahr 2015 den Tourismus als einen der größten Positivfaktoren des Landkreises festgestellt und zukünftige Herausforderungen und Ziele der Tourismusförderung dargelegt. Ergänzend dazu haben im Herbst 2015 die Führungskräfte der Landkreisverwaltung für ein Zukunftsprofil des Landkreises und ein darauf aufbauendes und noch zu erstellendes Strategiepapier im Bereich Tourismusförderung erste Grobziele definiert. Schließlich bestätigte Ende 2015 die Prognos AG im Regionalen Entwicklungskonzept für den Landkreis Waldshut die Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Tourismus und empfiehlt langfristige Maßnahmen zur Verbesserung der touristischen Infrastruktur, eine zeitgemäße Weiterentwicklung bestehender

Angebote, sowie die Schaffung neuer attraktiver und moderner Produkte und Angebote, um damit neue Zielgruppen ansprechen zu können.

Das Strategiepapier Tourismus 2020 will vor diesem Hintergrund auf der Grundlage aktueller Statistik- und Wertschöpfungsdaten und einer Stärken-Schwäche-Analyse des Tourismus im Landkreis sowie in Anlehnung an das Marketingkonzept der Schwarzwald Tourismus GmbH strategische Handlungsempfehlungen anhand konkreter Projekte aufzeigen. Oberste Priorität sollen dabei Projekte erhalten, die interkommunal angelegt sind und Synergieeffekte bei der Unterstützung und Nutzung durch Beherbergungsbetriebe, Freizeitunternehmen und die Gemeinden auslösen können. Für bereits bestehende Projekte wurden zusätzliche Handlungsvorschläge für Service- und Qualitätsverbesserungen aufgenommen.

Der Landkreis sieht sich auch weiterhin in der Scharnierfunktion zwischen den Kreisgemeinden und Regionaldestinationen einerseits und der Schwarzwald Tourismus GmbH und weiteren Tourismusakteuren andererseits. Dabei sieht der Landkreis in erster Linie seine Aufgabe bei der Förderung des Tourismus und der regionalen Tourismusinfrastruktur und nicht als Marketingorganisation.

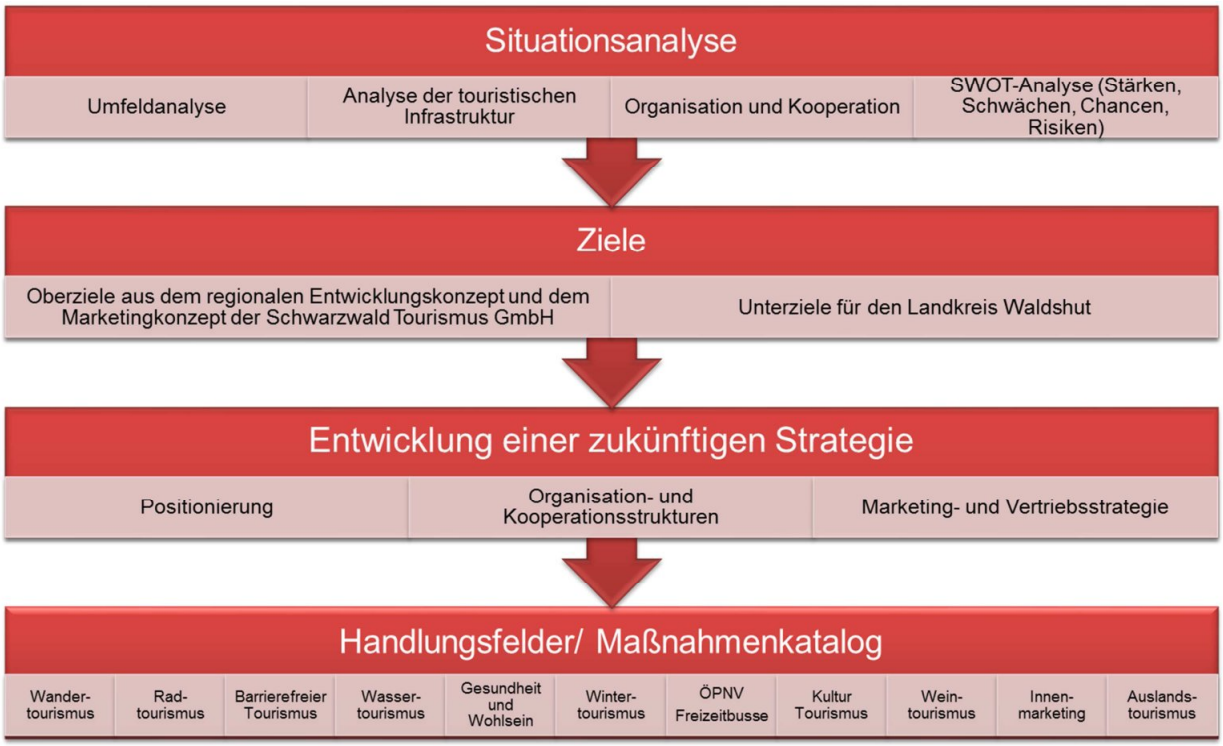


Abbildung 1: Bestandteile des Strategiekonzepts

2. Situationsanalyse

2.1 Umfeldanalyse/ Nachfrage

Der Tourismus ist eine klassische Querschnittsbranche mit zahlreichen Wertschöpfungsebenen in den unterschiedlichsten Wirtschaftszweigen. Fast die gesamte deutsche Bevölkerung nimmt am Reisegeschehen teil. Deutschland-Urlaub boomt: 24 Prozent der Deutschen haben 2016 vor, mehr zu verreisen. 26 Prozent wollen dafür auch mehr ausgeben. Dabei bleibt das eigene Land ganz oben auf der Liste der geplanten Reiseziele. 62 Prozent geben an, mindestens einen Urlaub in Deutschland verbringen zu wollen. Auch international rechnet man mit einem Anstieg der Reisefreude.[1] Die Urlaubsreiseintensität der deutschen Bevölkerung liegt aktuell bei mehr als 77 Prozent; die Tagesreiseintensität sogar bei rund 84 Prozent. 23 Millionen Bundesbürger haben ein ausgeprägtes Interesse an einer Urlaubs- und/oder Tagesreise in ländliche Gebiete in Deutschland.[2]

2.1.1 Marke Schwarzwald gewinnt weiter an Wert

Der Schwarzwald ist eine der größten und bekanntesten Ferienregionen in Deutschland und hat in den letzten Jahren als Marke weiter an Wert gewonnen. Der Anteil der Bundesbürger, die in den nächsten drei Jahren Urlaub im Schwarzwald machen wollen, ist noch einmal deutlich gestiegen. 90 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ist der Schwarzwald als mögliches Ferienziel bekannt, 78 Prozent finden ihn sympathisch, 52 Prozent können sich einen Kurzurlaub und 39 Prozent eine längere Urlaubsreise in den Schwarzwald in den nächsten drei Jahren vorstellen. Das ist das Ergebnis der Studienreihe Destination Brand 2015 zur Markenwertmessung von deutschen Reisezielen. Dabei gelingt es dem Schwarzwald zunehmend besser, aus Sympathisanten auch Urlaubsinteressenten zu machen: die sogenannten Transferraten für einen längeren Urlaub stiegen seit 2009 um 20 Punkte auf 50 Prozent – also jeder zweite Sympathisant denkt über einen mindestens 4-tägigen Aufenthalt in den nächsten drei Jahren nach. Bei den kürzeren Urlauben stieg die Transferrate um 15 Punkte auf 67 Prozent. [3]

---

[1] TMBW (2016): Tourismus Aktuell (01/2016), Stuttgart

[2] dwif (2016): Nachhaltige Mobilitätskonzepte für Touristen im öffentlichen Verkehr mit Fokus auf Regionen im Bereich von Großschutzgebieten, München.

[3] STG (2016): Rundschreiben 04-2016, Freiburg.

Eine international erfolgreiche und bekannte Tourismusmarke wie der Schwarzwald hat auch positive Effekte auf das Image anderer Marken. So tragen schon jetzt viele Unternehmen den Schwarzwald in die Welt hinaus, indem sie kommunizieren, dass sie aus der Region stammen und in der Region produzieren. Das Label Schwarzwald hat inzwischen international ein positives Image. So „entstaubt“ klappt es dann auch mit jungen Fachkräften, die gerne in den Schwarzwald kommen oder im besten Fall bleiben wollen. Das Tourismusmarketing sorgt für die Kommunikation nach außen. Die touristische Infrastruktur, mit Gastronomie und Freizeiteinrichtungen, sorgt für die positiven Rahmenbedingungen.[4]

2.1.2 Tourismus profitiert vom Naturschutz

Wesentliche Teile des Landkreises Waldshut sind Teil der nationalen Naturlandschaften, die im Südwesten Baden-Württembergs aus den beiden Großschutzgebieten Biosphärengebiet Schwarzwald und Naturpark Südschwarzwald bestehen. Diese Großschutzgebiete genießen einen besonderen Schutz hinsichtlich Arten- und Biotoperhalt, Landschaft, Natur und Kultur. Eine weitgehend ursprüngliche Kulturlandschaft ist das Kapital für einen erfolgreichen Naturtourismus. Die Großschutzgebiete im Südschwarzwald fördern entsprechende Maßnahmen und Initiativen für einen umweltverträglichen und nachhaltigen Tourismus.

Mit Ausnahme nur ganz weniger Gemeinden im Südosten des Landkreises deckt der Naturpark Südschwarzwald fast den gesamten Landkreis ab. Zum noch jungen Schweizer Naturpark Schaffhausen gehören ebenfalls zwei deutsche Gemeinden. Neun Kreisgemeinden beteiligen sich ganz oder teilweise am neuen Biosphärengebiet Schwarzwald.

Natur- und kulturnaher Tourismus schont Natur und Landschaft, fördert die authentische Kultur und belebt die regionale Wirtschaft der Ferienorte. Gerade in ländlichen Regionen wie dem Landkreis Waldshut ist Tourismusentwicklung immer integrativ und branchenübergreifend als ganzheitliche, nachhaltige Regionalentwicklung zu sehen. In der Entwicklung der regionalen Tourismusinfrastruktur und entsprechender Angebote geht es auch immer um die mögliche Zusammenarbeit mit den Gemeinden und regionalen Leistungsträgern.

[4] Schwarzwald-Tourismuskongress 2016 IHKs und STG

2.1.3 Tourismus im Landkreis Waldshut – Enormer Wirtschaftsfaktor mit unterdurchschnittlicher Dynamik

Der Tourismus stellt in zahlreichen Schwarzwald-Gemeinden eine zentrale Säule der regionalen Wirtschaft dar. Im Jahr 2015 wurden in den gewerblichen Beherbergungsstätten in den Kreisgemeinden mehr als 1,6 Mio. Übernachtungen statistisch erfasst. Hinzu kommen Übernachtungen in Kleinbetrieben (mit weniger als 10 Betten), in Ferienwohnungen und bei Privatvermietern, sowie in speziellen Beherbergungsformen (z. B. Reisemobilisten, Dauercamping) von knapp 530 Tsd. Der Landkreis liegt damit sowohl bei der Übernachtungsdichte als auch bei der Anzahl der Gästebetten je Einwohner deutlich über dem Landesdurchschnitt und den Werten der Vergleichsregionen. Das Gastgewerbe im Kreis ist geprägt durch eine Vielzahl kleiner familiengeführter Betriebe, in denen insgesamt rund 2.200 Beschäftigte arbeiten. Einen nicht zu unterschätzenden Faktor bei der gesamtwirtschaftlichen Betrachtung des Tourismus spielen der Tagestourismus sowie Übernachtungen in Privatwohnungen bei Verwandten und Bekannten. Alle Segmente zusammen erreichen Modellrechnungen zufolge eine Größenordnung von rund 3 Mio. Übernachtungen im Landkreis Waldshut.[5]

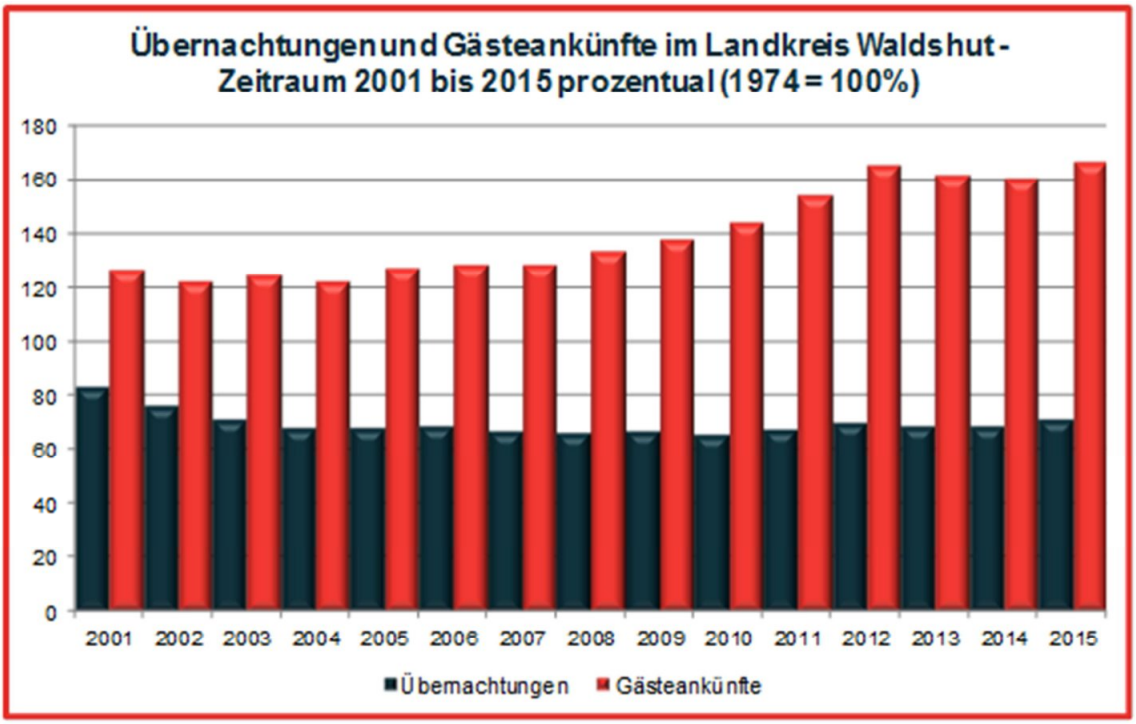


Abbildung 2: Übernachtungen und Gästeankünfte im Landkreis (2001-2015)

[5] Landkreis Waldshut (2016) Statistik, Waldshut-Tiengen. Anhang 1

Über 446 Mio. Euro Umsatz und eine Nettowertschöpfung von mehr als 212 Mio. Euro werden aus dem Tourismus landkreisweit generiert. Der Anteil des Tourismus am Volkseinkommen liegt bei 5,8 Prozent. Der Arbeitsplatzeffekt liegt bei über 38.000 direkten und indirekten Arbeitsplätzen. Das Steueraufkommen in den Gemeinden aus dem Tourismus beträgt knapp 10 Mio. Euro.[6]

Dennoch stehen gerade viele kleine und mittlere Tourismusbetriebe im Landkreis Waldshut heute vor weitreichenden Herausforderungen (u.a. Finanzierung, Nachfolgeproblematik) und sehen sich veränderten Ansprüchen und Nachfragestrukturen gegenüber. Bei vielen touristischen Angeboten besteht bis heute ein teilweise erheblicher Modernisierungsrückstand und Investitionsstau. Vor allem bei modernen Angeboten (u.a. Wellness, Sportangebote) sowie der Ansprache neuer Zielgruppen und Gästen aus dem Ausland besteht Nachholbedarf.

Traditionell liegt ein weiterer Schwerpunkt im Landkreis Waldshut in der Verbindung des Tourismus mit dem Gesundheitswesen. Der Landkreis Waldshut besitzt eine besondere Stärke bei Vorsorgeangeboten. Hier kam es im Zuge von Reformen im öffentlichen Gesundheitswesen in den 1990er Jahren zu massiven Rückgängen der Gäste und damit bei den Übernachtungen. Die Folge war ein tiefgreifender Strukturwandel.

Im Landesvergleich entwickelten sich die Übernachtungszahlen unterdurchschnittlich. So konnten die Beherbergungsbetriebe im Landkreis Waldshut kaum an den deutlich gestiegenen Übernachtungszahlen in Baden-Württemberg zwischen 2005 und 2014 partizipieren. Während im Land die Zahl der Gästeübernachtungen um 21 Prozent zunahm, stagnierte die Entwicklung im Landkreis Waldshut (0,4 %). Von ursprünglich über 3 Mio. Gästeübernachtungen vor der Gesundheitsreform sank die Zahl anschließend teilweise unter 2 Mio. ab. Erst seit 2011 sind wieder Steigerungen im unteren 2-Millionenbereich zu verzeichnen.

Die jährliche Auswertung einer Online-Gästebefragung, die zuletzt in den Gemeinden Bernau, Bad Säckingen, Ibach, Dachsberg, Weilheim-Nöggenschwiel und Höchenschwand durchgeführt wurde, ergab zum Profil der Gäste aufschlussreiche Ergebnisse: Die Quote der Stammgäste, die den Landkreis drei und mehrmals besuchten, ist mit fast 60 Prozent signifikant hoch. Die Gäste reisen vor allem mit ihren (Ehe-) Partnern zur Erholung (76%) und zum Naturerleben (56%) in die Region. Wandern

[6] STG (2016): Berechnung Heide Glasstetter – Rechenmodell dwif, Freibug

ist mit Abstand die beliebteste Aktivität, die von diesen Gästen während ihres Urlaubs ausgeführt wird (70%). 86 Prozent möchten während ihres Aufenthalts die regionale Küche genießen. 85 Prozent der Befragten haben die Absicht, den Landkreis erneut zu besuchen. Die Altersgruppe der 56 – 65 Jährigen war in der Umfrage mit 35 Prozent am häufigsten vertreten.[7]

2.2 Analyse der touristischen Infrastruktur und Qualität im Landkreis Waldshut

Die topografischen Unterschiede, durch welche der Landkreis geprägt ist, sind gewaltig, aber gerade sie machen auch den Reiz und die Vielfalt der Landschaft aus. Das Herzogenhorn ist mit fast 1.500 Metern der höchste Punkt. Über den wildromantischen Hochschwarzwald und den ursprünglichen Hotzenwald fällt die Landschaft dann sonnenoffen nach Süden ab. Zum sanft geschwungenen Hochrhein auf etwa 300 m.ü.N.N. hin wird eine mehrere hundert Meter hohe Steilstufe überwunden. Das garantiert herrliche Aussichten in das Rheintal und bis zu den Schweizer Alpen.
Auch die klimatischen Unterschiede sind bedeutend. Während im zeitigen Frühjahr in den Hochlagen oft noch Wintersport möglich ist, blühen im Klettgau und am Hochrhein schon die Obstbäume und Wiesen. Dies und eine nachhaltig bewirtschaftete Kulturlandschaft sind auch die Gründe, warum der Landkreis Waldshut fast komplett im Naturpark Südschwarzwald integriert ist. Die touristische Infrastruktur im Landkreis hat sich entsprechend den naturgegebenen und kulturellen Umständen über die Jahrzehnte entwickelt. Der Landkreis hat dabei immer wieder einzelne Schwerpunkte bei der regionalen Tourismusinfrastruktur gesetzt, auf die im Folgenden näher eingegangen wird.

