

Geschäftsbericht Odenwald Tourismus GmbH Berichtszeitraum: 01.01. bis 31.12.2019

1. Die Gesellschafter der Odenwald Tourismus GmbH

1.1. Die Gesellschafterstruktur

Der TouristikService Odenwald-Bergstraße e.V. ist seit 1.1.2018 alleiniger Gesellschafter der Odenwald Tourismus GmbH.
Das Stammkapital beträgt 30.000 Euro.

2. Das Team der Odenwald Tourismus GmbH

Aktuell stehen der Odenwald Tourismus GmbH zur Erfüllung der Aufgaben im Destinationsmarketing und -management folgende personelle Ressourcen zur Verfügung:

Geschäftsführung	1,00 Stellenanteil
Assistenz der Geschäftsführung	0,50 Stellenanteil
Marketing, Vertrieb	1,00 Stellenanteil
Destinationsmarketing	0,50 Stellenanteil
Destinationsmarketing	0,50 Stellenanteil
Rechnungs- und Mahnwesen	0,63 Stellenanteil

Die Stelle der Assistenz der Geschäftsführung konnte zum 1.9.2019 neu besetzt werden.

Mit der Wirtschaftsförderung Bergstraße GmbH wurde am 17.9.2019 eine Vereinbarung unterzeichnet, wonach die Wirtschaftsförderung personelle Ressourcen ihres Fachbereichs Tourismus im Umfang bis zu 1,75 VZÄ in das Destinationsmarketing und -management Bergstraße-Odenwald einbringt.

3. Finanzierung der Odenwald Tourismus GmbH

Die Odenwald Tourismus GmbH finanziert sich aus Zuschüssen des TouristikService Odenwald-Bergstraße e.V. und selbst erwirtschafteten Erlösen.
Der Zuschuss für die TAG bayerischer Odenwald kommt von den Mitgliedskommunen.

Die Odenwald Tourismus GmbH hat bis 31.12.2019 folgende Zuschüsse abgerufen:

TSOB e.V.	332.000 Euro
TAG Bayerischer Odenwald	85.000 Euro

Weitere Erlöse werden aus dem Betrieb der Buchungsplattform HRS Destination Solutions erzielt. Diese lagen im Geschäftsjahr 2019 bei T€ 180 zuzüglich T€ 16 jährliche Grundgebühr der angeschlossenen Beherbergungsbetriebe. Die Erlöse lagen damit um T€ 20 über dem Plan.

Innerhalb der Touristischen Arbeitsgemeinschaft Bayerischer Odenwald wurden Erlöse aus dem Führungsbetrieb in der Abtei Amorbach geplant. Zwar wurden bis 31.12.2019 mehr Führungen als im vergangenen Jahr durchgeführt, jedoch nahmen deutlich weniger Besucher an den einzelnen Führungen teil. Geplant waren 105 T€ Umsatzerlöse aus Abteiführungen, erzielt wurden bis 31.12.2019 Umsätze in Höhe von 73 T€.

Aus Förderprojekten erhielt die Odenwald Tourismus GmbH bis 31.12.2019 folgende Zuwendungen:

Zuschuss Destinationsförderung	125.000 Euro
Zuschuss Leader-Förderung	15.700 Euro
Zuschuss Odenwald-Initiative e.V.	23.800 Euro

4. Netzwerke

Die Geschäftsführerin der Odenwald Tourismus GmbH arbeitete im Berichtszeitraum in folgenden Gremien mit:

- Marketingbeirat der HA Hessen Agentur
- Förderausschuss der Interessengemeinschaft Odenwald e.V. (IGO)
- Vorstand des Odenwaldklub e.V.
- Arbeitskreis Tourismus Frankfurt-Rhein-Main
- Arbeitsgruppe „Zusammenarbeit“ der IHK Darmstadt Rhein Main Neckar
- Arbeitsgruppe „Strategie für den Tourismus im ländlichen Raum“ beim HMULKV

5. Marketingbeirat und Steuerungsgruppe Bergstraße-Odenwald

Die Steuerungsgruppe Bergstraße-Odenwald traf sich im Berichtszeitraum 3 x, um über die Umsetzung gemeinsamer Projekte im Rahmen der Destinationsentwicklung Bergstraße-Odenwald zu beraten.