2.2.1 Wandertouristische Infrastruktur

Wanderer und Naturliebhaber stellen die wichtigste Gästegruppe im Landkreis Waldshut dar. Die Bedürfnisse der Wanderer nach naturnahen Wegen und einer wandergerechten Infrastruktur werden vor allem in den höher gelegenen Schwarzwald-Gemeinden gut abgedeckt. Durch den Landkreis Waldshut führen zudem zwei deutschlandweit bekannte zertifizierte Fernwanderwege: der Schluchtensteig und ein Teilstück des Westwegs (Ostvariante). Beide Fernwanderwege sind Mitglied im Pro-

[7] IRS Consult (2016)

filarbeitskreis Tourismus (PAKT) Wandern der STG, welcher die Wege kommunikativ unterstützt (mehr dazu in Kapitel 2.3).

Schluchtensteig Schwarzwald

Der Schluchtensteig verläuft auf 119 Kilometern von Stühlingen nach Wehr, quer durch den Naturpark Südschwarzwald. Er ist 2007 von der Tourismusabteilung als regionales Wanderprojekt des Landkreises Waldshut mit 17 Gemeinden konzipiert worden. Sechs Anrainergemeinden liegen außerhalb des Landkreises. Der Fernwanderweg ist ein kundenorientierter Wanderweg, der nach den bundeseinheitlichen Qualitätskriterien des deutschen Wanderverbandes mit dem Zertifikat „Qualitätsweg Wanderbares Deutschland“ zertifiziert wurde. Neben strengen Auflagen zum Wegeformat und zur Streckenführung ist er zudem ÖPNV-tauglich. Seine Nachhaltigkeit ist durch buchbare Wanderangebote über verschiedene Reiseveranstalter gesichert und wird mit jährlichen Werbemaßnahmen, die über den Schluchtensteigfonds finanziert werden, beworben. Der Schluchtensteigfonds finanziert sich aus Beiträgen der 17 Gemeinden am Steig und des Landkreises. 2011 wurde er zu Deutschlands schönstem Wanderweg ausgezeichnet.

Seit 2012 ist er Mitglied bei den Top Trails of Germany. Die Projektstelle befindet sich im Landratsamt Waldshut, Amt für Wirtschaftsförderung/Tourismus. Hier werden sämtliche Aktivitäten des „Produkts Schluchtensteig“ koordiniert und gesteuert.

Westweg Schwarzwald

Der Westweg Pforzheim – Basel tangiert als Ostvariante die Kreisgemeinden Bernau, Todtmoos und Wehr. Er ist wie der Schluchtensteig mit dem Zertifikat „Qualitätsweg Wanderbares Deutschland“ ausgezeichnet und ebenfalls Mitglied bei den Top Trails of Germany. Seine Nachhaltigkeit wird ähnlich wie beim Schluchtensteig über einen Fonds bei der Schwarzwald Tourismus GmbH und dem Schwarzwaldverein sichergestellt.

Albsteig Schwarzwald

Als weiterer Fernwanderweg im Landkreis befindet sich der zukünftige Albsteig Schwarzwald, der entlang der Alb von Albbruck bis hinauf zum Feldberg führt, in der Umsetzungsphase (Markteinführung 2017 geplant). Er soll wie der Schluchtensteig mit dem Gütesiegel des Deutschen Wanderverbandes „Qualitätsweg Wanderbares Deutschland“ ausgezeichnet werden. Nach der Eröffnung soll er ebenfalls ein Mitglied des PAKT Wanderns werden. Die Projektsteuerung und –betreuung wird analog zum Schluchtensteig im Amt für Wirtschaftsförderung/Tourismus eingerichtet werden

Wolfssteig Schwarzwald

Als weiteres Wanderprojekt ist der Wolfssteig, dessen Eröffnung ebenfalls 2017 vorgesehen ist, in der Umsetzungsphase. Dieser Weg ist ein Teil des Landkreisprojekts „Wolfswege Schwarzwald“, bestehend aus Wolfs-Infozentrum, Wolfs-Erlebnispfad für Familien und Kinder und dem Wolfssteig. Ziel des Wolfswege-Projekts ist es, mit einer fundierten Öffentlichkeitsarbeit die Kreisbewohner, verschiedenste Interessengruppen und die Touristen auf die Rückkehr des Wolfes im Schwarzwald vorzubereiten. Das Wolfsprojekt hat somit landesweit ein touristisches Alleinstellungsmerkmal, das von einem sehr starken Werbeeffekt profitieren wird. Der Wolfssteig wird von Waldshut-Tiengen über Nöggenschwiel auf dem Felsenweg nach Höchenschwand verlaufen. Startpunkt ist beim Wildgehege in Waldshut-Tiengen. Die Projektsteuerung und –betreuung erfolgt in Kooperation mit der Gemeinde Höchenschwand und dem Kreisforstamt durch das Amt für Wirtschaftsförderung/Tourismus.

Schwarzwälder Genießerpfade

Im wichtigen Bereich der qualitativ hochwertigen Tagestouren gibt es im Landkreis bereits sechs Schwarzwälder Genießerpfade (Geißenpfad St. Blasien - Menzenschwand, Hochtalsteig Bernau, Turmsteig und Lebküchlerweg Todtmoos, Rappenfelsensteig Ühlingen-Birkendorf / Grafenhausen, Panoramaweg Ibach). Diese Genießerpfade sind als Halbtages- oder Tagestouren angelegt und zwischen 10-15 km lang und entsprechen damit dem aktuellen Anforderungsprofil der Wanderer. Sie führen nicht nur durch besonders attraktive Landschaften, sondern versprechen zusätzliche Genießer-Anreize. Das können Himmelsliegen

genau so sein, wie kulturelle oder kulinarische Höhepunkte. Jeder Genießerpfad ist mit dem Wander-Siegel des Deutschen Wanderinstituts für Premiumwege ausgezeichnet. Drei weitere Schwarzwälder Genießerpfade sind geplant in Dachsberg, Bad Säckingen und Herrischried. Bei den Genießerpfaden fungieren jeweils die Gemeinden als Projektträger und werden durch den PAKT Wandern der STG im Marketing unterstützt. Der Landkreis unterstützt die Vermarktung der Genießerpfade derzeit durch entsprechendes Crossmarketing beim Schluchtensteig.

Beherbergungsbetriebe im Wandertourismus

Gastronomie und Hotellerie sind gefordert, den Wanderurlaub durch wanderfreundliche Angebote in seiner Erlebnisqualität zu unterstützen. Eine stärkere Kundenorientierung durch wanderfreundliche Unterkünfte ist unbedingte Notwendigkeit, um als Region gegen konkurrierende Destinationen bestehen zu können[8]. In den nördlich gelegenen Gemeinden gibt es insgesamt 23 Wanderfreundliche Hotels, die mit dem Zertifikat „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“[9] des deutschen Wanderverbandes ausgezeichnet sind. Entlang der Hochrheinschiene und im Klettgau sind noch keine Beherbergungsbetriebe mit dem wanderfreundlichen Siegel ausgezeichnet.

2.2.2 Radtouristische Infrastruktur

Landkreisweites Radroutennetz

Durch die Landkreisverwaltung (Tourismus) wurde 2012 ein touristisches Radroutennetz mit einer zielorientierten Radwegebeschilderung nach dem bundeseinheitlichen FGSV-Standard umgesetzt. Das neue Wegenetz umfasst insg. 880 km, darin sind 15 ausgeschilderte Rad-Rundtouren mit einer Länge von 440 km und einem eigenen Markierungssystem integriert.

Das Rundtourennetz ist ideal für individuelle E-Bike Touren und Tourenkombinationen mit den Radbussen Hotzenwald und St. Blasierland. Zur weiteren Information gibt es große touristische

[8] Grundlagenuntersuchung Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern, BMWi (2010)

[9] S. Glossar

Infotafeln entlang der Strecken, eine Radwanderkarte sowie einen digitalen Routenplaner. Die landkreisweite Beschilderung wird durch eine jährliche Qualitätskontrolle nachhaltig gesichert.

Zusätzlich zur touristischen Radwegebeschilderung hat der Landkreis ein Radwegeverkehrskonzept für schnelle Pendlerrouten im Alltagsverkehr erstellt, das in den kommenden Jahren umgesetzt wird.

Fernradwanderwege

Durch den Landkreis verlaufen fünf wichtige Fernradwege, darunter der Schwarzwald Panoramaradweg (66 km im Lkr. WT, Pforzheim - Waldshut-Tiengen), der Südschwarzwald Radweg (94,2 km im Lkr. WT), die Euro Velo Route 15 (D8 + Rheintal Radweg, 68,2 km im Lkr. WT) und der 3Welten-Radweg (110 km im Lkr. WT; Waldshut-Tiengen – Bodensee – Villingen – WT). Der Schwarzwald Panoramaradweg und der Südschwarzwald Radweg sind mit dem ADFC-Siegel „Qualitätsrouten“ ausgezeichnet.

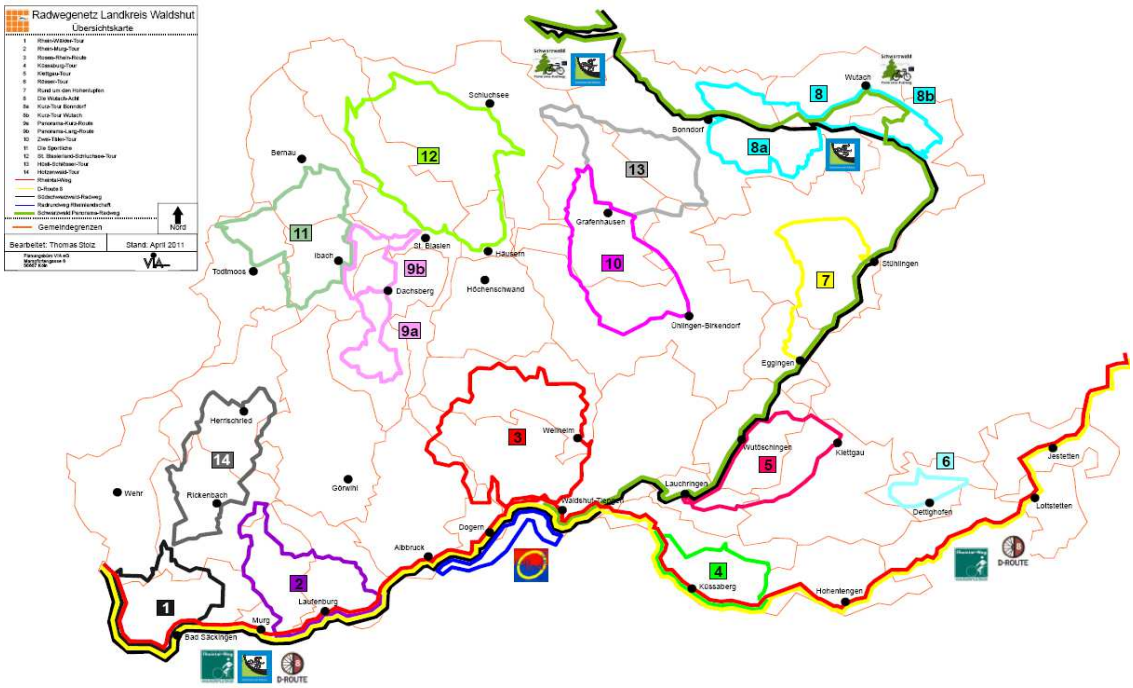


Abbildung 4: Fernradwege und Rundtouren im Landkreis Waldshut

3Welten Radweg

Der grenzüberschreitende 3Welten-Radweg ist seit 2015 das neuste touristische Produkt der deutsch-schweizerischen Randenkommission. Der Radweg führt durch die drei bekannten Regionen Schwarzwald,

Rhein und Bodensee. Er verläuft auf bereits bestehenden, bekannten Fernradwegen und braucht somit keine eigene zusätzliche Beschilderung. Was ihn einzigartig macht, sind die sogenannten „Radwegflüsterer“. An verschiedenen Stellen entlang der Strecke können Radfahrer mit ihrem Smartphone QR-Codes abscannen, die auf die Internetseite 3Welten-Radweg führen. Dort werden zu diversen Standorten entlang der 290 Kilometer langen Route regionale Geschichten als kleine Hörspiele erzählt und zwar zweisprachig, im jeweiligen Dialekt und auf Hochdeutsch. Für den Wegabschnitt im Landkreis Waldshut gibt es fünf Radwegflüsterer (Narrenstuben in Bonndorf, Mühle im Weiler in Stühlingen, Alu-Werke Wutöschingen, Schwyzertag Tiengen, Ruine Küssaburg). Für den 3Welten-Radweg gibt es eine eigene Webseite und ein Tourbuch. Der Landkreis war im Rahmen der Randenkommission an der Konzeption und Erstellung beteiligt und engagiert sich weiterhin an der Vermarktung des neuen Radprodukts.

Radtouristische Unterkünfte

Für Radfahrer stehen vor allem entlang der Hochrheinschiene fahrradfreundliche Unterkünfte zur Verfügung. Insgesamt gibt es 34 zertifizierte Bed&Bike[10] Betriebe im Landkreis. Durch den steigenden Radverkehr auf den touristischen Fernradrouten ist hier bei Radtouristen großer Bedarf an Unterkünften vorhanden, die kurzfristig und nur für eine Nacht gebucht werden können. Aufgrund der anhaltend guten Wirtschaftslage besteht gleichzeitig eine starke Nachfrage nach Unterkünften durch Monteure und Dienstleister. Dadurch ergibt sich vermehrt das Problem, dass oftmals über mehrere Monate Gästebetten entlang der Grenze durch diese Nutzergruppe belegt und damit für den Ferientourismus blockiert werden. Die für den Fahrrad- und Kanutourismus wichtigen Gästebetten entlang des Hochrheins stehen für den Tourismus so nicht mehr vollumfänglich zur Verfügung. Drei Gemeinden haben mit neuen originellen Unterkunftsangeboten darauf reagiert (Fischbähr Murg, Fasshotels in Küssaberg und Rickenbach).

2.2.3 Barrierefreier Tourismus - Infrastruktur

Der Anteil älterer Menschen in unserer Gesellschaft wird in den nächsten Jahrzehnten durch den demographischen Wandel wei-

[10] S. Glossar

ter stark zunehmen. Da diese Gästegruppe zum Teil Einschränkungen in ihrer Mobilität und Wahrnehmung erfährt, kommt dem Barrierefreien Tourismus künftig eine immer größere Bedeutung zu. Im Bereich Barrierefreier Tourismus besteht im Landkreis Waldshut ein enormes, aber bisher weitgehend nicht ausgeschöpftes Marktpotential.

In den letzten Jahren haben in den Kreisgemeinden viele Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe Verbesserungen für mobilitätseingeschränkte Menschen realisiert. Auch im öffentlichen Raum und bei Freizeiteinrichtungen wurden die Möglichkeiten zur Nutzung und Zugänglichkeit für behinderte Menschen verbessert. Das Landratsamt, Amt für Wirtschaftsförderung/Tourismus, hat zuletzt im Bereich Barrierefreier Tourismus verschiedene Initiativen zur Bewusstseinsbildung bei den touristisch Verantwortlichen und zur Qualifizierung von Betrieben und Freizeiteinrichtungen durchgeführt. Eigene Erhebungen der barrierefreien Restaurants und Gaststätten (Liste im Internet) und die Auflage eines Katalogs mit konkreten Reiseangeboten für weitgehend barrierefreie Genießertouren im Landkreis stehen der Öffentlichkeit zur Verfügung.

2.2.4 Wassertouristische Infrastruktur

An der Südgrenze des Landkreises bildet der Hochrhein auf einer Länge von 85 Kilometern die natürliche Grenze zur Schweiz. Die Urlaubsregion am Wasser mit den elf Rheinanliegergemeinden im Landkreis hat zwar landschaftlich, kulturell und touristisch einiges zu bieten. Bisher wurde jedoch der Wassertourismus nicht als regionales Alleinstellungsmerkmal im Schwarzwald vermarktet. Dabei verfügt die Ferienregion am Hochrhein über einige wasser- und landgebundene Attraktionen, die großes Potential für eine intensivere Nutzung und themenorientierte Aufbereitung bieten. Allerdings werden die für den Gast notwendigen Informationen zu den Freizeitmöglichkeiten am Hochrhein, vor allem zum Wassertourismus, von den Gemeinden oftmals nicht richtig, einheitlich, zielgruppenorientiert oder nur unübersichtlich kommuniziert. Zudem gibt es bisher keine Kopplung von verschiedenen Angeboten wie z.B. eine Kanutour verbunden mit einer Radtour. Die enorme Bedeutung des Wassertourismus als Standort- und Wirtschaftsfaktor wird noch unterschätzt. Die Freizeitangebote im Bereich Wassertourismus sind teilweise nicht einmal in der Region selbst bekannt. Als Ferienregion tritt der Hochrhein für den Gast nach außen

kaum in Erscheinung. Die Infrastruktur für Wassertourismus ist nur teilweise vorhanden und dazu auch noch verbesserungsfähig. In den einzelnen Abschnitten zwischen den sechs Wasserkraftwerken fahren fünf Schifffahrtsgesellschaften im Personenausflugsverkehr auf dem Rhein. Zwei historische Gierseilfähren verbinden in den Sommermonaten das deutsche mit dem Schweizerischen Rheinufer. Vereinzelte Anbieter von Kanu- und Softraftingbooten bieten Erlebnistouren auf dem Rhein an. Einige Gemeinden haben dieses Freizeitvergnügen inzwischen in ihr Ferienprogramm aufgenommen. Bei Murg gibt es einen Zeltplatz für Kanutouristen. Die wasserbegleitenden Fernradwege bieten gute Kombinationsmöglichkeiten für Angebote Kanu/Rad. Neben einigen Wohnmobil- und Campingplätzen direkt am Rhein gibt es zwei originelle Übernachtungsmöglichkeiten für Kanu- und Radtouristen (Fischbähr Murg, Fasshotel Küssaberg).

2.2.5 Gesundheit-, Wohlsein-Tourismus

Einen klaren Bedeutungszuwachs bescheinigen Markt- und Trendforscher dem Wellness- und Gesundheitstourismus in den kommenden Jahren. Immer mehr Menschen wollen auch im Urlaub etwas für ihre Gesundheit tun[11]. Gleichzeitig wird die Bevölkerung immer älter. Der Anteil am Gesundheitstourismus ist im Landkreis Waldshut traditionell sehr hoch, bedingt durch die Kurorte mit Bädern, Gesundheitszentren, Vorsorgekliniken und Kureinrichtungen in Bad Säckingen, Dachsberg, Höchenschwand, Rickenbach, St. Blasien und Todtmoos. Bevorzugtes Klima, Heilwasser und eine dem Gesundheits- und Wohlsein-Tourismus entsprechende Infrastruktur sind die Grundlage für die hohe Dichte an staatlich anerkannt prädikatisierten Kur- und Ferienorten im Landkreis (1 Heilbad, 1 Kneippkurort, 1 Radonbad, 3 Heilklimatische Kurorte, 10 Luftkurorte, 23 Erholungsorte bzw. - Ortsteile). Die Sanatorien, Vorsorge- und Rehakliniken und Kureinrichtungen machen mit über 500 Tsd. Übernachtungen einen Anteil von 25 Prozent der Gesamtübernachtungen im Landkreis aus und sind damit ein sehr bedeutender Faktor für Wertschöpfung, Beschäftigung und Ausbildungsplätze. In den letzten Jahren haben auch im Landkreis Waldshut private Hotels Millionenbeträge in den Ausbau ihrer Wellnesslandschaften investiert. Wie auch in anderen Bereichen des Tourismus, werden auch in den Bereichen Gesundheit und Wohlsein Authentizität und Regionalität zu Schwerpunkten. Die

[11] Marketingkonzept STG, 2016

Gäste wollen generell mehr über die Wurzeln der Urlaubs-Destination erfahren und lokale Erfahrungen machen[12]. Trotz guter Entwicklungen sind bei weitem noch nicht alle Potenziale des Gesundheits- und Wellnesstourismus in den potentiellen Tourismusgemeinden im Landkreis erschlossen.

2.2.6 Wintertourismus

Obwohl Wintersport durch den Klimawandel langfristig nur noch in den absoluten Hochlagen und nur mithilfe künstlicher Beschneiung zuverlässig möglich sein wird, wird er auch in Zukunft im Schwarzwald eine wichtige Rolle spielen. Viele Orte haben durch die Anschaffung von Beschneiungsanlagen vorgesorgt. Mittel- bis langfristig müssen trotzdem Maßnahmen getroffen werden, die eine Ganzjahresstrategie mit schneeunabhängigen Themen sichern. Den Schwarzwald halten 53 Prozent der Deutschen für ein geeignetes Reiseziel, um dort einen Winterurlaub zu verbringen und Wintersport zu betreiben (30,5 Mio. Personen). Generell ist das allgemeine Interesse am Thema Wintersport in Deutschland allerdings nicht besonders hoch.[13] Im Landkreis Waldshut beschränken sich die Wintersportmöglichkeiten nur auf wenige Regionen und Gemeinden im Hochschwarzwald und Hotzenwald, in denen relative Schneesicherheit garantiert ist. Dazu zählt zuerst die Feldbergregion mit dem Liftverbund Feldberg, zu dem auch die St. Blasier Sklifte gehören, sowie die Abfahrtshänge und Lifte in Bernau, Menzenschwand und Herrischried. Schwerpunkte des weitverzweigten Loipennetzes in den Hochlagen des Landkreises sind die Bernauer und Höchenschwander Loipen mit entsprechender Infrastruktur (Loipenhaus und Gastronomie an der Loipe). Zu den weiteren attraktiven Erlebnisangeboten in den Wintertourismusgemeinden zählen Rodeln und Snowtubing, Winterwandern und Schneeschuhwandern. Als einzige Eishalle im Südschwarzwald bietet Herrischried die Möglichkeit zum Schlittschuhlaufen. Zum Markenzeichen der Gemeinden Todtmoos und Bernau sind die Schlittenhunderennen geworden. Wintercamping mit Wintersport ist in Bernau möglich.

[12] Marketingkonzept STG, 2016

[13] Marketingkonzept STG, 2016

2.2.7 ÖPNV/ Freizeitverkehre/ KONUS

Im Landkreis bedienen derzeit acht Freizeitbuslinien vor allem in den Sommermonaten attraktive Tourismusorte und Reiseziele für Gäste und Einheimische:

(1) Wutach- und Gauchachschlucht
(2) Schluchsee – Bonndorf – Wutachschlucht
(3) St. Blasien – Äule – Schluchsee – Bernau – Feldberg
(4) Radbus Hotzenwald & St. Blasierland
(5) Schluchtensteig Schwarzwald
(6) Todtmoos – Bernau – Ibach – Dachsberg - St. Blasien – Häusern – Höchenschwand
(7) KONUS Tour West
(8) KONUS Tour Ost

Als weitere Möglichkeit im Bereich des ÖPNV können die Gäste sowohl zur An- und Abreise als auch während ihres Aufenthalts die Hochrheinbahn zwischen Basel und Konstanz und ab Seebrugg die Drei-Seen Bahn und die Höllentalbahn nach Freiburg nutzen. Eine gute Anbindung bzw. Erreichbarkeit der internationalen Flughäfen in Zürich (über Waldshut-Koblenz) und Basel ist ebenfalls mit der Bahn (30-60 Min) gegeben. Mit der KONUS Gästekarte, welche die Gäste bei ihrer Anreise in 18 Kreisgemeinden (Bad Säckingen, Bernau, Bonndorf, Dachsberg, Grafenhausen, Häusern, Herrischried, Höchenschwand, Ibach, Küssaberg, Laufenburg, Rickenbach, St. Blasien, Stühlingen-Lausheim, Todtmoos, Ühlingen-Birkendorf, Wehr, Weilheim) erhalten, sind Fahrten mit dem ÖPNV im gesamten Schwarzwald kostenlos.

2.2.8 Kulturtourismus

Naturgemäß liegen die Großstädte und größeren Agglomerationen in der Gunst der Urlauber beim Thema Kultur ganz vorn. Aber auch die Gemeinden des Landkreises mit ihren vielfältigen Traditionen und kulturellen Einrichtungen haben einiges zu bieten. Meist werden kulturelle Angebote durch den Gast in Kombination mit anderen Aktivitäten wie Wandern, Radfahren oder einem Naturerlebnis wahrgenommen. Insofern hat der Kulturtourismus auch für die ländlich geprägten Reiseziele unseres Landkreises eine hohe Bedeutung. Hier finden die Besucher authentische und prägende kulturelle Angebote, die als nicht aus-

tauschbare Faktoren in der Region fest verankert sind. Der Landkreis Waldshut und seine Städte und Gemeinden verfügen über eine hohe Dichte an mittleren und kleinen Museen und Freizeiteinrichtungen. Hier finden sich Kunstmuseen, kulturell, naturkundlich, volkskundlich, historisch orientierte Häuser und vieles mehr. Bei Einheimischen und Gästen besonders bekannt sind die Museumsbauernhöfe Resenhof Bernau und Klausenhof Herrischried mit dem angrenzenden kleinen Freilichtmuseum, das Trompetermuseum in Bad Säckingen, aber auch das Müllmuseum in Wallbach, das Heimatmuseum Görwihl, das Textilmuseum in Wehr, das Hans-Thoma-Museum in Bernau und das Winterhalter-Museum Petit Salon in Menzenschwand, das neue Haus der Sinne und die Rothaus Erlebniswelten in Grafenhausen. Auch die vier kreiseigenen Kultureinrichtungen Kreismuseum St. Blasien, das Hüsli in Grafenhausen, die Museumsmühle in Stühlingen und das Kulturzentrum Schloss Bonndorf erfreuen sich großer Beliebtheit. Einen wichtigen kulturellen und touristischen Akzent setzt die mit modernen Präsentationmedien völlig neu gestaltete Scheffel-Ausstellung im Trompeterschloss in Bad Säckingen.

In den letzten Jahren wurde das Angebot an Themenführungen in den Städten und Gemeinden Bad Säckingen, Höchenschwand, Laufenburg und Waldshut-Tiengen sehr stark ausgebaut. Dazu kommen regionales und lokales Brauchtum wie die alemannische Fasnacht, einige etablierte Musikfestivals, überregional bedeutende Heimat- und Kirchenfeste wie der Fridolinstag in Bad Säckingen, der Schwyzertag in Tiengen, die Chilbi in Waldshut und der Hans-Thoma-Tag in Bernau. Für den Tourismus ebenfalls wichtig und attraktiv sind die vielen sehr lebendigen und bodenständig verankerten Musik- und Trachtenvereine, das regionale und traditionelle Handwerk, historische und moderne Profan- und Sakralbauten wie etwa der Dom zu St. Blasien oder das Fridolinsmünster in Bad Säckingen, die inzwischen wieder weit verbreiteten Freilichttheater und die alemannische Mundart, die zunehmend in der Tourismuswerbung wieder ein besondere Rolle einnimmt.

2.2.9 Weintourismus

Im Gegensatz zu den überregional bekannten und bedeutenden Weinregionen Markgräflerland, Kaiserstuhl und Ortenau an der Badischen Weinstraße am Westrand des Schwarzwalds spielen die drei kleinen Weinanbaugebiete Klettgau, Lottstetten-Nack und Hohentengen nur eine regionale Rolle, was der Qualität der

hervorragenden Weine aus dem östlichen Kreisgebiet aber keinen Abbruch tut. Zudem gehören die drei Gemeinden mit ihren Winzerbetrieben nicht zur Weinregion Baden, sondern sind dem Bodensee zugehörig. Aktuell kann die kleine Weinregion im Osten des Landkreises vom kürzlich gestarteten Interreg V Projekt „Wein und Wissen“ profitieren, das während der Laufzeit von 2016 bis 2018 die Weinregion Bodensee mit wissensvermittelnden Angeboten und Produkten fördern will. Dabei soll die Integration der Bodenseeweine in der regionalen Gastronomie gefördert und grenzenlose Angebote und Produkte entwickelt werden.[14]

2.3 Organisation und Kooperation

Der Landkreis Waldshut ist zusammen mit den anderen Stadt- und Landkreisen des Schwarzwalds Alleingesellschafter der Schwarzwald Tourismus GmbH (STG), die 2006 als zentrale Marketingorganisation und Dachverband des gesamten Schwarzwalds gegründet wurde. Der Landkreis finanziert über eine jährliche Marketingumlage, die sich an den Übernachtungszahlen orientiert, die Arbeit der STG anteilig mit. 24 Partner aus der Wirtschaft wie z.B. der Europapark oder die Brauerei Rothaus unterstützen ebenfalls die Marketingarbeit der STG.

2.3.1 Gremien der STG

Der Landkreis Waldshut ist entsprechend einem vereinbarten Schlüssel in den STG-Gremien vertreten:

STG Gesellschafterversammlung	Dr. Martin Kistler, Landrat (stellvertr. Vorsitzender)
STG Aufsichtsrat	Dr. Martin Kistler, Landrat Stefan Dorfmeister, Bürgermeister Höchenschwand
STG-Marketingausschuss	Corinna Steinkopf, Tourismus GmbH Bad Säckingen Klaus Nieke, Tourismusbeauftragter Landkreis Waldshut

[14] Internationale Weinregion Bodensee, Infopost 2016-1

Der Landkreis vertritt bei der STG die Interessen seiner Gemeinden, der Beherbergungsbetriebe und Freizeitunternehmen und bringt sich aktiv in die Gremienarbeit ein.

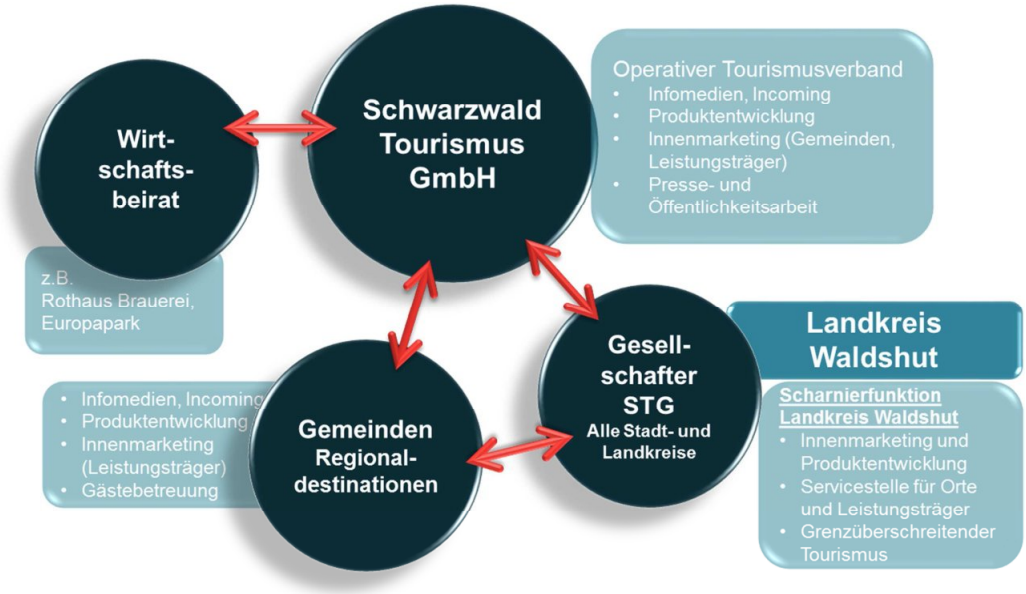


Abbildung 3: Touristisches Netzwerk Schwarzwald

Zwischen den operativen Aufgaben der STG einerseits und den Kreisgemeinden und den regionalen Destinationen (Ferienwelt Südschwarzwald, Hochschwarzwald Tourismus GmbH, WG Wutachschlucht) andererseits hat sich der Landkreis in seiner Scharnierfunktion drei zentrale Schwerpunktthemen gesetzt:

- Innenmarketing und Produktentwicklung (als Ergänzung zur STG)
- Servicestelle für Gemeinden und touristische Leistungsträger
- Grenzüberschreitender Tourismus zur Schweiz

Neben der Tourismusförderung gehören derzeit weitere Tätigkeiten zum täglichen Aufgabenbereich Tourismus im Amt für Wirtschaftsförderung:

- Sitzungen im Kreistag, in der Kreisverwaltung und in den STG Gremien (Unterstützung in der Vorbereitung)
- Unterstützende Kommunikation der STG Beteiligungsmöglichkeiten (Themen, Projekte) bei den Landkreisgemeinden, Beherbergungsbetrieben und Freizeitunternehmen
- Arbeitskreis Tourismus auf Landkreisebene
    - Betreuung und Moderation des Praktikerkreises Tourismus (PKT 3 x p.a.)
    - Ziel: Informations- und Kommunikationsförderung der Tourismusfachleute; Netzwerk Tourismus

- Teilnahme an touristischen Veranstaltungen innerhalb des Landkreises (Beteiligung mit Infostand im Rahmen der eigenen Infrastrukturprojekte (vor allem Fernwanderwege, Fernradrouten))

- Unterstützung wirtschaftsfördernder Maßnahmen:
    - Erarbeitung touristischer Stellungsnahmen zu Förderanträgen der Kommunen (Infrastrukturförderprogramm etc.)
    - Stellungnahmen zu touristischen Bauanträgen
    - Betriebsansiedlungen aus der Tourismusbranche (Hotel- Freizeitbetriebe)
- Koordinierung, Projektmanagement, Projektleitung
    - Ortsübergreifende touristische Infrastrukturmaßnahmen und Qualitätsmanagement
    - (z.B. Fernwanderwege, Rad- + MTB-wegenetz, Wassertourismus)
- Beratung
    - Zu touristischen Projekten der Gemeinden
    - Zu Fachfragen des Tourismus
    - Grenzüberschreitender Tourismus
    - Koordination, Vernetzung, Schulung, Produktgestaltung usw.

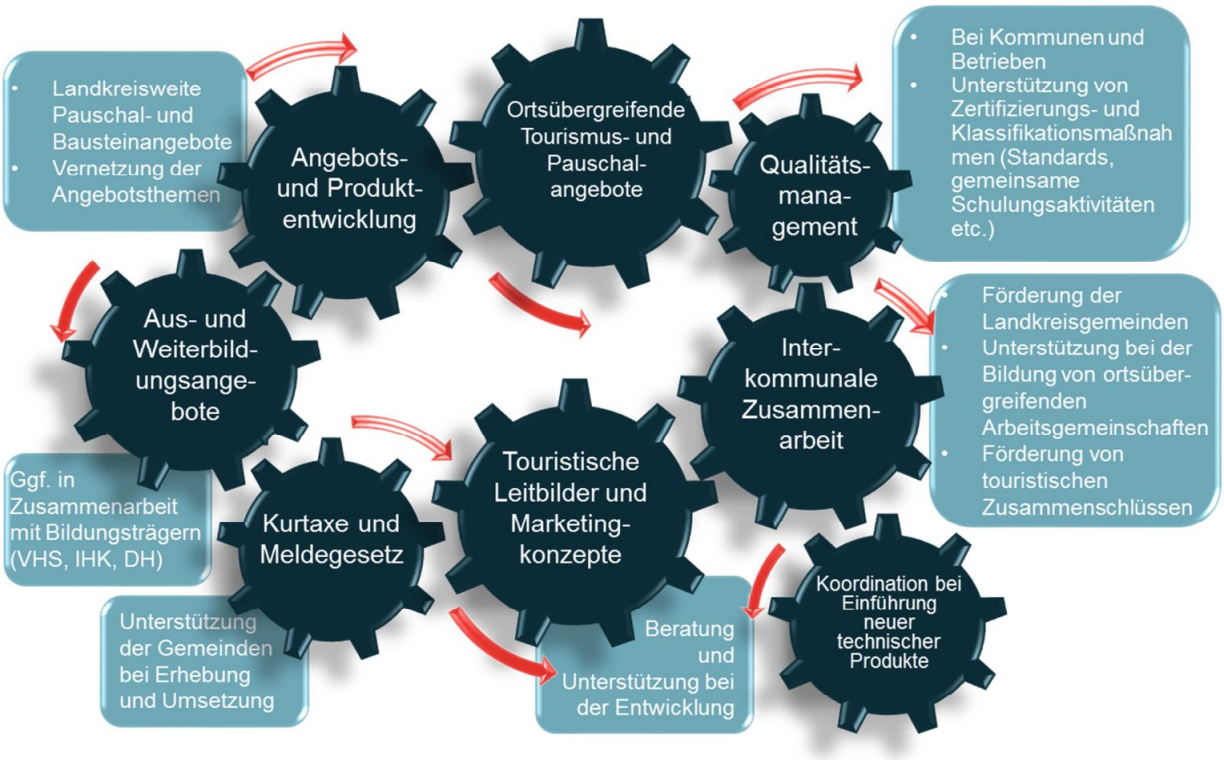


Abbildung 4: Touristische Maßnahmen der Abteilung Tourismus

Der Arbeitsschwerpunkt im Amt für Wirtschaftsförderung/Tourismus liegt bei der Entwicklung der landkreisweiten Tourismusinfrastruktur, deren Weiterentwicklung und Qualitätssicherung sowie in der Vernetzung von Angebotsthemen.