Der Marketingbeirat Bergstraße-Odenwald traf sich insgesamt in 4 Sitzungen zur Abstimmung von Marketingprojekten.

6. Touristische Arbeitsgemeinschaften

TAG Bayerischer Odenwald

Am 7.11.2019 wurde der Verein Bayerischer Odenwald e.V. in Amorbach mit 14 Gründungsmitgliedern gegründet. Der Verein soll zukünftig Träger der Touristischen Arbeitsgemeinschaft Bayerischer Odenwald sein. Ziel ist es, die Geschäfte der Touristischen Arbeitsgemeinschaft zum 1.1.2021 von der Odenwald Tourismus GmbH an den Verein zu übertragen.

TAG Vorderer Odenwald

Zum 1.11.2019 wurde mit 10 Odenwälder Kommunen des Kreises Bergstraße mit Unterzeichnung einer Kooperationsvereinbarung die TAG Vorderer Odenwald gegründet.

7. Förderprojekte

7.1. Destinationsförderung vom Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung für 2019

Der Zuwendungsbescheid in Höhe von 125.000 Euro von der WI-Bank ist am 19.8.2019 bei der Odenwald Tourismus GmbH eingegangen.

Die Mittel wurden Ende Oktober 2019 auf das Konto der Odenwald Tourismus GmbH überwiesen.

Projektziel war die Entwicklung einer online-Plattform für die Destination Bergstraße-Odenwald

Das Projektziel wurde erreicht.

Unter der Domain www.bergstrasse-odenwald.de ist im Rahmen des Förderprojektes eine umfassende Informationsplattform über die neue Destination Bergstraße-Odenwald entstanden. Die Destination ist damit nun auch im Internet sichtbar. Von den Projektpartnern wurde ein gemeinsames Layout definiert. Themen und Zielgruppen der bislang eigenständig agierenden Destinationen Bergstraße und Odenwald wurden zusammengeführt. Über Elemente der Inspiration wie Blogbeiträge und Videoclips werden Besucher der Internetplattform motiviert, die Region im Rahmen eines Tagesausflugs oder Kurzurlaubes zu besuchen.

Im Zuge der Entwicklung der gemeinsamen Internetplattform konnten aus der Destinationsförderung folgende Teilprojekte realisiert werden:

1. Konzeptentwicklung für die gemeinsame Internetplattform

Für die Konzeptentwicklung zur Internetplattform wurde eine Steuerungsgruppe Bergstraße-Odenwald ins Leben gerufen. Gemeinsam mit dem Beratungsunternehmen dwif-Consulting GmbH haben die Mitglieder der Gruppe in zwei Workshops die bislang von Bergstraße und Odenwald im Destinationsmarketing kommunizierten Themen und Zielgruppen analysiert und zusammengeführt.

Inhalte und Struktur der zukünftigen gemeinsamen Internetplattform wurden festgelegt. Die Einführung einer gemeinsamen Destinationsdatenbank konnte als Ziel definiert werden.

Die Touristischen Arbeitsgemeinschaften innerhalb der Destination Bergstraße-Odenwald werden sich an der Dateneingabe beteiligen. Im Gegenzug sollen die Touristischen Arbeitsgemeinschaften zukünftig Datensätze aus der Destinationsdatenbank für ihre regionalen Webseiten nutzen können.

Das Gesamtkonzept wurde abschließend in einem Destinationsworkshop den touristischen Partnern aus der gesamten Region vorgestellt und von diesen mit Hinweisen und Änderungsvorschlägen ergänzt.

Zu den Aufgaben des Beratungsunternehmens gehörte auch die Erstellung einer Leistungsbeschreibung für die Ausschreibung zur Entwicklung einer Markenstrategie Bergstraße-Odenwald. Die Leistungsbeschreibung wurde erstellt und mit den touristischen Partnern in der Destination abgestimmt.

2. Reportagen/Blogbeiträge zu den Profiltiteln Bergstraße-Odenwald

Ziel ist es, auf der Destinationswebseite www.bergstrasse-odenwald.de potentielle Gäste mit Reportagen über Menschen, regionale Produkte, Naturerlebnisse und Ausflugsziele zu einem Besuch der Region zu motivieren. Für die Reportagen konnte die Fotografin Petra Arnold aus dem Odenwald gewonnen werden.