Die Abteilung Tourismus im Amt für Wirtschaftsförderung ist aktuell mit zwei Vollzeitstellen, einem Ausbildungsplatz (Studium zum Bachelor of Arts BWL/ Tourismus) und einer auf jeweils 5 Monate befristeten Stelle des Qualitätsbeauftragten zur Kontrolle der Radwegebeschilderung (geringfügige Beschäftigung) besetzt.

Zur Finanzierung der Arbeit stehen dem Landkreistourismus ohne Personal- und Betriebskosten – und wenn keine außergewöhnlichen Projekte anfallen – ca. 200.000 Euro zur Verfügung. Davon gehen ca. 140.000 Euro als Marketingumlage an die STG, 60.000 Euro stehen für Qualitätsmaßnahmen, Produktentwicklung und Marketingmaßnahmen zur Verfügung. Hinzu kommen Mittel aus dem Schluchtensteigfonds und zukünftig aus dem Albsteigfonds.

Einzelne Themen und Projekte werden jeweils in Abstimmung mit weiteren Projektpartnern und dem Landratsamt Abteilung Tourismus koordiniert. Im Folgenden werden die jeweiligen Projektpartner mit den zugehörigen Maßnahmen vereinfacht in einer Tabelle dargestellt. Hinzu kommen weitere Kooperationen und Abstimmungen mit den Nachbarlandkreisen und den Schweizer Nachbarkantonen im Rahmen der grenzüberschreitenden Kooperation in den Gremien Randenkommission, Hochrheinkommission, Verein Agglomeration Schaffhausen und in verschiedenen Arbeitsgruppen dieser Gremien (z.B. Infrastruktur Rad, Wandern, Wasser).

2.3.2 Wandertourismus - Organisation und Kooperation

Die beim Landratsamt, Amt für Wirtschaftsförderung angesiedelte Projektstelle Wandern betreut für den Schluchtensteig den Fonds zur Finanzierung des Projekts und betreibt in enger Kooperation mit dem PAKT Wandern der STG hierfür eigenes Marketing (Erstellung und Pflege der Internetseite, Betreuung Social Media, Mitwirkung bei Printprodukten, Medienarbeit, Infostelle für Wanderer). Die landkreisweite Beschilderung und Freihaltung der Wanderwege wird durch den Schwarzwaldverein und dessen Ortsgruppen sowie durch die Gemeinden gewährleistet. Für den

Schluchtensteig gibt es hierzu einen Leistungsvertrag mit finanzieller Vergütung. Gleiches ist für den Albsteig Schwarzwald vorgesehen.

Darüber hinaus werden beim Schluchtensteig folgende Maßnahmen mit den zuständigen Projektträgern begleitet und koordiniert:

Wandertourismus Projektpartner des Landkreises	Aktuelle Maßnahmen, Aktivitäten von Landkreis Tourismus mit den Projektpartnern
Gemeinden **Touristinfostellen**	• Infrastruktur- und Qualitätsmaßnahmen • Incoming Tourismus • Vermarktung und Vertrieb • Marktforschung
Schwarzwald Tourismus GmbH (STG)	• PAKT Wandern (Experten- und Fachgremium) • Internationale Vermarktung (Printprodukte, Anzeigen, Pressereisen, Internet, Messen) • Marktforschung
Top Trails of Germany	• Internationale Vermarktung (Internet, Auslandsmarketing, Blogs, PR und Pressereisen) • Experten. Und Fachgremium
Reiseveranstalter	• Vermarktung und Vertrieb • Incoming Tourismus
Beherbergungsbetriebe	• Incoming Tourismus • Qualitäts- und Beschwerdemanagement • Marktforschung
Schwarzwaldverein SWV **Deutscher Wanderverband DWV**	• Qualitätssicherung der Beschilderung und des Wegezustands • Zertifizierung Wanderwege
Forst	• Umleitungsmanagement Schluchtensteig • Entwicklung Projekt Wolfswege Schwarzwald
SBG / WTV	• Erstellung und Vertrieb von Reiseangeboten und Fahrplänen (Schluchtensteig Wanderbus, Wutachschlucht Wanderbus)

2.3.3 Radtourismus - Organisation und Kooperation

Um das landkreisweite Beschilderungsnetz nachhaltig sicherzustellen, übernimmt das Amt für Wirtschaftsförderung die jährliche Qualitätskontrolle und Koordination der zu erbringenden Maßnahmen bei Wegeverlegungen oder baulich bedingten Umleitungen. Hierfür fährt der Qualitätsbeauftragte jeden Schilderstandort einmal im Jahr ab und informiert die Abteilung Tourismus über notwendige Arbeiten. Kontrolleure des Südschwarzwald Radweg, des Schwarzwald Panorama Radwegs und der Euro Velo Route 15 können sich bei Mängeln ebenfalls beim Amt melden, welches dann die entsprechenden Aufgaben zusammen mit den zuständigen Personen der Gemeinden koordiniert. Der Landkreis beteiligt sich mit einem jährlichen Marketing-

beitrag an den Marketingkosten der beiden Fernradwege bei der Schwarzwald Tourismus GmbH bzw. beim Naturpark Südschwarzwald.

Die 15 Radrundtouren, welche auf alle Regionen im Landkreis verteilt sind, sollten ursprünglich durch die Gemeinden selbständig vermarket werden. Dies geschieht bis heute nur in einigen wenigen Fällen. Pro Jahr werden einige Werbeanzeigen zu allen Touren durch die Abteilung Tourismus geschaltet.

Die gebündelte Vermarktung der 15 Radrundtouren erfolgt derzeit ausschließlich durch das Landratsamt. In Koordination mit den verschiedenen Akteuren im Bereich Radtourismus übernimmt das Landratsamt außerdem folgende Aufgaben:

Radtourismus Projektpartner des Landkreises	Aktuelle Maßnahmen, Aktivitäten von Landkreis Tourismus mit den Projektpartnern
Gemeinden	• Digitales Kataster Radwegbeschilderung • Qualitätssicherung, Umleitungsmanagement • Vermarktung Radtouren • Projektentwicklung (Bike&Ride, RouteWT, 3Welten Radweg)
Qualitätsbeauftragter	• Jährliche Kontrollbefahrung der Radwege • Beschilderung • Koordination der Qualitätsmaßnahmen
Schwarzwald Tourismus GmbH (STG)	• Vermarktung Panoramaradweg • Umleitungsmanagement Bereich Landkreis Waldshut • Jährliche Kontrollbefahrung
Naturpark Südschwarzwald	• Vermarktung Südschwarzwaldradweg • Umleitungsmanagement Bereich Landkreis • Jährliche Kontrollbefahrung
TMBW/ STG	• Vermarktung Rheinradweg / Eurovelo15 • Koordination der Vermarktungsaufgaben Region • Umleitungsmanagement Bereich Landkreis • Jährliche Kontrollbefahrung
Planungsbüro	• Digitales Kataster Radwegbeschilderung • Radverkehrskonzept Landkreis WT • Entwicklung Tourismus-Radprojekte • RadNETZ Baden-Württemberg
SBG / WTV	• Erstellung und Vertrieb Radbusflyer
Randenkommission (Rako), Hochrheinkommission (HRK)	• Konzipierung Rako 3Welten Radweg • Vermarktung Rako 3 Welten Radweg • Mitglied HRK Arbeitsgruppe E-Bike

2.3.4 Barrierefreier Tourismus - Organisation und Kooperation

Das Landratsamt hat in den Jahren 2010 bis 2013 bei der Ausbildung der Studenten im Amt für Wirtschaftsförderung/Tourismus dieses Urlaubssegment als einen Schwerpunkt gesetzt. Es entstand eine Broschüre „Ausflüge für Genießer“ für mobili-

tätseingeschränkte Menschen. Eine landkreisweite Erhebung brachte erste Ergebnisse im Bereich der barrierefreien Hotels und Restaurants. Zwei Schulprojekte (Waldshut-Tiengen und Wehr), bei denen Schüler über die Bedürfnisse und Notwendigkeiten der Barrierefreiheit aufgeklärt wurden, sorgten für eine lokale Öffentlichkeitswirkung.

Barrierefreier Tourismus Projektpartner des Landkreises	Aktuelle Maßnahmen, Aktivitäten von Landkreis Tourismus mit den Projektpartnern
Gemeinden **Touristinfo**	• Infoveranstaltungen, Schulungen • Zertifizierungsinitiativen • Datenerhebung
Beherbergungsbetriebe Freizeitunternehmen	• Infoveranstaltungen, Schulungen • Zertifizierungsinitiativen • Datenerhebung
Schulen	• Infoveranstaltungen, Schulungen • Zertifizierungsinitiativen • Datenerhebung
Naturpark Südschwarzwald **Schwarzwald Tourismus GmbH (STG)**	• Vertriebs- und Infoplattform • Kooperationspartner

2.3.5 Wassertourismus - Organisation und Kooperation

Um die Bedeutung des Wassertourismus als Standort- und Wirtschaftsfaktor auch im Landkreis Waldshut zu fördern, hat das Amt für Wirtschaftsförderung/Tourismus in den Jahren 2009 bis 2013 die Koordination und die Leitung des Interreg IV Projekts Erlebnisraum Hochrhein (ERH) übernommen, an dem sich insgesamt zehn Projektpartner (Land Baden-Württemberg, Landkreise LÖ und WT, Kantone und Tourismusorganisationen AG, BL, SH, ZRH) beidseits des Hochrheins zwischen Bodensee und Basel mit einem Gesamtkostenvolumen von ca. 375.000 Euro beteiligt haben. Ziel des Projekts war es, den Hochrhein in seiner Gesamtheit als Ferienregion besser in Wert zu setzen und das Bewusstsein bei den Verantwortlichen hierfür zu wecken. Schwerpunkt des Projekts war der Wassertourismus, zu dem eine umfangreiche Daten- und Maßnahmensammlung (Kompendium) erstellt wurde. Weitere Projektschwerpunkte waren Burgen, grenzüberschreitende Radwege am Hochrhein sowie der Aufbau eines grenzüberschreitenden Tourismus-Netzwerks und Erstellung einer Projektwebseite mit allen Datensammlungen des Projekts. Das Projekt wird inzwischen von einer Fachgruppe Tourismus der Hochrheinkommission HRK weitergeführt, die Inhalte des Kompendiums mittel- und langfristig umsetzen will. Hierzu haben sich innerhalb der Fachgruppe Tourismus der HRK zwei Arbeitsgemeinschaften

(Flusswandern und E-Bike) gebildet, an denen der Landkreis beteiligt ist und mitwirkt.

Wassertourismus Projektpartner des Landkreises	Aktuelle Maßnahmen, Aktivitäten von Landkreis Tourismus mit den Projektpartnern
Gemeinden **Touristinfostellen**	• Projektpartner • Infrastruktur und Qualitätsmaßnahmen • Datenerhebung Internet, Flyer etc. • Produktgestaltung Angebote
Hochrheinkommission	• Politische Unterstützung
Hochrheinkommission HRK Fachgruppe Tourismus	• Fortführung Maßnahmen aus Projekt Erlebnisraum Hochrhein (ERH) 2009 - 2013 • Datensicherung aus ERH • Mitglied Arbeitsgruppe Flusswandern • Digitales Bildarchiv Zulieferung • Projektvorschläge Fördermaßnahmen
HRK Arbeitsgruppe Flusswandern	• Datenerhebung Landkreis • Projektmitarbeit
Wirtschaftsregion Südwest WSW **www.hochrhein-erleben.de**	• Aufbau Webseite Hochrhein • Zulieferung Daten Bereich Landkreis

2.3.6 Gesundheit-, Wohlsein-Tourismus - Organisation und Kooperation

Das Tourismussegment Gesundheit und Wohlsein (Wellness) ist naturgemäß im Aufgabengebiet des Amts für Wirtschaftsförderung eher unterdurchschnittlich präsent. Der Gesundheitsbereich (Kur, Vorsorge, Reha) zählt statistisch zwar zum Tourismus, hängt aber weitgehend von Faktoren ab, auf die der Landkreis kaum Einflussmöglichkeiten hat. Im Wohlsein-Bereich (Wellness) konnte der Landkreis in den letzten Jahren viele Betriebe bei der Generierung von Fördergeldern für den Ausbau der Wellnessbereich unterstützen.

Gesundheit-, Wohlsein-Tourismus Projektpartner des Landkreises	Aktuelle Maßnahmen, Aktivitäten von Landkreis Tourismus mit den Projektpartnern
Gemeinden	• Unterstützung und Stellungnahmen bei Förderanträgen • Datenerhebung und Bereitstellung für Öffentlichkeitsarbeit (Webseite)
Beherbergungsbetriebe und Unternehmen (Freizeitbäder, Saunaparks etc.)	• Unterstützung und Stellungnahmen bei Förderanträgen • Datenerhebung und Bereitstellung für Öffentlichkeitsarbeit (Webseite)

2.3.7 Wintertourismus - Organisation und Kooperation

Durch die Schwerpunktsetzung des Landkreises beim Wandertourismus einerseits und die seltener werdenden Winter mit ausreichend Schnee für Wintersport und weitere Freizeitaktivitäten im Schnee andererseits sind die Mitwirkungsmöglichkeiten des Landkreises im Bereich Wintertourismus stark begrenzt und beschränken sich im Wesentlichen auf Unterstützung von Fördermaßnahmen und Bereitstellung von Informationen für Winterurlauber und Einheimische im begrenzten Umfang.

Wintertourismus Projektpartner des Landkreises	Aktuelle Maßnahmen, Aktivitäten von Landkreis Tourismus mit den Projektpartnern
Gemeinden	• Unterstützung und Stellungnahmen bei Förderanträgen der Winterinfrastruktur • Datenerhebung und Bereitstellung für Öffentlichkeitsarbeit (Webseite)

2.3.8 ÖPNV und Freizeitverkehre - Organisation und Kooperation

Zusammen mit der Abteilung Nahverkehr im Amt für Wirtschaftsförderung, dem Waldshuter Tarifverbund und der SBG werden jedes Jahr acht Flyer zu den verschiedenen Freizeitverkehren im Landkreis erstellt. Auf den Flyern sind die Fahrzeiten nach den Bedürfnissen der Zielgruppen angegeben. Die Flyer werden den Kreisgemeinden und weiteren touristischen Informationsstellen im Landkreis und angrenzenden Gemeinden zur Verteilung zugestellt. Die Gesamtauflage der Flyer beträgt jährlich über 130.000 Stück.

ÖPNV und Freizeitverkehre Projektpartner des Landkreises	Aktuelle Maßnahmen, Aktivitäten von Landkreis Tourismus mit den Projektpartnern
Gemeinden, Touristinfostellen	• Abstimmung und Einrichtung von Freizeitbuslinien in Kooperation mit Abt. ÖPNV im Amt 26, wtv und SBG • Herausgabe von Flyern der Freizeitbuslinien • Zulieferung in die Gemeinden • Datenerhebung und Bereitstellung für Öffentlichkeitsarbeit (Webseite)
SüdbadenBus und wtv	• Abstimmung und Einrichtung von Freizeitbuslinien in Kooperation Abt. ÖPNV im Amt 26 • Herausgabe von Flyern der Freizeitbuslinien in Kooperation Abt. ÖPNV im Amt 26 • Mitgestaltung der Flyer der Freizeitbuslinien

2.3.9 Kulturtourismus - Organisation und Kooperation

Wie bei der STG ist der Bereich Kultur auch bei der Tourismusförderung des Landkreises kein eigenständiges Hauptthema sondern wird als Profilthema bei den weite-

ren Hauptthemen mit einbezogen. Dabei spielen die vier kreiseigenen Museen eine besondere Rolle. Weitere Museen in den Gemeinden sowie besondere kulturelle Veranstaltungen werden mit den Angeboten vor allem im Bereich Wandern und Rad verknüpft.

Kulturtourismus Projektpartner des Landkreises	Aktuelle Maßnahmen, Aktivitäten von Landkreis Tourismus mit den Projektpartnern
Landkreis-Museen • **Hüsli** • **St. Blasien** • **Mühle im Weiler** **Kulturzentrum Landkreis** • **Schloss Bonndorf**	• Anzeigenwerbung in div. Tourismuspublikationen • Unterstützung der Medienarbeit durch Text- und Bildbeiträge • Digitales Bildarchiv • Einbindung in die Tourismuswerbung vor allem im Wander- und Radtourismus
Gemeinden	• Datenerhebungen und Bereitstellung für Öffentlichkeitsarbeit (Webseite) • Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit bei größeren Veranstaltungen • Einbindung der kulturellen Besonderheiten in die Tourismuswerbung

2.3.10 Weintourismus - Organisation und Kooperation

Leider sind die drei Weinbaugemeinden Klettgau, Hohentengen und Lottstetten im Landkreis nicht dem Weinbaugebiet Baden und damit dem Schwarzwald, sondern dem Bodensee zugehörig, was die Unterstützung der touristischen Vermarktung durch die Destination Schwarzwald und den Landkreis erschwert. Trotzdem unterstützt der Landkreis seit Kurzem dieses interessante Tourismussegment im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit.

Weintourismus Projektpartner des Landkreises	Aktuelle Maßnahmen, Aktivitäten von Landkreis Tourismus mit den Projektpartnern
Gemeinden	• Datenerhebung und Bereitstellung für Öffentlichkeitsarbeit (Webseite)
Winzerbetriebe	• Datenerhebung und Bereitstellung für Öffentlichkeitsarbeit (Webseite)
Internationale Weinregion Bodensee	• Unterstützung der touristischen Öffentlichkeitsarbeit für die Weinorte und Winzerbetriebe im östlichen Landkreis

2.3.11 Innenmarketing - Organisation und Kooperation

Dreimal im Jahr organisiert die Abteilung Tourismus des Landratsamts Waldshut den sog. Praktikerkreis Tourismus (PKT) als Fach- und Austauschgremium der Tourismusfachkräfte der Kreisgemeinden. Ziel der Veranstaltung ist die Information zu einem aktuellen Thema, Vorstellung von aktuellen Zielgruppen- und Reiseanalysen

und der Austausch über aktuelle Projekte und Veranstaltungen in den jeweiligen Gemeinden. Der PKT ist gleichzeitig Katalysator für Beteiligungsmöglichkeiten im Rahmen des STG Marketings bei den Gemeinden und Leistungsträgern. Im Bereich der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit findet auf der Fachebene der Randenkommission eine jährliche Mitarbeiterschulung im wechselnden Turnus der Mitgliederregionen statt, um das Fachwissen der Counterkräfte speziell im Destinationsbereich zu schulen. Seit 2016 beteiligen sich hierbei auch die Regionen Kanton Aargau und der Landkreis Lörrach als Mitglieder der Hochrheinkommission.

Innenmarketing Projektpartner des Landkreises	Aktuelle Maßnahmen, Aktivitäten von Landkreis Tourismus mit den Projektpartnern
Gemeinden, Touristinfostellen	• Förderung und Unterstützung der Destinationsbildung • Arbeitskreis Touristiker (PKT) • Vernetzung von Angebotsthemen • Beratung und Unterstützung in Fachfragen • Repräsentation und Öffentlichkeitsarbeit • Tourismusdaten erheben (analog und digital), auswerten, bereitstellen und veröffentlichen • Wirtschaftsfaktor Tourismus kommunizieren
Beherbergungs- und Freizeitbetriebe	• Förderung und Unterstützung von Qualifizierungs- und Zertifizierungsmaßnahmen • Beratung und Unterstützung in Fachfragen und der Förderung
Schwarzwald Tourismus GmbH	• Aktive Unterstützung der STG-Initiativen auf Landkreisebene, u.a. o Markenbildung o Touristische Ortsberatung TOB o Natürlicher Dorfurlaub NaDu o KONUS o Klassifizierungsinitiativen
Kanton Schaffhausen **Landkreise Konstanz und Schwarzwald-Baar-Kreis (Randenkommission)** **s.a. Grenzüberschr. Tourismus**	• Ausrichtung einer Mitarbeiterschulung der Randenkommission im Landkreis WT im vierjährigen Turnus für Fachkräfte des Tourismus • Mitwirkung an der jährlichen Mitarbeiterschulung der Randenkommission

2.3.12 Grenzüberschreitender Tourismus - Organisation und Kooperation

Traditionell wirkt der Landkreis in verschiedenen Kommissionen und Fachgremien entlang des Hochrheins bei der grenzüberschreitenden touristischen Zusammenarbeit und der Umsetzung grenzüberschreitender Tourismusprojekte aktiv mit. Die EU-Außengrenze zur Schweiz stellt dabei immer wieder eine besondere Herausforderung bei der Förderung von Tourismusmaßnahmen und bei der Realisierung gemeinsamer grenzüberschreitender Projekte dar. Ein über Jahre gewachsenes her-

vorragendes Netzwerk und schlanke Strukturen ermöglichen trotzdem eine sehr gute Kooperation über die politischen Grenzen hinweg.

Grenzüberschreitender Tourismus Projektpartner des Landkreises	Aktuelle Maßnahmen, Aktivitäten von Landkreis Tourismus mit den Projektpartnern
• **Randenkommission Rako** • **Hochrheinkommission HRK** • **Verein Agglomeration Schaffhausen VAS** • **Internationale Weinregion Bodensee**	• Kommunikation untereinander verbessern • Strukturen schaffen • Netzwerk ausbauen • Bewusstsein der gemeinsamen Region stärken • Vorhandene Angebote bündeln, vernetzen, kombinieren z.T. optimieren (Flusswandern, Langsamverkehr, Kultur) und damit besser in Wert setzen • Infrastruktur optimieren z.B. (Wassertourismus)
Kanton Schaffhausen **Landkreise Konstanz und Schwarzwald-Baar-Kreis (Randenkommission)** **s.a. Grenzüberschr. Tourismus**	• Ausrichtung einer Mitarbeiterschulung der Randenkommission im Landkreis WT im vierjährigen Turnus für Fachkräfte des Tourismus • Mitwirkung an der jährlichen Mitarbeiterschulung der Randenkommission
HRK Arbeitsgruppe E-Bike	• Datenerhebung Landkreis • Projektmitarbeit • Konzepterstellung E-Bike Region Hochrhein
HRK Arbeitsgruppe Flusswandern	• Datenerhebung Landkreis • Projektmitarbeit • Konzepterstellung Flusswandern Hochrhein, Infrastrukturmaßnahmen

2.4 SWOT-Analyse

Die folgende Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse (SWOT) stellt die Ergebnisse der Situationsanalyse den Zielen des REK und des Marketingkonzepts der STG, bezogen auf die Chancen und Risiken im Landkreis Waldshut gegenüber:

Stärken	**Schwächen**
+ Herausragende Naturlandschaften + Schwarzwald, Hotzenwald + Feldberg, Herzogenhorn als höchster Schwarzwaldgipfel + Flusslandschaften + Kulturlandschaft + Lebendiges Brauchtum + Naturpark Südschwarzwald + Biosphärenreservat + Wanderwegenetz beschildert + 2 Fernwanderwege + Radwegenetz beschildert + 4 wichtige Radfernwege + 15 Radrundrouten RouteWT beschildert + Wasserwandern Hochrhein + Wintersport, Wintertourismus + Nachbarschaft zur Schweiz + Heilklima + Gastronomie + Hotellerie + Bedeutende Kulturdenkmäler + Landwirtschaft + KONUS + Destinationen FWS, HTG, Wutachschlucht + Einbindung des Landkreises in Struktur Schwarzwald (Aufgabenteilung) + Bekannte Wirtschaftsbetriebe als Aushängeschilder der Region	- Touristisches Destinationsmarketing der Gemeinden - Teilweise Modernisierungsrückstand und Investitionsstau bei Beherbergungsbetrieben und touristischen Angeboten sowie in Folge der Veränderungen im Gesundheitswesen. Dadurch Leerstand von ehemaligen Kurhotels/-pensionen. (REK) - Keine Indoor-Freizeitanlagen mit überregionaler Bedeutung - Keine Ferienstraße - Angebotsknappheit bei Gästebetten am Hochrhein (Monteureproblematik) - Regionalität im gastronomischen Angebot - Barrierefreie Freizeitangebote nicht flächendeckend - Fehlende Infrastruktur für Kanutourismus und Flusswandern am Hochrhein - Unterschiedliche Rechtsnormen D/CH bei der touristischen Nutzung des Hochrheins für Flusswandern - Defizite bei der innerregionalen Erreichbarkeit (REK) - Defizite bei der Breitbandanbindung (REK) Attraktivitätsdefizite im ÖPNV-Angebot (REK)

Chancen	Risiken
• Zukunftspotenziale als erfolgreiche Tourismusdestination durch den Ausbau hochwertiger Angebote im Bereich Wellness/Gesundheit (REK) • Ausrichtung auf neue Zielgruppen (u.a. Sport/Wandern, seniorengerechte Angebote, internationale Zielgruppen) (REK) • Verbesserung der überregionalen Erreichbarkeit und Anschluss an das deutsche Autobahnnetz (Lückenschluss Ost-West, Ausbau A98) sowie in die Schweiz (Regionen Zürich, Basel, Schaffhausen/Singen), gerade vor dem Hintergrund zunehmender Mobilitätsanforderungen und überregionaler Verflechtungen der Wirtschaft (REK) • Stärkung des ÖPNV und Ausbau alternativer Mobilitätskonzepte zur Schließung von Erreichbarkeitslücken, unabhängig des motorisierten Individualverkehrs (insbesondere in entlegenen Gemeinden im Schwarzwald). Damit Sicherstellung d. ÖPNV für den Tourismus (KONUS) (REK) • Flächendeckender Ausbau des glasfaserbasierten Breitbandnetzes zum Erhalt zukunftsfähiger Infrastrukturen und Verhinderung des Anschlussverlusts an Standards in anderen (städtischen) Regionen. (REK) • Projekt Wolfswege als touristischer Alleinstellungsfaktor (USP) in Baden-Württemberg mit überregionaler Werbewirkung • Flusswandern am Hochrhein als touristischer Alleinstellungsfaktor (USP) im Schwarzwald • Leerstand in Dörfern, Schwarzwald Architektur neuem Nutzen zuführen (Umwidmung, Förderung) • Rückbesinnung auf regionale Produkte und Produktion	o Rückgang öffentlicher Einrichtungen und Infrastruktur in den Dörfern o Nachfolgeproblematik Hotellerie und Gastronomie o Fachkräftemangel Hotellerie und Gastronomie o Stammgäste mit hohem Altersdurchschnitt o Landwirtschaft rückläufig, dadurch Offenhaltung der Landschaft gefährdet o Rückkehr des Wolfs kann als Gefahr für Nutztiere und Freizeitaktivität in der Natur gesehen werden o Schneesicherheit o Schwarzwaldverein Mitgliederschwund (Wanderwegbetreuung und -instandhaltung) o Struktur und Finanzierung Schwarzwald Tourismus wird von großen Destinationen im Schwarzwald in Frage gestellt

3. Ziele

3.1 Oberziele des Regionalen Entwicklungskonzepts (REK) des Landkreises Waldshut und des Marketingkonzepts der Schwarzwald Tourismus GmbH

Das vom Kreistag im Dezember 2015 verabschiedete Regionale Entwicklungskonzept für den Landkreis Waldshut der Prognos AG sowie das neue Marketingkonzept der STG von 2016 enthalten wichtige übergeordnete Ziele, die für die Tourismusarbeit des Landkreises Maßstab und Orientierung bei der zukünftigen Ausrichtung sind.

Die wesentlichen Ziele des REK und der STG sind hier kurz zusammengefasst.

- Verbesserung der touristischen Infrastruktur
- zeitgemäße Weiterentwicklung der bestehenden Angebote im Dialog mit den Betrieben des Hotel- und Gastgewerbes, den Kommunen und Tourismusinitiativen der Region
- neue Zielgruppen erschließen und somit die Zahl Gästeankünfte und der ausländischen Gäste erhöhen
- neue, attraktive und innovative Produkte mit überregionaler Ausstrahlung und Sichtbarkeit entwickeln und erfolgreich am Markt etablieren (Aufbauend auf den weitreichenden Potenzialen in Zusammenarbeit mit den Kommunen und Akteuren der Tourismuswirtschaft).
- Aufbau gemeinsamer Vermarktungsstrukturen im Landkreis, Optimierung der Zusammenarbeit auf allen Ebenen
- Wahrnehmung als eine der umweltfreundlichsten und nachhaltigsten Ferienregionen Deutschlands[15]

Die Qualität der touristischen Arbeit im Schwarzwald soll weiter optimiert werden. Dazu hat sich die STG folgende Leitlinien gesetzt:

1. **Starke einheitliche Dachmarke**
   - nicht nur bekannt, sondern auch beliebt
   - Anbieter und Markenteilhaber sollen stolz sein
   - Qualitätsversprechen[16]

[15] Landkreis Waldshut (2015): Regionales Entwicklungskonzept, Waldshut-Tiengen.

[16] STG (2016): Marketingkonzept 2020, Freiburg.

- Einheitliches Erscheinungsbild

2. **Marketing richtet sich nach den Bedürfnissen der Gäste und nicht nach denen der Anbieter**
3. **Bewahrung der Umwelt und Schönheit der Landschaft**
   - Schwarzwald ist eine Bilderbuchlandschaft Deutschlands
   - Bewahrt werden sollen die Schönheit der Landschaft
4. **Zeitgemäßer und innovativer Schwarzwald**
   - Stabiler und wachstumsorientierter Qualitätstourismus
   - Heimat der Tüftler und Bastler
   - Bedeutende Innovationen und Wirtschaftsprodukte
   - Setzen von Trends im touristischen Schwarzwald
5. **Qualitätstourismus**
   - kein Massen- / Billigtourismus
   - hochwertige Ausstattung und Servicequalität
   - sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis[17]

3.2 Unterziele für die Tourismusarbeit im Landkreis Waldshut

Sowohl die touristischen Oberziele aus dem REK als auch aus dem Marketingkonzept der STG sollen in der zukünftigen Tourismusförderung des Landkreises weitgehend Berücksichtigung finden. Hierzu müssen jedoch feinere, für den Landkreis abgestimmte Ziele definiert werden. Diese Unterziele wurden von den Gemeinden, Leiter/ -innen der Tourist Informationen im Landkreis und von touristischen Vereinen und Organisationen im Rahmen einer Online-Umfrage bereits priorisiert[18]. Wander- und Radtourismus sowie der Ausbau der touristischen Angebote im Freizeitverkehr (ÖPNV & Freizeitbusse) haben dabei oberste Priorität bei den Gemeinden. Im Rahmen der Strategie-Positionierung (Kapitel 4.1) werden diese Unterziele einzelnen Themen zugeordnet, um eine Mehrfachnennung zu vermeiden.

[17] STG (2016): Marketingkonzept 2020, Freiburg.

[18] Online Umfrage Juni 2016, Landkreis Waldshut (s. Anhang)

4. Strategieentwicklung

Bei der Ausrichtung der strategischen Tourismusziele des Landkreises orientieren sich diese weitgehend an der neuen Themenstrategie des Dachverbandes STG. Das Marketing der STG konzentriert sich dabei zukünftig auf die fünf Hauptthemen und Aktivitäten „Wandern, Rad/MTB, Wellness, Winter und Familienurlaub“. Diese fünf Hauptthemen werden dabei jeweils in Bezug zu den drei Schwarzwald-Profilen „Natur, Kulinarik und Kultur“ gesetzt. Diese drei Schwarzwald-Profile ziehen sich in der Außenkommunikation durch alle Themen mit unterschiedlicher Intensität. Aus den Schnittmengen zwischen Themen und Profilen ergibt sich die Beziehungsrelevanz; je höher die Intensität (Anzahl Trachtenhut-Bollen), desto höher die Relevanz (s. Grafik Themenstrategie aus STG Marketingkonzept 2016).

Bei der Entwicklung einer mittelfristigen Strategie für die Tourismusförderung des Landkreises Waldshut ist dabei allerdings zu berücksichtigen, dass die neue STG-Themenstrategie Bestandteil eines reinen Marketingkonzepts ist. Die STG-Strategie lässt sich nicht vollumfänglich für die Tourismusförderung des Landkreises adaptieren, weil der Landkreis im Rahmen der Aufgabenteilung keine Marketingorganisation wie die STG darstellt, sondern in erster Linie Tourismusförderung und Innenmarketing betreibt und Aufgaben im Außenmarketing nur für bestimmte Einzelprojekte teilweise in Kooperation mit anderen Stellen übernimmt (s. Kapitel 4.3).