Es entstanden beeindruckende Fotoreportagen zu folgenden Themen:

- Besuch auf dem Zehntsulzeshof im Odenwald
- Besuch in der Odenwälder Lebkuchenbäckerei
- Wanderung mit einer Geopark-Rangerin in die Margarethenschlucht
- Exkursion in die Tropfsteinhöhle Buchen
- Beitrag über das Archäologische Freilichtmuseum Laresham im UNESCO Welterbe Kloster Lorsch
- Reportage über das Weinbaugebiet Hessische Bergstraße, insbesondere über den Roten Riesling
- Wanderung mit dem Förster auf der Schatzinsel Kühkopf-Knoblochsaue
- Reportage über die Burgen an der Bergstraße

Alle Reportagen und Blogbeiträge wurden themenbezogen in die Destinationswebseite www.bergstrasse-odenwald.de eingebunden.

Für die entstandenen Fotos hat die beauftragte Fotografin den touristischen Partnern der Region uneingeschränkte Nutzungsrechte eingeräumt.

3. Videoclips zu den Profiltiteln Bergstraße-Odenwald

Im Tourismusmarketing spielen Videoclips eine immer größere Rolle. Insgesamt sind 4 Videoclips mit 1-2 Minuten Länge zu folgenden Themen entstanden:

- Mountainbiking Bergstraße-Odenwald
- Kulinarik und Regionale Produkte Bergstraße-Odenwald
- Wein und Genuss Bergstraße-Odenwald
- Kulturerlebnisse an der Bergstraße und im Odenwald

Die Einbindung der Videoclips in die neue Destinationswebseite wurde entsprechend programmiert.

Die Veröffentlichung ist in 2020 in Begleitung von Facebook-Anzeigenkampagnen geplant.

4. Imagefotos zu den Themen Mountainbiking und Radfahren

In einem abgestimmten Fotoshooting konnten unter Einbindung von Models Fotos zu den genannten Themen erstellt werden.

Der beauftragte Fotograf hat den touristischen Partnern der Destination uneingeschränkte Nutzungsrechte für die Imagefotos eingeräumt. Alle Models haben ihre Zustimmung zur Veröffentlichung schriftlich erteilt.

5. Umsetzung der Internetplattform Bergstraße-Odenwald

Die Internetplattform wurde mit einer neu eingerichteten Version des CMS-Systems Typo3 umgesetzt. Module zur Einbindung von Videoclips und Blogbeiträgen sind eingerichtet. Die vorhandene strukturierte Destinationsdatenbank wurde eingebunden.

Ein gemeinsames, von den Partnern aus Bergstraße-Odenwald abgestimmtes Layout, wurde umgesetzt.

Eine große Herausforderung war die Eingabe von Datensätzen zu den einzelnen Themen der Destination in die zugrunde liegende Datenbank. Dazu musste die Odenwald Tourismus GmbH sämtliche zur Verfügung stehenden personellen Ressourcen mobilisieren.

6. Digitale Postkarten Bergstraße-Odenwald

Das geplante Modul für digitale Postkarten ist auf der Startseite der Destinationswebseite www.bergstrasse-odenwald.de eingebunden. Gäste können über die Internetplattform Postkarten auswählen, adressieren, mit Texten versehen und absenden. Die digitalen Postkarten kommen als echte Postkarten beim Adressaten an.

Die verwendeten Bildmotive stammen aus einem Fotowettbewerb der IHK Darmstadt Rhein Main Neckar, bei dem Menschen aus der Region Bilder einsenden konnten, die zeigen, wie sie selbst ihre Region sehen.

7. Marketingkampagne Bergstraße-Odenwald mit komoot

Komoot ist mit mehr als 8 Millionen Nutzern aktuell die größte Outdoorplattform weltweit.

Über den Zeitraum vom 17. Oktober bis 20. November 2019 wurden über komoot 12 Mountainbikestrecken, 12 Wandertouren (Tagestouren) sowie die Qualitätswanderwege Alemannenweg, Nibelungensteig und Burgensteig in Hessen und Nordrhein-Westfalen beworben. Die Kampagne hatte eine Reichweite von 596.760 Views, 13.168 Clicks und 3.224 Interaktionen.

Der für die Kampagne eingestellte, hochwertige Content aus Beschreibungen, Bildern und gpx-Tracks bleibt auch nach Abschluss der Kampagne auf der Plattform bestehen und dient weiterhin der Inspiration von potentiellen Gästen.

8. Facebook-Kampagne

Die Projektpartner einigten sich für eine Facebook-Anzeigenkampagne auf das beliebte Thema „Weihnachtsmärkte“ an der Bergstraße und im Odenwald.

Der im Jahr 2018 entwickelte gemeinsame Facebook-Adventskalender wurde auf Basis der gesammelten Erfahrungen aktualisiert und ausgebaut. Ziel war es, mit dem Adventskalender auf die Weihnachtsmärkte an der Bergstraße und im Odenwald aufmerksam zu machen. Jeden Tag konnten Besucher ein Türchen öffnen und einen Preis von einem der Weihnachtsmärkte in der Region gewinnen.

An der Aktion beteiligten sich erneut 24 Städte und Gemeinden von der Bergstraße und aus dem Odenwald. Sie haben attraktive Preise gestiftet und den Adventskalender aktiv unterstützt.

9. Faltplan Mountainbiking Bergstraße-Odenwald

Der Faltplan gibt einen ersten Überblick über die abwechslungsreichen MTB-Strecken an der Bergstraße und im Odenwald und soll Lust auf die Region als Ausflugsziel für Mountainbiker machen.

Auf dem Faltplan finden Nutzer insgesamt 39 Strecken mit den wichtigsten Angaben zu Länge, Höhenmetern, Startorten, Anspruch und Sehenswertem. Alle Touren wurden vom Geo-Naturpark Bergstraße-Odenwald und vom Naturpark Neckartal-Odenwald ausgewiesen und durchgängig beschildert.

Pro Tour führt ein QR-Code auf die entsprechende Seite in der Internetplattform www.bergstrasse-odenwald.de, wo der gpx-Track und eine ausführliche Karte zum Download bereitstehen. Infos zum ÖPNV sind ebenfalls enthalten. Als besondere Attraktionen der Mountainbike-Region Bergstraße-Odenwald sind zudem der Bikepark Beerfelden, der Pumptrack Groß-Umstadt und die Handbike-Touren der Manfred-Sauer-Stiftung aufgeführt.

10. Faltplan Radtouren Bergstraße-Odenwald

Der Faltplan zu Radtouren an der Bergstraße und im Odenwald zeigt insgesamt 41 Radwege mit den wichtigsten Angaben zu Charakter, Länge, Höhenmetern und Startorten. Alle Touren sind durchgängig markiert und beschildert.

Sechs überregionale Radfernwege, die das Gebiet durchziehen werden ebenso vorgestellt wie vier mehrtägige, regionale Etappentouren und 31 kürzere Rund- bzw. Streckentouren.

Ein QR-Code führt jeweils direkt auf die entsprechende Tourenseite innerhalb der Destinationswebseite www.bergstrasse-odenwald.de, wo der gpx-Track und eine ausführliche Karte zum Download bereitstehen. Infos zum ÖPNV und weiterführenden Kartenwerken sind ebenfalls enthalten.

11. Zählgerät für Wanderer und Mountainbiker

Dieses Teilprojekt konnte leider nicht umgesetzt werden. Die dafür vorgesehene Summe von 4.760 Euro muss zurückgezahlt werden.

12. Englischsprachige Übersetzungen

Die Destinationswebseite www.bergstrasse-odenwald.de soll auch in englischer Sprache zur Verfügung gestellt werden. Dafür wurden mit Unterstützung eines Übersetzungsbüros englischsprachige Übersetzungen angefertigt.

Geplant ist die englischen Texte in das CMS-System sowie in die Destinationsdatenbank einzugeben, so dass demnächst eine englische Version der Webseite frei geschaltet werden kann.

Parallel dazu ist geplant die Erlebniskarte Bergstraße-Odenwald auf Basis der angefertigten Übersetzungen in englischer Sprache aufzulegen.

7.2. Leader-Kooperationsprojekt für die „Image- und Themenkampagne für den Odenwald 2018-2020“

Mit der Umsetzung des Projektes wurde im Mai 2019 begonnen.

Für die Beauftragung eines geeigneten Partners für die Erstellung von Videoclips wurde eine öffentliche Ausschreibung durchgeführt.

An der Ausschreibung beteiligten sich 14 Unternehmen.