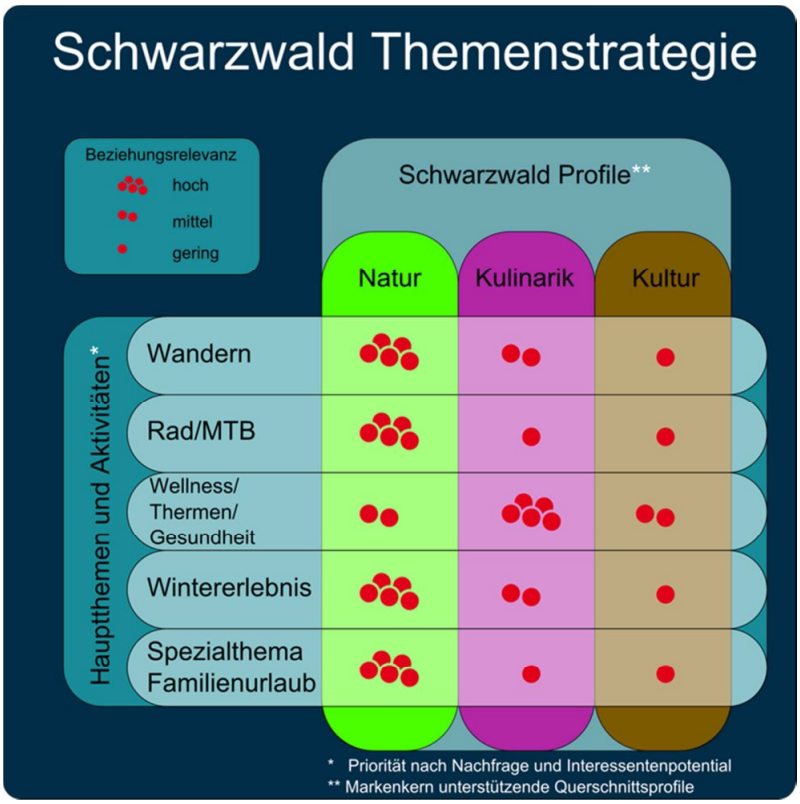


Abbildung 5: Themenstrategie der Schwarzwald Tourismus GmbH

4.1 Strategie - Positionierung

Geografische Alleinstellungsmerkmale des Landkreises

- **Hochrhein** - grenzüberschreitender Fluss, historische Städte, touristische Verkehrsader für Radtourismus und ÖPNV, Wasserfreizeitmöglichkeiten
- **Schluchten, Hochebenen, Hochtäler** – Naturerlebnis Schwarzwald in allen Facetten, Verbindung zwischen Hochrheintal und Schwarzwald, Herausforderung im Bereich Wandern, Rad und ÖPNV
- **Nachbarland Schweiz** – wichtiger Quellmarkt bei Übernachtungs- und Tagestourismus, gemeinsamer Kultur- und Freizeitraum

4.1.1 Aktivitätsthemen

Entsprechend dem STG Marketingkonzept und der Umfrage bei den Gemeinden konzentriert sich der Landkreis bei der Tourismusförderung vor allem auf Maßnahmen in den Bereichen

- **Wandern** als zentrales Aktivitätsthema
- **Rad & Mountainbike** als zentrales Aktivitätsthema
- **Auslands- und grenzüberschreitender Tourismus** als Querschnittsthema
- **Freizeitverkehre/ÖPNV** als Querschnittsthema
- **Wassertourismus** als regionales Aktivitätsthema
- **Barrierefreier Tourismus** als zentrales Aktivitätsthema
- **Gesundheits- und Wohlsein Tourismus** als Querschnittsthema
- **Kultur Tourismus** als Querschnittsthema
- **Winter Tourismus** als regionales Aktivitätsthema
- **Wein Tourismus** als regionales Aktivitätsthema
- **Innenmarketing** als zentrales Aktivitätsthema

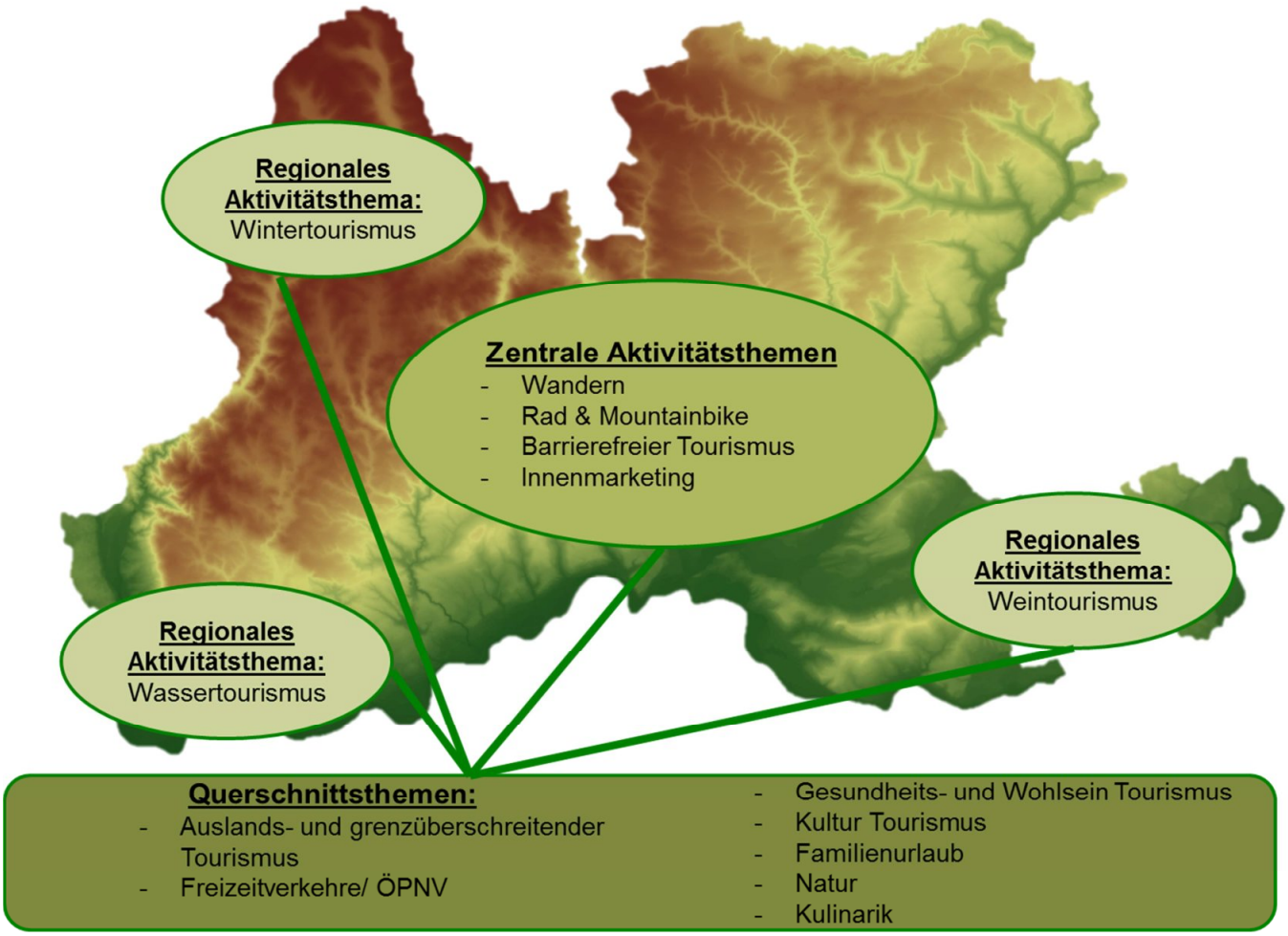


Abbildung 6: Aktivitäts- und Querschnittsthemen

Bei der Tourismusstrategie des Landkreises werden wie bei der STG **Familienurlaub, Natur** und **Kulinarik** nicht als eigenständige Handlungsfelder definiert, sondern als Querschnittsthemen bei den jeweiligen Aktivitätsthemen eingespeist.

Qualität sowohl bei der **Infrastruktur** als auch im **Service** steht bei der Tourismusförderung des Landkreises immer im Vordergrund. Bei den Projekten des Landkreises hat **Nachhaltigkeit** oberste Priorität.

Touristische Wirtschaftsförderung im Landkreis bedeutet

- Regionale Infrastruktur landkreisweit oder zumindest für mehrere Gemeinden entwickeln und bereitstellen
- hochwertige Ausstattung und Servicequalität der Tourismus-Infrastruktur des Landkreises garantieren
- kein Massen- / Billigtourismus
- Nachhaltiges Qualitätsmanagement bei Landkreisprojekten
- Unterstützung und Beratung der Gemeinden und Betriebe

4.1.2 Positionierung an Themenfeldern

Wandertourismus

- Der Landkreis spielt in der „obersten Liga“ im Schwarzwald
- bestehende Angebote des Landkreises werden qualitativ und zeitgerecht weiterentwickelt (Themenmarketing, Verbesserung Infrastruktur, internationale Ausrichtung)
- neue Wanderangebote des Landkreise orientieren sich jeweils am Qualitätsstandard der bereits bestehenden Landkreisangebote (Synergien nutzen, Bausteinprinzip bei der Einrichtung berücksichtigt Qualitätsziele)
- Neue Gäste-Zielgruppen werden durch o.g. Verbesserungen der Infrastruktur und der Themenausrichtung erschlossen

Radtourismus & Mountainbike

- Der Landkreis profiliert sich mittelfristig als touristische Radregion
- bisherige Infrastruktur wird ständig optimiert und durch zusätzliche Marketingmaßnahmen aufgewertet
- Optimierung des Qualitätsmanagements
- internationale Ausrichtung des Radangebots
- Neue Gäste-Zielgruppen werden durch o.g. Verbesserungen der Infrastruktur und der Themenausrichtung erschlossen

Auslandstourismus, Grenzüberschreitender Tourismus

- Bei der Einrichtung der touristischen Infrastruktur und im Marketing für die kreiseigenen Infrastruktureinrichtungen und Tourismusprojekte wird die Ausrichtung auf den ausländischen Gast zukünftig stärker berücksichtigt.
- Der Landkreis beteiligt sich aktiv in den grenzüberschreitenden Gremien zur Förderung des Tourismus und bei der Schaffung einzelner herausragender grenzüberschreitender Tourismusprodukte, die im Rahmen der grenzüberschreitenden Möglichkeiten gemeinsam vermarktet werden.
- Der Anteil der Auslandsgäste im Übernachtungs- und Tagestourismus soll durch die o.g. Maßnahmen weiter gesteigert werden.

Freizeitverkehre/ÖPNV

- Der ÖPNV im Tourismus wird durch KONUS und Freizeitbuslinien des Landkreises weiter gefördert.
- Die bestehenden Freizeitbuslinien werden konsequent weiterentwickelt und vermarktet.
- Neue Freizeitbuslinien werden parallel zu neuen Tourismusangeboten des Landkreises oder der Regionaldestinationen entwickelt.
- Die Verknüpfung von Freizeitbuslinien mit neuen und bestehenden Freizeitangeboten und Pauschalen der Gemeinden und Beherbergungsunternehmen zu Kombiangeboten wird angestrebt und unterstützt.

Wassertourismus

- Der Landkreis unterstützt und fördert die Strukturen bei der Ausrichtung der Hochrheinregion als Freizeitregion für Wassertourismus und Flusswandern (Gremienarbeit, gemeinsames touristisches Informationsmaterial Hochrhein, originelle Einfachunterkünfte).
- Der Aufbau einer wassergebundenen Infrastruktur als Voraussetzung für den Kanutourismus und den Bereich Flusswandern hat dabei Priorität.
- Die Kombination von Flusswandern mit anderen Formen des Langsamverkehrs (Wandern, Radfahren) und dem ÖPNV wird angestrebt und durch den Landkreis koordiniert und unterstützt.
- Neue Gäste-Zielgruppen werden durch die neue Themenausrichtung und durch o.g. Verbesserungen und Ergänzungen der Infrastruktur erschlossen.

Barrierefreier Tourismus

- Der Landkreis greift das Thema nach einer ersten Pilotphase 2009 – 2012 wieder auf.
- Langfristige Weiterentwicklung des Landkreises zur Top-Region für Barrierefreien Urlaub im Schwarzwald
- STG als Vertriebs- und Informationsplattform für Barrierefreien Urlaub optimieren
- Neue Gäste-Zielgruppen werden durch o.g. Verbesserungen der Infrastruktur und der erneuten Themenausrichtung erschlossen.

Gesundheits- und Wohlsein Tourismus

- Der Landkreis unterstützt dieses Urlaubssegment durch die Verknüpfung mit Angeboten aus dem Bereich Gesundheit und Wohlsein mit den zentralen Aktivitätsthemen, z.B. Wandern und Rad/MTB.

Kulturtourismus

- Der Landkreis unterstützt dieses Urlaubssegment durch die Verknüpfung mit Angeboten aus dem Bereich Kultur mit den zentralen Aktivitätsthemen, z.B. Wandern und Rad/MTB.

Winter Tourismus

- Langfristig unterstützt der Landkreis die Gemeinden in den Hochlagen beim Aufbau einer Strategie für alternative und attraktive Winterangebote ohne Schnee.

Weintourismus

- Der Landkreis unterstützt dieses Urlaubssegment durch die Verknüpfung mit Angeboten aus den Bereichen Wein und Bier mit den zentralen Aktivitätsthemen, z.B. Wandern, Rad/MTB und dem Querschnittsthema Kultur.

Innenmarketing

- Innenmarketing wird als zentrales Thema des Landkreistourismus ausgeweitet
- Die Basis der Kommunikation wird verbreitert
- Alle Tourismuspartner werden aktiv in das Netzwerk einbezogen

4.2 Strategie - Organisations- und Kooperationsstrukturen

Die bisherigen Organisations- und Kooperationsstrukturen des Landkreistourismus haben sich innerhalb der letzten Jahre seit dem Strukturwandel der regionalen Tourismusverbände hin zur Schwarzwald Tourismus GmbH ab dem Jahr 2006 mit dem eigenen Schwerpunkt der regionalen Tourismusförderung auf Landkreisebene gebildet und weitgehend bewährt. Hinzu kam eine Intensivierung der grenzüberschreitenden Tourismusarbeit im Rahmen der politischen Gremien entlang des Hochrheins, die inzwischen teilweise sogar verzahnt mit weiteren grenznahen Landkreisen im Schwarzwald erfolgt.

Auf Landkreisebene wurde die Bildung von touristischen Destinationen (FWS, HTG, WS) gefördert und begleitet, die als zentrale Ansprechpartner des Landkreises bei der Planung von Projekten und deren Umsetzung dienen. Diese Kooperationen sollen weiter begleitet und unterstützt werden.

Bei den zentralen Aktivitätsthemen Wandern und Rad/MTB ist der Landkreis zentrale Koordinationsstelle und Projektstelle für die Fernwanderwege. Gleiches gilt beim touristischen Radwegenetz. Bei beiden Aktivthemen sind die Gemeinden und deren Tourismusstellen erste Ansprechpartner des Landkreises. Beide Konstrukte/ Aufteilung sollen auch zukünftig bestehen bleiben.

Wichtige Partner bei der Vermarktung im Bereich Wandern und Rad/MTB sind die STG (PAKT Wandern & Rad) und der Reiseveranstalter Original Schwarzwald. Im Projektmanagement sind der Schwarzwaldverein, der Naturpark und die Forstverwaltung ständige Ansprechpartner.

Zukünftig wird den Beherbergungs- und Freizeitbetrieben im Bereich Innenmarketing und auch bei den Aktivthemen Wandern und Rad eine intensivere Rolle bei der Gestaltung der Landkreisangebote zukommen.

Grundsätzlich soll künftig auch auf externen Sachverstand bei der Ausrichtung neuer Tourismuskonzepte (z.B. Mobilität, Wintertourismus, Barrierefreiheit) zurückgegriffen werden, etwa in Form von gezielt angeforderten Projektarbeiten bei der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Lörrach (DHBW) oder durch Beratungsunternehmen.

In den Kapiteln 4.3 und 5 werden bei den Einzelmaßnahmen nähere Angaben zu den jeweiligen Kooperationsstrukturen gemacht.

4.3 Strategie - Marketing- und Vertriebsstrategie

Die Aufgabe des Landkreises mit höchster Priorität ist es, im Bereich Radtourismus und auch im Wandertourismus - auf zertifizierte Fernwanderwege beschränkt - die touristische Infrastruktur in der Fläche bereitzustellen und über ein entsprechendes Qualitätsmanagement zu koordinieren und zu sichern. Hinzu kommen mittelfristig die Bereiche Barrierefreier Tourismus und Wassertourismus, die zukünftig ebenfalls wie Wandern und Rad/MTB als zentrale bzw. regionale Aktivitätsthemen beim Landkreis geführt und weiterentwickelt werden sollen. Damit können Gemeinden, Beherbergungsbetriebe und Freizeitunternehmen die großflächige Infrastruktur dieser Bereiche für die eigene individuelle Angebotegestaltung nutzen oder einfach ihren Gästen

als Angebot präsentieren. Gleichzeitig stellt der Landkreis den Einwohnern diese Infrastruktur für die persönliche Freizeitgestaltung zur Verfügung.

Im Rahmen des Schwerpunktthemas Wandern sind weitere Produktentwicklungen oder –optimierungen geplant (Schluchtensteig, Albsteig, Wolfswege Schwarzwald). Gleiches gilt für das Schwerpunktthema Rad/MTB, bei dem neben dem allgemeinen touristischen Radstreckennetz auch das kreisweite beschilderte Rundroutennetz „RouteWT“ mit 14 Touren hin zu einem eigenen Radprodukt weiterentwickelt wird.

Marketing und Vertrieb werden hier, gemeinsam mit den noch aufzubauenden Themenbereichen Wassertourismus und Barrierefreier Tourismus, nur bei bestimmten Projekten und jeweils in Kooperation mit den Gemeinden, weiteren Vertriebspartnern und der STG wahrgenommen. Im Bereich Auslandstourismus & Grenzüberschreitender Tourismus finden Marketing- und Vertriebsaktivitäten nur in sehr begrenztem Umfang für die wenigen gemeinsam erstellten Projekte statt, wobei hier der Vertrieb im Bereich der Rako hauptsächlich von den Marketingorganisationen STG und SHLT übernommen werden. Weitere Details zu den Kooperationspartnern finden sich bei den jeweiligen Handlungsfeldern und Einzelmaßnahmen in Kap. 5.

5. Handlungsfelder/ Maßnahmenkatalog

Bei den folgenden Einzelmaßnahmen werden bisherige Maßnahmen und Tätigkeiten in den einzelnen Themenfeldern (Situationsanalyse, Kap. 2.3) nicht nochmals aufgeführt. Bewährtes wird weitergeführt und optimiert. Mit den zusätzlichen Maßnahmen sollen die Attraktivität der Gemeinden und Ferienregionen im Landkreis WT gestärkt und die bisherigen Projekte noch besser in Wert gesetzt werden. Kostenangaben bei einzelnen Maßnahmen sind nur grobe Schätzungen und als erste Orientierung gedacht. Die Kosten können sich je nach Projektbeteiligungen und Umfang des Projekts ändern.