Die Submission fand am 31.8.2019 gemeinsam mit dem Vorstand und dem Kreativkreis der Odenwald Initiative statt. Von 14 abgegebenen Angeboten konnten 9 gewertet werden. 5 Bieter mussten aufgrund von nicht fristgerechter Abgabe oder unvollständiger Unterlagen von der Bewertung ausgeschlossen werden.

3 Unternehmen wurden nach Bewertung der gültigen Angebote zur Präsentation eingeladen.

Im Ergebnis der Präsentation, die am 27.9.2019 stattfand, wurde das Unternehmen VPS Media aus Höchst mit der Erstellung von Videoclips im Rahmen der Image- und Themenkampagne Odenwald beauftragt.

Erste Clips sind inzwischen erstellt.

Die Ausschreibungsunterlagen wurden von der WI-Bank detailliert geprüft.

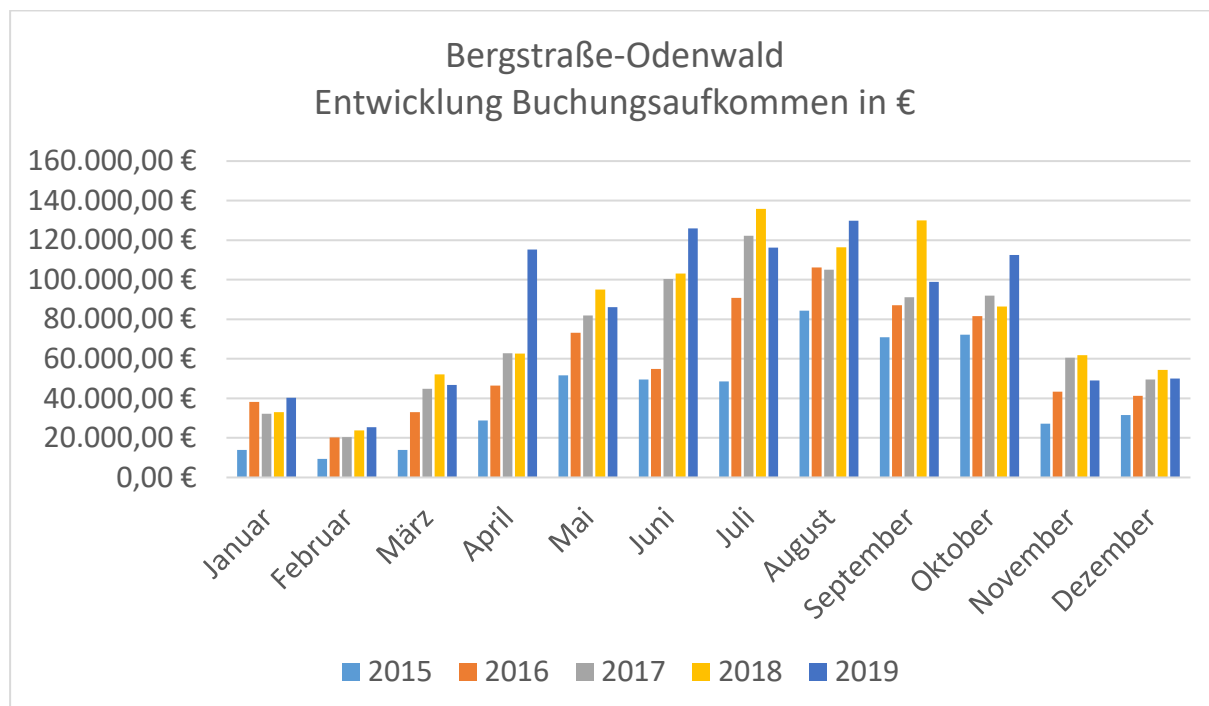
Die Prüfung ergab keine Beanstandungen.

8. Marketingprojekte 2019

8.1. Buchungsplattform HRS Destination Solutions

Von Januar bis Dezember 2019 waren 160 T€ Provisionserlöse aus dem Buchungssystem geplant. Erzielt wurden bis 31.12.2019 Erlöse in Höhe von 180 T€.

Der Buchungsumsatz lag bei T€ 996. Die Entwicklung des Buchungsumsatzes in den einzelnen Monaten bis 31.12.2019 zeigt folgende Grafik:



Den Erlösen aus dem Buchungssystem steht ein Aufwand in Höhe von 135 T€ gegenüber. Mit 45 T€ bleibt der Rohertrag aus dem Buchungssystem mit 5 T€ hinter dem Plan von T€ 50 zurück. Das ist vor allem auf die Einführung von weiteren Gebühren durch die angeschlossenen Buchungskanäle zurückzuführen.

Die Odenwald Tourismus GmbH hat entsprechende Weiterberechnungen an die angeschlossenen Betriebe vorgenommen.

Die Erlöse aus der Grundgebühr zum Buchungssystem bleiben mit 15 T€ nur leicht unter den geplanten 16 T€.

8.2. Messen und Präsentationen 2019

Die Odenwald Tourismus GmbH nahm im Jahr 2019 an folgenden Messen teil:

- Vakantiebeurs, Utrecht
- CMT Stuttgart
- Land & Genuss, Frankfurt
- Mannheimer Maimarkt, Mannheim
- Germany Travel Mart
- RDA, Köln
- TourNatur, Düsseldorf

Das Ergebnis der Messeauftritte wird wie folgt eingeschätzt:

Vakantiebeurs, Utrecht, 10.1.- 13.1.2019

Die Odenwald Tourismus GmbH präsentierte sich in 2019 auf der größten Reisemesse in den Niederlanden erstmals zusammen mit der Touristikgemeinschaft Odenwald e.V. an einem Odenwald-Messestand. Damit wurde die Wahrnehmbarkeit des Odenwaldes als Reiseziel für das niederländische Publikum deutlich erhöht. Nachgefragt wurden

vor allem Angebote für Camping- und Wohnmobilstellplätze, sowie für Radfahren. Auch für das Thema „Wandern“ zeigte das Publikum Interesse. Der Odenwald-Auftritt auf der Vakantiebeurs wird als erfolgreich eingeschätzt und soll in dieser Weise fortgeführt werden.

CMT Stuttgart, 12.1.- 20.1.2019

Der Messestand auf der CMT in Stuttgart wurde in 2019 erneut überarbeitet und modernisiert. Für die Präsentation stand in diesem Jahr ein neuer Standplatz im vorderen Bereich der Messehalle 6 zur Verfügung. Es war wiederholt ein erfolgreicher Auftritt auf der CMT in Stuttgart. Die Nachfrage am Stand nach Angeboten für Wandern, Radfahren und Kultur war groß.

Die stärkere Fokussierung auf die Themen des Odenwaldes ist bei zukünftigen Messeauftritten erforderlich.

Land & Genuss, Frankfurt, 22.2.- 24.2.2019

Die Odenwald Tourismus GmbH nahm als Partner der OREG mbH am Gemeinschaftsstand der Genussregion Odenwald an der Messe Land & Genuss in Frankfurt teil.

Der Messeauftritt wird als erfolgreich eingeschätzt. Die Besucherfrequenz und das Publikumsinteresse waren an allen drei Messetagen sehr hoch.

Mannheimer Maimarkt, 26.4. bis 7.5.2019

Die Odenwald Tourismus GmbH präsentierte den Odenwald wie jedes Jahr an 10 Messtagen auf dem Mannheimer Maimarkt. Der Messestand konnte um ein attraktives Standelement, einen Apfelbaum, erweitert werden. Der Baum wurde aus Mitteln der Destinationsförderung 2018 erworben. Erstmals veranstalteten die Touristengemeinschaft Odenwald und die Odenwald Tourismus GmbH auf dem Maimarkt gemeinsam ein Gewinnspiel, das vom Publikum gut angenommen wurde. Höhepunkte waren das Hoheitentreffen am Messestand Odenwald am 27.4.2019 sowie der Auftritt der Odenwälder Landräte im Gläsernen Studio des SWR.

Germany Travel Mart, 13.5. bis 14.5.2019

Der Germany Travel Mart ist eine Incoming Messe für ausländische Reiseveranstalter. Die Odenwald Tourismus GmbH nahm gemeinsam mit der Wissenschaftsstadt Darmstadt GmbH und dem Tourismusservice Bergstraße e.V. an der Messe teil. Im Vorfeld wurden Gesprächstermine mit Reiseveranstaltern aus Belgien, den Niederlanden, Österreich, der Schweiz, Luxemburg und Flusskreuzschiffahrtunternehmen vereinbart. Im Ergebnis des Messeauftritts ist es zu einem Vertragsabschluss mit Viking Cruises gekommen.