5.1 Wandertourismus

Seit seiner Eröffnung 2008 hat sich der Schluchtensteig zu einem der bekanntesten Fernwanderwege Deutschlands entwickelt. Das Wanderangebot wurde durch die Gemeinden mit den Schwarzwälder Genießerpfaden, die ebenso wie der Schluchtensteig mit einem Qualitätszertifikat ausgezeichnet sind, erweitert. Zudem wurde eine Qualitätsinitiative „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ (Ziel: mehr wanderfreundliche Unterkünfte) erfolgreich abgeschlossen. (Mehr dazu ab Seite 16). Aufgrund der Bedeutung eines qualitativ hochwertigen Wandertourismus für den Landkreis Waldshut hat der Kreistag beschlossen, dass regionale, zertifizierte Fernwanderwege zukünftig im Landratsamt Waldshut, Amt für Wirtschaftsförderung/Tourismus koordiniert und betreut werden. Wandern ist ebenfalls bei der Schwarzwald Tourismus GmbH das Profilthema Nr. 1! Der Urlaubs- und Freizeitmarkt Wandern wird sich auch künftig als stabiles Marktsegment zeigen und weiter entwickeln.[19]

[19] Grundlagenuntersuchung Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern, BMWi (2010)

*) **Priorität** • kurzfristig bis ca. 2018 •• mittelfristig bis ca. 2020 ••• langfristig ab ca. 2020

WANDERTOURISMUS Maßnahme	Kooperationspartner zur Umsetzung	Prio-rität *)	Kosten geschätzt	Finanzierung	Bemerkungen
Überdachte Rastplätze am Schluchtensteig	Fondsgemeinden, Naturschutz, Holzbetrieb, Naturpark	•	8.000 pro Bank	Gemeinden, evtl. Naturparkförderung	Umfragen zeigen Bedarf
Wild Camping Plätze	HTG, Naturschutz, Wutachranger, Fondsgemeinden	••		Gemeinden, evtl. Naturparkförderung	Pilotprojekt am Schluchtensteig, adaptierbar auf Albsteig/ Wolfssteig
Wanderflyer für Gemeinden und Beherbergungsbetriebe	Übersetzer (STG), STG, Naturpark?	•	jeweils 5000	jeweiliger Fonds	Streumedium , dreisprachig, hohe Auflage Schluchtensteig, Albsteig, Wolfssteig (jeweils Übersichtskarte mit Kurzinfos)
Auslandsmarketing	Top Trails of Germany, STG,	•		Top Trails	Schluchtensteig (Presse-, Social Media, Blogger)
Schluchtensteig: Entwicklung und Zertifizierung als Quality Trail of Europe	SWV, DWV	•••	5.000	Schluchtensteigfonds	Voraussetzung Mehrsprachigkeit
Kooperationspartner gewinnen und stärker miteinbinden	Beherbergungs- und Freizeitbetriebe, Sportgeschäfte, regionale Vermarkter, Landkreise	•		Schluchtensteigfonds	Austauschgremium, Verbesserung des Netzwerks
Schluchtensteig: Klettersteig Wehraschlucht	Planungsbüro, Forst, SWV, Bergwacht, Todtmoos, Wehr	•••			Attraktivitätssteigerung
Albsteig: Eröffnung	Tour Konzept, Gemeinden, Schwarzwaldverein, Naturschutz, Forst, Beherbergungsbetriebe, Aufwind GmbH, Webagentur	•		Albsteigfonds	Beschilderung, Zertifizierung, Marketing (Infoportale, Thementafeln, Printprodukte, Internet, Social Media)

*) **Priorität** • kurzfristig bis ca. 2018 •• mittelfristig bis ca. 2020 ••• langfristig ab ca. 2020

WANDERTOURISMUS Maßnahme	Kooperationspartner zur Umsetzung	Prio-rität *)	Kosten geschätzt	Finanzierung	Bemerkungen
Albsteig: Albkanal-Projekt entwickeln und umsetzen	Albbruck, Naturschutz, Denkmalschutz, Eigentümer Karl Gruppe, proEco, Tour Konzept,	••	350.000	Landkreis, Gemeinden, NPSS	Attraktivitätssteigerung
Albsteig: Qualitätsmanagement einführen	Forst, Schwarzwaldverein	•	75 pro Umleitungstafel	Albsteigfonds	Umleitungsmanagement, Beschilderung
Wolfssteig: Eröffnung	Tour Konzept, Gemeinden, Schwarzwaldverein, Naturschutz, Forst, Beherbergungsbetriebe, Marketingagentur, Webagentur	•		Wolfssteigfonds	Unterhalt touristische Straßenbeschilderung
Wolfssteig: Qualitätsmanagement einführen	Forst, Schwarzwaldverein	•	75 pro Umleitungstafel	Wolfssteigfonds	Umleitungsmanagement, Beschilderung
Wolfssteig: landes- und bundesweite „Vermarktung“ des Wolfsprojekts	TMBW, STG, Gemeinden, Presse	•		Wolfssteigfonds	Presse- und ÖA
Wolfssteig: zusätzliche Infoportale in Höchenschwand und Wildgehege WT	Höchenschwand, Waldshut-Tiengen, Marketingagentur	•		Wolfssteigfonds NPSS	
Glasträgerweg (digital) reaktivieren	Gemeinden, SWV, Landkreise	•••		Landkreise	Digitalisierung, Aufwertung, ggfs. Neubeschilderung
3Welten Wanderweg	Rako, Gemeinden	•		Randenkommission	grenzüberschreitende Broschüre iVm Kulinarik

*) **Priorität** • kurzfristig bis ca. 2018 •• mittelfristig bis ca. 2020 ••• langfristig ab ca. 2020

5.2 Rad & Mountainbike Tourismus

Das 2012 neu entwickelte touristische Radroutennetz des Landkreises ist die Basis für neue Radkonzepte der Gemeinden und des Landes. 15 Radrundtouren wurden innerhalb dieses Projekts ausgeschildert, inzwischen verlaufen fünf Radfernwege durch den Landkreis (Mehr dazu ab Seite 19). Neben den Tourismusrouten wurden im Radverkehrskonzept des Landkreises neue und schnelle Pendlerrouten als Alternativen für Schüler, Berufstätige und den Alltagsradverkehr ausgewiesen. Damit werden die touristischen Routen entlastet und bleiben für die Radtouristen attraktiv.

RADTOURISMUS Maßnahme	Kooperationspartner zur Umsetzung	Priorität *)	Kosten geschätzt	Finanzierung	Bemerkungen
Projekt Bike & Ride Radboxen an der B500	Abt. Nahverkehr, Gemeinden, Planungsbüro	•	73.000	9.000 Anteil Tourismus	abhängig von Gemeindebeschluss, Installation, Tourismus Nutzungskonzept, Marketing
RouteWT: Attraktivitätssteigerung/ Weiterentwicklung/ bessere Vermarktung	Landwirtschaftsamt, Nahverkehr, Regionalvermarkter, Handwerksbetriebe, Sportgeschäfte, Gemeinden, Destinationen, evtl. DHBW LÖ Projekt	•	9.000	Kosten nur für Marketing, keine Neutrassierung/ -beschilderung	in Verbindung mit Regionalvermarktung, evtl. zusammen mit Flyer Bike&Ride
Förderung originelle Einfachunterkünfte für Radtouristen	Beherbergungsbetriebe, Naturpark?	••	30.000	Landkreis, Gemeinden, Vermieter	Voraussetzung Unterkunft wird nur Gästen für Kurzaufenthalt angeboten
Qualitätsmanagement Radwegebeschilderung, -kontrolle verbessern (sowohl Jahreskontrolle als auch bei Baustellenumleitungen)	Outdooractive, Planungsbüro VIA Köln, Lkr.- Qualitätsbeauftragter, Gemeinden, Amt 42, Bauunternehmen	••	5.000 ca. 75 pro Umleitungstafel	Kosten Standortmanager Einrichtung, + 200,- € monatl. (2.400,- € jährlich)	Arbeitsschritte vereinfachen, Umleitungsmanagement verbessern

*) **Priorität** • kurzfristig bis ca. 2018 •• mittelfristig bis ca. 2020 ••• langfristig ab ca. 2020

RADTOURISMUS Maßnahme	Kooperationspartner zur Umsetzung	Prio-rität *)	Kosten geschätzt	Finanzierung	Bemerkungen
Zertifizierte Routen (ADFC) Koordinierung des Qualitätsprozesses	STG, TMBW, Gemeinden, Lkr.- Qualitätsbeauftragter	●		Eigener Personaleinsatz	
Flyer Radrundrouten RouteWT für Gemeinden und Beherbergunsbetriebe	Übersetzungsbüro, STG	●	6.000		Streumedium, dreisprachig, hohe Auflage
Kooperationspartner gewinnen und stärker miteinbeziehen	Beherbergungsbetriebe, regionale Vermarkter, Fahrradbetriebe/ Sportgeschäfte	●		Eigener Personaleinsatz	
Mountainbike Infrastrukturverbesserung	NPSS	●●			Koordination Landkreis
Thema MTB - Vermarktung über bekannte Persönlichkeiten	Sabine Spitz, Helen Grobert, FWS, Gemeinden, STG				Da der Landkreis keine Marketing-Organisation ist, könnte die FWS das Thema in ihre Marketingaktivitäten aufnehmen

5.3 Auslandstourismus und Grenzüberschreitender Tourismus

Die Anzahl der Gästeankünfte und Übernachtungen aus dem Ausland ist in den vergangenen Jahren stetig gestiegen. Im Landkreis Waldshut beträgt der Anteil an Übernachtungen, die von ausländischen Gästen generiert wurden, inzwischen 21,5 Prozent, schwarzwaldweit sogar 24,9 Prozent. Von diesen Gästegruppen prognostiziert man auch zukünftig enorme Wachstumspotenziale. Ziel ist es, den Anteil der Ankünfte mittelfristig auf 28 Prozent zu erhöhen.

AUSLANDSMARKETING Maßnahme	Kooperationspartner zur Umsetzung	Prio-rität *)	Kosten geschätzt	Finanzierung	Bemerkungen
Projektwebseiten mehrsprachige anlegen (Albsteig, Wolfswege usw.)	Webagentur	●		Projektfonds, Eigener Personaleinsatz	Übersetzungsstool Google o.a.

*) **Priorität** ● kurzfristig bis ca. 2018 ●● mittelfristig bis ca. 2020 ●●● langfristig ab ca. 2020

AUSLANDSMARKETING Maßnahme	Kooperationspartner zur Umsetzung	Priorität *)	Kosten geschätzt	Finanzierung	Bemerkungen
Mehrsprachige Printprodukte zu den Themen Wandern Rad	Übersetzungsbüro (evtl. STG), Naturpark	●●		z.T. Projektfonds, Eigener Personaleinsatz	Streumedium für Gemeinden und Beherbergungsbetriebe
mehrsprachige Zusatzinformation wie Landschaftsinterpretation, Gästeanschreiben und Grundlagenmaterial für Öffentlichkeitsarbeit	Übersetzungsbüro (evtl. STG)	●●		Eigener Personaleinsatz	

5.4 ÖPNV/ Freizeitverkehre/ KONUS

Die bereits bestehenden, umweltschonenden und auf Nachhaltigkeit ausgerichteten acht Freizeitverkehre sollen weiter verbessert und projektbezogen ausgebaut werden. Somit wird die Gesamtattraktivität der Region sowohl für die Bevölkerung als auch für die touristische Nachfrage zukunftsgerecht weiterentwickelt. In 17 Landkreisgemeinden können Gäste die KONUS-Gästekarte erhalten, mit der sie schwarzwaldweit kostenlose Fahrten mit dem ÖPNV unternehmen können (s. auch S. 25).

ÖPNV / FREIZEITVERKEHRE Maßnahme	Kooperationspartner zur Umsetzung	Priorität *)	Kosten geschätzt	Finanzierung	Bemerkungen
KONUS Nord Fahrplanflyer erstellen	Abt. Nahverkehr, SBG, WTV, Marketingagentur, Druckerei	●	2.500		Bereich St. Blasien, Schluchsee, Feldberg, Titisee
Albsteig Fahrplanflyer für einzelne Tagesetappen erstellen	Abt. Nahverkehr, SBG, WTV, Marketingagentur, Druckerei	●		evtl. SBG, sonst Fonds	
Albsteig Fahrplanflyer für Rücktransfer erstellen	Abt. Nahverkehr, SBG, WTV, Marketingagentur, Druckerei	●		über Albsteigfonds	
Wolfsteig Fahrplanflyer erstellen	Abt. Nahverkehr, SBG, WTV, Marketingagentur, Druckerei	●		evtl. SBG, sonst Fonds	evtl. gekoppelt mit Albsteig-Fahrplan

*) **Priorität** ● kurzfristig bis ca. 2018 ●● mittelfristig bis ca. 2020 ●●● langfristig ab ca. 2020

ÖPNV / FREIZEITVERKEHRE Maßnahme	Kooperationspartner zur Umsetzung	Priori-tät *)	Kosten geschätzt	Finanzierung	Bemerkungen
Bike&Ride Fahrplanflyer erstel-len	Abt. Nahverkehr, SBG, WTV, Marketingagen-tur, Druckerei	●		WTV, Nahver-kehr?	evtl. zusammen mit Radbusflyer und RouteWT
Sauschwänzlebahn, Fahrten bis zum Hochrhein	Abt. Nahverkehr, Bahnbetriebe Blumberg GmbH & Co. KG	●●			
Barrierefreie Bahnhöfe am Hoch-rhein **Niederflurbusse und Haltestellen**	Abt. Nahverkehr, DB	●● ●●●		eigener Perso-naleinsatz	kommunizieren und koordinieren
Fahrradmitnahme in der Bahn	Abt. Nahverkehr, DB, STG, HRK	●●			kostenlos, wie im LK Lörrach

5.5 Wassertourismus

Als wassertouristische Ferienregion tritt der Hochrhein für den Gast nach außen kaum in Erscheinung: Die notwendigen Informationen werden oftmals nur unübersichtlich kommuniziert und sind teilweise nicht einmal in der Region selbst bekannt. Die enorme Bedeutung des Wassertourismus als Standort- und Wirtschaftsfaktor wird noch unterschätzt (Mehr dazu ab Seite 22.). Erste Erfolge des ERH-Interregprojekts sind sichtbar, indem Gemeinden den Wassertourismus am Hochrhein als Chance für eine Alleinstellung begreifen und weiterverfolgen wollen. Die Infrastruktur für Kanutourismus und Flusswandern soll deshalb in der Hochrheinregion langfristig ausgebaut werden.

WASSERTOURISMUS Maßnahme	Kooperationspartner zur Umsetzung	Priori-tät *)	Kosten geschätzt	Finanzierung	Bemerkungen
Netzwerk Hochrhein weiterfüh-ren, ausbauen	HRK, Gemeinden, Ka-nuanbieter	●		Eigener Personaleinsatz	Federführung HRK
Kanuwanderkarte Hochrhein	HRK, Gemeinden, Ka-nuanbieter, Verlag	●			Verlagsprodukt in Kooperation mit HRK

*) **Priorität** ● kurzfristig bis ca. 2018 ●● mittelfristig bis ca. 2020 ●●● langfristig ab ca. 2020

WASSERTOURISMUS Maßnahme	Kooperationspartner zur Umsetzung	Priorität *)	Kosten geschätzt	Finanzierung	Bemerkungen
Schulung Counterkräfte am Hochrhein	HRK, Gemeinden	●			2016 erstmals in Kooperation mit Rako
ERH-Flyer aktualisieren und neu auflegen	HRK, Gemeinden, Kanuanbieter	●		über HRK	Kanuführer, Radroute Hochrhein, Burgen
Webseite Hochrhein für Nutzer	HRK, Gemeinden, WSW, Hotels, Freizeitunternehmen	●			Hochrhein ist und wird keine eigene Destination
Wassergebundenes Informationssystem für Flusswanderer (Webseite, Infotafeln, Verkehrszeichen)	HRK, Gemeinden, Kanuanbieter	●●	25.000	Gemeinden, Landkreis, Förderung	Nur sinnvoll als Kooperationsprojekt am gesamten Hochrhein
Initiierung von Kombiangeboten im Langsamverkehr (Kanu, Wandern, Rad, ÖPNV)	HRK, Gemeinden, Kanuanbieter	●			
Wassergebundene Infrastruktur für Kanutourismus und Flusswandern z.B. Bootsstege, Anlegestellen, Zeltplätze	HRK, Gemeinden, Kanuanbieter	●●●			Nur sinnvoll als Kooperationsprojekt am gesamten Hochrhein
Initiierung und Förderung von alternativen Übernachtungsmöglichkeiten für Flusswanderer und Radwanderer (Zollhäuschen, Fasshotel, usw.)	HRK, Gemeinden, NPSS	●●	30.000	Konfinanzierung Gemeinden, Landkreis, Vermieter	Förderprogramm und Wettbewerb ausschreiben (als Maßnahme zur Entschärfung der Monteurproblematik langfristig vermieteter Gästeunterkünfte)

5.6 Barrierefreier Tourismus

Das Landratsamt, Amt für Wirtschaftsförderung/Tourismus, hat zuletzt im Bereich Barrierefreier Tourismus verschiedene Initiativen zur Bewusstseinsbildung bei den touristisch Verantwortlichen und zur Qualifizierung von Betrieben und Freizeiteinrichtungen durchgeführt. Eigene Erhebungen der barrierefreien Restaurants und Gaststätten (Liste im Internet) und die Auflage eines Katalogs mit konkreten Reiseangeboten für weitgehend barrierefreie Genießertouren im Landkreis stehen der Öffentlichkeit zur Verfügung (s. auch

*) **Priorität** ● kurzfristig bis ca. 2018 ●● mittelfristig bis ca. 2020 ●●● langfristig ab ca. 2020

Seite 21). Die Zielgruppe der Menschen mit eingeschränkter Mobilität, z.B. Seh- und Hörbehinderte, Rollstuhlfahrer, aber auch Familien mit Kinderwagen usw., umfasst ca. ein Drittel der Gesamtbevölkerung! Der Landkreis Waldshut sollte sein Potential nützen und diese bei uns im Moment noch wenig umworbene Zielgruppe für sich gewinnen. Die Region könnte damit gleichzeitig durch eine barrierefreie Gestaltung der Urlaubsangebote und der Infrastruktur auch einen Mehrwert für die einheimische Bevölkerung schaffen.

BARRIEREFREIER TOURISMUS Maßnahme	Kooperationspartner zur Umsetzung	Priorität *)	Kosten geschätzt	Finanzierung	Bemerkungen
Aktuelle Erfassung und Zusammenstellung der barrierefreien Unterkünfte, Restaurants und Freizeitangebote. Listen auf Webseite Landkreis zum Herunterladen.	Gemeinden, Beherbergungsbetriebe, Restaurants, Freizeitunternehmen	●		Eigener Personaleinsatz	
Aktualisierung und Nachdruck der Broschüre Genießerausflüge für ALLE	Gemeinden, Beherbergungsbetriebe, Restaurants, Freizeitunternehmen	●	7.000		Kofinanzierung NPSS
STG als Vertriebs- und Infoplattform optimieren	STG, NPSS	●			Barrierefreier Urlaub ist kein STG-Aktivitätsthema
Ziel: In jeder Gemeinde existiert oder entsteht eine Barrierefreie Freizeitmöglichkeit. Projekte zur Umsetzung im Rahmen eines Förderprojekts ermitteln und umsetzen	Gemeinden	●● ●●●		Gemeinden, Förderung NPSS	Projektarbeit als Grundlage beauftragen

*) **Priorität** ● kurzfristig bis ca. 2018 ●● mittelfristig bis ca. 2020 ●●● langfristig ab ca. 2020

BARRIEREFREIER TOURISMUS Maßnahme	Kooperationspartner zur Umsetzung	Priori-tät *)	Kosten geschätzt	Finanzierung	Bemerkungen
Landkreis Waldshut als Ferien-region für Barrierefreien Urlaub marketingstrategisch aufbauen.	Gemeinden, Beherber-gungsbetriebe, Restau-rants, Freizeitunter-nehmen, STG, NPSS, Fachverbände	●● ●●●		Eigener Personaleinsatz	Projektarbeit als Grundlage beauftra-gen
Barrierefreie Bahnhöfe am Hoch-rhein **Niederflurbusse und Haltestellen**	Abt. Nahverkehr, DB	●●● ●●		eigener Perso-naleinsatz	kommunizieren und koordinieren

5.7 Gesundheits- und Wohlsein Tourismus

Direkte Unterstützungsmöglichkeiten sind für den Landkreis nur in sehr geringem Umfang möglich. Regionalspezifische Inhalte des Gesundheits-/ und Wohlsein Tourismus werden als Querschnittsthema bei anderen Aktivthemen eingebracht und berücksichtigt.