RDA Köln, 9.7. bis 10.7.2019

Der RDA in Köln ist eine etablierte Messe für Bustouristik. Die Odenwald Tourismus GmbH beteiligte sich für die Destination Bergstraße-Odenwald mit der neuen Übersicht für Gruppenangebote am Messestand des Arbeitskreises Tourismus Frankfurt Rhein Main. Der Messeauftritt im Rahmen von Frankfurt Rhein Main war sehr hochwertig.

Der RDA in Köln hat schon seit Jahren mit dem grundlegenden Wandel der Branche zu kämpfen. Die Zahlen der Aussteller und Fachbesucher sind seit Jahren rückläufig. Der Einkauf von Gruppenangeboten erfolgt zunehmend über Paketreiseveranstalter, die auf der Messe entsprechend zahlreich vertreten waren.

Bei Fortführung des Messeauftritts auf dem RDA in Köln wird empfohlen, bereits im Vorfeld Gesprächstermine mit potentiellen Partnern der Destination zu vereinbaren.

TourNatur, 5.9. bis 8.9.2019

Die Partner der Destination Bergstraße-Odenwald, d.h. die Touristikgemeinschaft Odenwald e.V., der Tourismusservice Bergstraße e.V., die Tourismusagentur der Wirtschaftsförderung Bergstraße GmbH und die Odenwald Tourismus GmbH präsentierten auf der TourNatur in Düsseldorf gemeinsam den Alemannenweg, Nibelungensteig, Neckarsteig und Burgensteig.

Die Besucherzahlen der Messe für Outdooraktivitäten sind rückläufig. Gleiches gilt für die Aussteller. Das Verhältnis von Tourismusregionen und Anbietern für Outdoorangebote verschiebt sich zunehmend in Richtung Bekleidung und Ausrüstung. Es wird empfohlen, die Messe auch im nächsten Jahr zu besuchen, da ein adäquates Messeangebot im Deutschlandtourismus fehlt.

8.3. Publikationen

Folgende Publikation wurden im Berichtszeitraum von der Odenwald Tourismus GmbH fertig gestellt:

- Neuauflage Erlebniskarte Bergstraße-Odenwald, 20.000 Exemplare
- Neuauflage Campingkarte Bergstraße-Odenwald, 20.000 Exemplare
- Neuauflage Veranstaltungskalender Bergstraße-Odenwald, 15.000 Exemplare
- Neuauflage Broschüre Faszination Erdgeschichte Bergstraße-Odenwald, 20.000 Exemplare
- 4 Pixi-Hefte für Kinder über Nilas Abenteuer im Odenwald
- Neuauflage Broschüre Gruppenangebote Bergstraße-Odenwald (5.000 Exemplare)
- Neuauflage Broschüre Ausflugsziele Bergstraße-Odenwald (20.000 Exemplare)
- Neuauflage Wandertouren Bergstraße-Odenwald (20.000 Exemplare)
- Broschüre zu den Odenwälder Lammwochen 2019
- Broschüre zu den Odenwälder Kartoffelwochen 2019

8.4. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Berichterstattung in regionalen Presseorganen

Über die Aktivitäten der Odenwald Tourismus GmbH konnten regelmäßig Berichte in regionalen Presseorganen veröffentlicht werden.

Überregionale Pressearbeit

Pressebericht in „Reiseziele Deutschland“

Pressebericht in „Mein schönes Land – Heimat & Regionen“

Beitrag über den Odenwald unter dem Titel „Den Alltag hinter sich lassen“ im Buch „Wirtschaftsstandort Hessen“

Beitrag über den Odenwald im Buch „Das grüne Band vor den Toren Darmstadt`s“

Im Rahmen der überregionalen Pressearbeit wurden von der Odenwald Tourismus GmbH zwei Bloggerreisen organisiert. Die Blogger haben jeweils ausführlich mit Texten und Fotos über ihre Reisen in den Odenwald berichtet.

Bloggerreise einer niederländischen Bloggerin zum Thema „Urlaub mit Kindern im Odenwald“

Bloggerreise eines französischen Journalisten zum Thema „Archäologie“

Zu den Odenwälder Lammwochen und Kartoffelwochen sind vor allem im Raum Mannheim und Frankfurt Beiträge erschienen.