GESUNDHEITS- & WOHLSEIN-TOURISMUS Maßnahme	Kooperationspartner zur Umsetzung	Prio-rität *)	Kosten geschätzt	Finanzierung	Bemerkungen
Erfassung und Aufbereitung der entsprechenden Angebote zur Platzierung und Vermarktung in den jeweiligen Aktivthemenbe-reichen und für die Öffentlich-keitsarbeit	Gemeinden, Gesund-heits- und Wohlseinbe-triebe	●		Eigener Personaleinsatz	Sehr geeignet sind die Bereiche Wan-dern, Rad, Kultur und Wein

5.8 Kulturtourismus

Direkte Unterstützungsmöglichkeiten sind für den Landkreis nur in sehr geringem Umfang möglich. Regionalspezifische Inhalte des Kulturbereichs werden als Querschnittsthema bei anderen Aktivthemen eingebracht und berücksichtigt.

*) **Priorität** ● kurzfristig bis ca. 2018 ●● mittelfristig bis ca. 2020 ●●● langfristig ab ca. 2020

KULTURTOURISMUS Maßnahme	Kooperationspartner zur Umsetzung	Prio-rität *)	Kosten geschätzt	Finanzierung	Bemerkungen
Erfassung und Aufbereitung der entsprechenden Angebote zur Platzierung und Vermarktung in den jeweiligen Aktivthemenbereichen und für die Öffentlichkeitsarbeit	Gemeinden, Kultureinrichtungen	●		Eigener Personaleinsatz	Sehr geeignet sind die Bereiche Barrierefreier Tourismus und Weintourismus
Burgen & Schlössertage	VAS, Gemeinden, Geschichtsvereine			Eigener Personaleinsatz	Grenzüberschreitende Veranstaltung, ab 2018 regelmäßig geplant
VIA Habsburg	STG, Gemeinden	●		Eigener Personaleinsatz	Zuständigkeiten und Fortsetzung des Projekts klären
Jakobsweg	SWV, Gemeinden	●		Eigener Personaleinsatz	Zuständigkeiten und Fortsetzung des Projekts klären

5.9 Wintertourismus

Obwohl die Gegebenheiten für den Wintersport durch den Klimawandel nicht optimal sind, ist er in einigen wenigen Gemeinden des Landkreises immer noch ein touristisch sehr wichtiges Standbein. Für die nicht schneesicheren Wintergemeinden und generell für schneearme Winter ist eine Ganzjahresstrategie mit schneeunabhängigen Themen daher sinnvoll.

WINTERTOURISMUS Maßnahme	Kooperationspartner zur Umsetzung	Prio-rität *)	Kosten geschätzt	Finanzierung	Bemerkungen
Erfassung und Aufbereitung alternativer, schneeunabhängiger Infrastruktur und Freizeitmöglichkeiten im Wintertourismus	Gemeinden Freizeiteinrichtungen	●		Eigener Personaleinsatz	

*) **Priorität** ● kurzfristig bis ca. 2018 ●● mittelfristig bis ca. 2020 ●●● langfristig ab ca. 2020

WINTERTOURISMUS Maßnahme	Kooperationspartner zur Umsetzung	Priorität *)	Kosten geschätzt	Finanzierung	Bemerkungen
Projektvorschläge zur Gestaltung von alternativen „Sauwetterangeboten“	Gemeinden Beherbergungsbetriebe Freizeiteinrichtungen	••		Eigener Personaleinsatz	
Verkehrsprojekte Feldberg - Beteiligung (Parkplätze, Verkehrsleitsystem, Park & Ride)	Landkreis LÖ, BH Gemeinden Liftverbund Feldberg sind Ko-Finanzierer	•	5.000		Verlängerung des bestehenden Projekts. Kommt auch dem Wandertourismus zugute (Albsteig)
Vermarktung über bekannte Personen	Steffi Böhler, FWS				Da der Landkreis keine Marketingorganisation ist, sollte das die FWS in ihre Marketingaktivitäten aufnehmen

5.10 Weintourismus

Direkte Unterstützungsmöglichkeiten sind für den Landkreis nur in sehr geringem Umfang möglich. Regionalspezifische Inhalte zum Thema Wein (auch Bier, Kulinarik) werden als Querschnittsthema bei anderen Aktivthemen eingebracht und berücksichtigt.

WEINTOURISMUS Maßnahme	Kooperationspartner zur Umsetzung	Priorität *)	Kosten geschätzt	Finanzierung	Bemerkungen
Erfassung und Aufbereitung der entsprechenden Angebote zur Platzierung und Vermarktung in den jeweiligen Aktivthemenbereichen und für die Öffentlichkeitsarbeit	Gemeinden, Winzerbetriebe, Brauereien	•		Eigener Personaleinsatz	Sehr geeignet sind die Bereiche Wandern und Rad sowie Kultur
Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen des STG-Marketings und der Int. Weinregion Bodensee	Int. Weinregion Bodensee, STG, Gemeinden, Winzerbetriebe	•		Eigener Personaleinsatz	

*) **Priorität** • kurzfristig bis ca. 2018 •• mittelfristig bis ca. 2020 ••• langfristig ab ca. 2020

5.11 Innenmarketing

Mitarbeiterschulungen und Fach- und Austauschgremien mit den Tourismusexperten der Gemeinden, Landkreise und touristischen Arbeitskreisen werden bereits erfolgreich durchgeführt (s. ab Seite 36.). Das Innenmarketing wird als wichtiges und zentrales Thema ausgeweitet und verstärkt in die Öffentlichkeit getragen. Die Basis der Kommunikation in der regionalen Tourismusbranche wird verbreitert. Partner des Tourismus in der regionalen Wirtschaft werden in das Netzwerk einbezogen. Zentrale Aktivitäten der STG werden aktiv in der Kommunikation und Durchführung unterstützt und durch eigene Maßnahmen ergänzt.

INNEMARKETING Maßnahme	Kooperationspartner zur Umsetzung	Prio-rität *)	Kosten geschätzt	Finanzierung	Bemerkungen
Touristische Ortsberatung (TOB) Unterstützung der STG	Gemeinden STG	●		Eigener Personaleinsatz	
Natürlicher Dorfurlaub (NaDu) Unterstützung der STG	Gemeinden STG	●●		Eigener Personaleinsatz	
Tourismustag und Fachexkursionen als öffentliche Austauschplattform für Tourismuspartner und Wirtschaftsunternehmen im Landkreis	Gemeinden, Touristiker, Beherbergungsbetriebe, Freizeitunternehmen, DB BW	●	2.000		ggfs. Referentenhonorare
Freizeitkarte für den Landkreis	Verlag, Gemeinden, Touristiker, Beherbergungsbetriebe, Freizeitunternehmen	●		Eigener Personaleinsatz	Verlagsprodukt
POIs in GIS Geoportal übernehmen und über Webseite Landkreis zugänglich machen als Ergänzung zu bisherigen Downloads	Gemeinden, Touristiker, Amt 24	●		Eigener Personaleinsatz	Mögl. Themen: Hütten Barrierefreie Freizeiteinrichtungen Wohnmobilstellplätze Grillplätze usw.

*) **Priorität** ● kurzfristig bis ca. 2018 ●● mittelfristig bis ca. 2020 ●●● langfristig ab ca. 2020

INNEMARKETING Maßnahme	Kooperationspartner zur Umsetzung	Prio-rität *)	Kosten geschätzt	Finanzierung	Bemerkungen
Kurzer Tourismusjahresbericht und Bereitstellung von Marktforschungsdaten		•		Eigener Personaleinsatz	Wird in den Statistikbericht integriert
Klassifizierungen und Qualifizierungen fördern	Gemeinden, Touristiker, Beherbergungsbetriebe, Freizeitunternehmen	••		Eigener Personaleinsatz	Ggfs. Förderprogramm als Anreiz und Anschub
Netzwerk Biosphärengebiet	Partner aus dem Biosphärengebiet, Geschäftsstelle	•		Eigener Personaleinsatz	Koordination

*) **Priorität** • kurzfristig bis ca. 2018 •• mittelfristig bis ca. 2020 ••• langfristig ab ca. 2020

Anhang

- Eckwerte zur Tourismusentwicklung im Landkreis 2015
- Auswertung der Online-Umfrage zu den Unterzielen des Strategiekonzepts

Anhang 1: Eckwerte zur Tourismusentwicklung im Landkreis Waldshut 2015

Übersicht
Eckwerte zur Tourismusentwicklung im Gesamtgebiet[1)]

			Veränderung 2014/2015	
	2014	2015	Anzahl	%
Gästeankünfte insgesamt:	**478.017**	**496.429**	**18.412**	**3,9**
Davon in....				
▬ Betrieben ab 10 Betten	392.490	**413.355**	20.865	5,3
▬ Betrieben bis einschl. 9 Betten	85.527	**83.074**	-2.453	-2,9
Davon in....[6)]				
▬ Hotels, Gasthöfen, Pensionen	274.878	**286.460**	11.582	4,2
▬ Privatzimmern	4.827	**3.803**	-1.024	-21,2
▬ Ferienwohnungen [2)]	83.795	**82.759**	-1.036	-1,2
▬ Kinder- + Erholungsheimen	12.101	**13.953**	1.852	15,3
▬ Hütten + Jugendherbergen	21.317	**16.590**	-4.727	-22,2
▬ Sanatorien, Vorsorge- + Rehakliniken	23.449	**24.072**	623	2,7
▬ Campingplätzen	25.829	**37.014**	11.185	43,3
Übernachtungen insgesamt:	**2.064.186**	**2.129.618**	**65.432**	**3,2**
Davon in.... [6)]				
▬ Betrieben ab 10 Betten	1.570.648	**1.600.384**	29.736	1,9
▬ Betrieben bis einschl. 9 Betten	493.538	**529.234**	35.696	7,2
Davon in....				
▬ Hotels, Gasthöfen, Pensionen	745.554	**774.470**	28.916	3,9
▬ Privatzimmern	18.860	**19.528**	668	3,5
▬ Ferienwohnungen [2)]	524.152	**545.117**	20.965	4,0
▬ Kinder- + Erholungsheimen	36.935	**42.566**	5.631	15,2
▬ Hütten + Jugendherbergen	56.839	**43.025**	-13.814	-24,3
▬ Sanatorien, Vorsorge- + Rehakliniken	518.122	**502.699**	-15.423	-3,0
▬ Campingplätzen	89.022	**117.285**	28.263	31,7
Aufenthaltsdauer (in Tagen)	4,293	**4,290**	-0,003	-0,071
Übernachtungsanteil ausländischer Gäste (%)	23,8	**21,5**	-2,3	
Übernachtungen ausländischer Gäste absolut	490.576	**457.762**	-32.814	-6,7
Bettenangebot	20.642	**21.658**	1.016	4,9
Bettenauslastung (%) [3)]	28,1	**27,3**	-0,8	-2,7
Bettenauslastung (Tage)	92	**92**	0,0	0,0
Anzahl der Tourismusbetriebe [4)]	3.276	**3.808**	532	16,2
Tourismusintensität [5)]	12.525	**12.819**	294	2,3
Touristische Wertschöpfung Lkr. Waldshut	**208.883.819**	**212.815.022**	3.931.203	1,9

Erläuterungen:
[1)] Einzelheiten können dem Statistikband Landkreis WT 2015 entnommen werden.

[2)] Neu Berechnungsgrundlage Zweitwohnungen

[3)] Zahl der Belegtage x 100/340 Tage (ohne Campingplätze).

[4)] Gewerbliche u. private Betriebe u. Vermieter

[5)] Übernachtungen / 1000 Einwohner

[6)] Werte der Stadt Waldshut-Tiengen sind nur in der Gesamtsumme enthalten.
Aufschlüsselung nach Betriebsarten (Hotels, priv.Z., Fewos und Camping) 2015 nicht möglich

Anhang 2: Auswertung der Online-Umfrage zu den Unterzielen des Strategiekonzepts

TOURISMUSSTRATEGIE - ZIELE bis 2020 Online-Umfrage Gemeinden und Touristiker Juni 2016	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**Durch-schnitt**
Wandertourismus Der Landkreis steht schwarzwaldweit in der obersten Liga im Wandertourismus (Qualität der Wege, Infrastruktur, zeitgemäße Vermarktung)	1	0	1	7	18	**4,52**
Freizeitverkehre/ÖPNV Ausbau der touristischen Angebote im Freizeitverkehr unterstützen und koordinieren	0	0	4	9	14	**4,37**
Radtourismus Die bestehende Radwegbeschilderung und die 15 Radrundtouren sollen aufgewertet werden (Verbesserung der Trassenführung, Aufwertung der Vermarktung, Gemeinden sollen Touren mitvermarkten	0	2	5	7	13	**4,15**
Auslandstourismus Zahl der ausländischen Gäste steigern (Mehrsprachigkeit auf Flyern, Prospekten, Infotafeln umsetzen)	0	3	7	10	6	**3,73**
Innenmarketing Tourismustag mit wechselnden Interessengruppen 1x im Jahr (Themenvorschläge: Marke Schwarzwald, Branding, Kooperation mit der Wirtschaft, Storytelling, Prospektbörse und neue Vorzeigebeispiele aus Hotellerie, Gastronomie und Freizeitunternehmen usw)	0	2	11	8	6	**3,67**
Barrierefreier Tourismus Naturpark und STG als Vermarktungsebene aktivieren, vermarktbare Angebote definieren	0	6	8	9	4	**3,41**
Gesundheits- und Wohlsein Tourismus Unterstützung im Rahmen des STG Marketings	1	4	8	8	4	**3,40**
Wassertourismus Koordination und Förderung beim Aufbau einer wassergebundenen Infrastruktur, Koordination von grenzüberschreitenden Kombiangeboten (Rad + Kanu + ÖPNV)	1	4	8	4	5	**3,36**
Wintertourismus Alternative Infrastrukturmaßnahmen und Freizeitangebote für Schneeunsicherheit unterstützen	4	4	5	2	9	**3,33**
Weintourismus Unterstützung der Winzergemeinden und Winzerbetriebe im Rahmen des STG Marketings	5	4	4	3	2	**2,61**

Glossar

Bed&Bike

Fahrradfreundliche Gastbetriebe, die das Bett+Bike-Qualitätssiegel des ADFC tragen, haben sich auf die spezifischen Wünsche und Anforderungen Rad fahrender Gäste besonders gut eingestellt. Dazu zählen unter anderem:

- Aufnahme von Rad fahrenden Gästen auch für nur eine Nacht
- Abschließbarer Raum zur unentgeltlichen Aufbewahrung der Fahrräder über Nacht (möglichst ebenerdig, z. B. Garage)
- Raum zum Trocknen für Kleidung und Ausrüstung (z. B. Trockenraum, Waschkeller, Boden etc.)
- Angebot eines vitamin- und kohlehydratreichen Frühstücks oder einer Kochgelegenheit
- Aushang, Verleih oder Verkauf von regionalen Radwanderkarten und Radwanderführern, Bahn- und Busfahrplänen und ggf. Schiffs- und Fährangeboten
- Bereitstellen eines Fahrrad-Reparatursets mit den wichtigsten Werkzeugen für einfache Reparatur- und Wartungsarbeiten
- Information über Lage, Öffnungszeiten und Telefonnummern der nächsten Fahrradreparaturwerkstätten für größere Reparaturen

Zusätzliche Angebote für Beherbergungsbetriebe:
(mind. zwei Angebote müssen erfüllt sein)

- Beratung der Gäste bei der Buchung hinsichtlich einer umweltfreundlichen An- und Abreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln (insbesondere zur Fahrradmitnahme)
- Hol- und Bringdienst für Rad fahrende Gäste
- Leih- oder Mietangebot an qualitativ guten Fahrrädern
- Angebot von Tagesradtouren in der Umgebung Ihres Betriebes sowie Bereitstellen
  von weiterem Informationsmaterial über die Region
- Gepäcktransfer von der letzten und/oder zur nächsten Unterkunft
- Reservierungsservice für die nächste Übernachtung in fahrradfreundlichen Betrieben
- Bereitstellung wichtiger Ersatzteile in Absprache mit der nächsten Werkstatt
- Informationen über weitere fahrradfreundliche Betriebe in der Region
- Lunchpaket zum Mitnehmen
- Gästebuch mit Erfahrungen aus der Radwanderregion

Insgesamt gibt es 34 zertifizierte Bed&Bike Betriebe im Landkreis (Bad Säckingen 4, Bonndorf 1, Eggingen 1, Grafenhausen 1, Hohentengen 4, Lauchringen 2, Laufenburg 3, Lottstetten 3, Murg 2, St. Blasien-Menzenschwand 2, Stühlingen 2, Ühlingen-Birkendorf 2, Waldshut-Tiengen 3, Wutach 3, Wutöschingen 1).

Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland

Mit dem Zertifikat „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland" setzt der Deutsche Wanderverband bundesweite Qualitätsstandards für besonders wanderfreundliche Unterkünfte und Gastronomiebetriebe in Deutschland. Im Landkreis Waldshut sind 22 Häuser mit dem Siegel zertifiziert (Bernau: 4; Bonndorf 1; Dachsberg 3; Häusern 2; Höchenschwand 3; Ibach 3; St. Blasien 2; Todtmoos 3; Ühlingen-Birkendorf 1; Weilheim 1)

Um das Zertifikat zu erhalten müssen die teilnehmenden Häuser 23 Kernkriterien und 8 (aus 18) Wahlkriterien erfüllen. Dazu gehören z.B.

- Möglichkeit Ausrüstung und Kleidung zu trocknen
- Schuhputzzeug für Wanderschuhe ausleihen
- Vesperpaket zum Mitnehmen
- Regionale Spezialitäten
- Informationen zum Wetter
- Routenvorschläge
- Gepäcktransport