Im Rahmen Pressearbeit wurden von der Odenwald Tourismus GmbH in Zusammenarbeit mit der Hessen-Agentur Blogbeiträge unter dem Titel „Kleinstadtliebliche“ zu Zwingenberg an der Bergstraße, Michelstadt und Erbach generiert.

Partner-Newsletter

Die Odenwald Tourismus GmbH informiert die Partner in der Region monatlich in einem E-Mail-Newsletter über aktuelle Entwicklungen in der Destination Bergstraße-Odenwald.

Kundennewsletter

Vierteljährlich erscheint über die Odenwald Tourismus GmbH ein E-Mail Newsletter für Gäste mit aktuellen Angeboten aus der Region.

8.5. Online Marketing

Facebook-Kampagne zum Nibelungensteig mit Rabattaktion (10 % Rabatt auf Wanderpauschalen)

208.945 Impressionen

3.781 Klicks auf den in der Anzeige enthaltenen Link auf die Pauschale zum Nibelungensteig

Die meisten Klicks wurden in der Altersgruppe 35-44 Jahre generiert.

Dicht darauf folgt die Altersgruppe 25-34 Jahre.

Klicks auf den Link: 59 % Frauen und 41 % Männer

Impressionen: 53 % Frauen und 47 % Männer

Facebook-Kampagne zu den Odenwälder Lammwochen

- 10.490 Impressionen
- Gleichmäßige Verteilung auf die Altersgruppen von 35-64 Jahre
- 43 % Frauen
- 57 % Männer

Facebook-Kampagne zu den Odenwälder Kartoffelwochen

- 48.847 Impressionen
- Verteilung auf die Altersgruppen von 35-54 Jahre
- 54 % Frauen
- 46 % Männer

8.6. Veranstaltungen und Events

Odenwälder Lammwochen, 22.6. bis 7.7.2019

Zu den Odenwälder Lammwochen wurden von der Odenwald Tourismus GmbH folgende Maßnahmen umgesetzt:

- Akquise von teilnehmenden Betrieben
- Akquise von Anzeigen und Sponsoren
- Erstellung von Broschüren, Plakaten und Eintrittskarten
- Durchführung einer Versandaktion für die Broschüren
- Organisation der Eröffnungsveranstaltung
- Pressearbeit
- Erstellung und Platzierung von Anzeigen

Die Durchführung der kulinarischen Aktionswochen ist für die Odenwald Tourismus mit einem hohen personellen Aufwand verbunden.

Die Aktion wurden von den teilnehmenden Betrieben als großen Erfolg gewertet. Zahlreiche Gäste konnten dadurch zusätzlich für die Gasthäuser gewonnen werden.

3-Länder-Rad-Event, 1.8. bis 3.8.2019

Am 3-Länder-Rad-Event 2019 nahmen 181 Übernachtungsgäste und ca. 120 Tagesteilnehmer teil.

Etappenorte waren Walldürn, Bürgstadt und Bad König.

Veranstalter des Rad-Events ist die Touristikgemeinschaft Odenwald e.V. in Kooperation mit dem Landkreis Miltenberg und der Odenwald Tourismus GmbH. Die diesjährige 20. Jubiläumstour wurde von Teilnehmern und Organisatoren als großer Erfolg gewertet.

Odenwälder Kartoffelwochen, 21.9. bis 6.10.2019

Zu den Odenwälder Kartoffelwochen wurden von der Odenwald Tourismus GmbH folgende Maßnahmen umgesetzt:

- Akquise von teilnehmenden Betrieben
- Akquise von Anzeigen und Sponsoren
- Erstellung von Broschüren, Plakaten und Eintrittskarten
- Durchführung einer Versandaktion für die Broschüren
- Organisation der Eröffnungsveranstaltung
- Pressearbeit
- Erstellung und Platzierung von Anzeigen

Die Durchführung der kulinarischen Aktionswochen ist für die Odenwald Tourismus mit einem hohen personellen Aufwand verbunden.

Die Aktion wurden von den teilnehmenden Betrieben als großen Erfolg gewertet. Zahlreiche Gäste konnten dadurch zusätzlich für die Gasthäuser gewonnen werden.

Michelstadt, 30. Januar 2019

Kornelia Horn
Geschäftsführerin