



Leistungsprofil

Verein Südliche Weinstrasse

Annweiler am Trifels e.V. /

Büro für Tourismus

Inhalt:

1. Organisationsstruktur
2. Kernaufgaben
3. Leistungen
 - Tourist-Information
 - Außenmarketing
 - Werbung
 - Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
 - Innenmarketing
 - Maßnahmen für Gäste
 - Maßnahmen für Leistungsträger
 - Qualitätsmanagement
 - Förderung touristischer Angebote und Infrastruktur
4. Kooperationen

1. Organisationsstruktur

Rechtsform: eingetragener Verein

Vorsitzender: Bürgermeister der Verbandsgemeinde Annweiler am Trifels

Beschäftigte: 3 Vollzeitäquivalente (Geschäftsführung 1,0, touristische Mitarbeiter 2,0),
1 Auszubildende (in Kooperation mit der DHBW Ravensburg)

Mitglieder: 13 Kommunen und 165 Einzelmitglieder

zuständig für die touristische Entwicklung der Verbandsgemeinde Annweiler am Trifels:

- 13 Gemeinden
- 129,86 km² Fläche
- 16.868 Einwohner (2015)
- 37.238 Gäste (2017)
- 89.743 Übernachtungen (2017)
- 2,4 Tage durchschnittliche Aufenthaltsdauer (2017)
- 34.749.946 € touristische Bruttowertschöpfung (2016)
- 30.235.928 € touristische Nettowertschöpfung (2016)

2. Kernaufgaben laut Satzung:

- (1) Die planmäßige überörtliche Tourismusförderung im Bereich der Verbandsgemeinde Annweiler am Trifels.
- (2) Werbung für den Tourismus durch Maßnahmen des Außenmarketings zur Steigerung der Bekanntheit der Tourismusregion und seiner touristischen Angebote sowie durch Maßnahmen des Innenmarketings mit dem Ziel der Verbesserung des touristischen Angebots.
- (3) Mitarbeit in touristischen Gremien und übergeordneten Tourismuskoooperationen.

3. Leistungen:

➤ **Tourist-Information:**

- Umfassender Auskunfts-/Informations-/Beratungsservice für Urlauber
- 24-Stunden-Info an der Touristinformation über Gästeinformationssäule/Internetseite
- Zimmernachweis und -vermittlung und Online-Buchungsmöglichkeit über deskline
- Bearbeitung von Gästeanfragen und Prospektversand
- Vermittlung und Organisation von Stadt- und Burgführungen, Schauspielführungen, Gästewanderungen und Weinproben
- Organisation und Verkauf von Pauschalangeboten an Einzel- und Gruppenreisende
- Verkauf von touristischen Artikeln (Wander- und Radkarten, Souvenirs, Bücher, Wein,...)
- Verkauf von Karten für diverse Veranstaltungen (Trifelsserenaden, Hohenstaufensaal und andere Kunst- und Kulturveranstaltungen)

➤ Außenmarketing:

Werbung

- Anzeigen in Print- und Onlinemedien deutschlandweit, überwiegend mit der Südlichen Weinstrasse, mit der Pfalz, mit der Deutschen Weinstraße, mit der Trägergemeinschaft Prädikatswanderwege Pfalz und mit der Wanderarena Pfälzerwald; auch als Gemeinschaftsanzeigen mit Leistungsträgern
- Präsenz in Social Media Kanälen wie Facebook, Twitter oder Instagram
- Pflege und Bereitstellung des Facebook-Auftritts www.facebook.com/trifelsland
- Pflege und Bereitstellung der Internet-Auftritte www.trifelsland.de und www.keschdeweg.de, Lieferung von Inhalten für die Seiten www.suedlicheweinstrasse.de, www.deutscheweinstrasse-pfalz.de, www.trekking-pfalz.de, www.soschmecktdiesuedpfalz.de/, <http://www.mandelbluete-pfalz.de>
- Herausgeber verschiedener Werbemittel und themenorientierter Prospekte und Broschüren, häufig in Zusammenarbeit mit der Südlichen Weinstrasse oder der Pfalz (Infobroschüre Trifelsland, Wanderführer Trifelsland, Wanderkarte Annweiler, Wandern auf dem Keschdeweg, Kastanienkochbuch, Keschdeprodukte, Gastro-Wegweiser, Wein-Führer, Verbandsgemeinde-Straßenplan, Abreiß-Straßenplan Annweiler, Familienwandern, Tipps für Kids, Unbeschwert genießen im Trifelsland, Veranstaltungskalender, Gästeführerbroschüre, SÜW - Arrangements, Kinderprogramm, Weinfestkalender, Pfalz - Freizeittipps, Pfalz-Panoramakarte, SÜW-Radkarte, SÜW-Wanderbroschüre, Trekkingflyer, Vis-à-Vis Wanderkarte und Radkarte, Pfalz Wanderkarte und Radkarte)
- Mitherausgeber und Akquise Gastgeberverzeichnis Deutsche Weinstraße
- Teilnahme an überregionalen Messen (CMT Stuttgart, Tour Natur Düsseldorf, Offerta Karlsruhe) und Aktionen (Weinfeste, Kongresse,...) in Zusammenarbeit mit der Südlichen Weinstrasse, der Pfalz-Touristik und Vis-à-Vis
- Trifelsland-Gewinnspiele (Gästebefragungsgewinnspiel)
- Newsletter für Pauschal- und Treuepassgäste
- Organisation Einsatz der Kastanienprinzessin für das Trifelsland

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:

- Regelmäßige Pressemeldungen zu verschiedenen Themen mit der Südlichen Weinstrasse
- Presseinformation zu einzelnen Themen (eher regional)
- Durchführung von Pressefahrten mit der Südlichen Weinstrasse, der Pfalz-Touristik und der RPT
- Betreuung von Journalisten vor Ort

➤ **Innenmarketing:**

Maßnahmen für Gäste

- Herausgabe eines Veranstaltungskalenders für das Trifelsland
- Organisation und Durchführung von regelmäßigen Veranstaltungen wie Gästebegrüßung, Stadtführung, etc.
- Organisation und Durchführung von Gästeehrungen (Treuepass)
- Teilnahme an regionalen Messen und Aktionen (Sommerfest VG, Bauernmarkt Silz, Keschdefeschd und Triffest)
- Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, in Eigenregie (Keschdefeschd) oder begleitend (Triffest, Klostermarkt)
- Koordination Kinderferienprogramm in Zusammenarbeit mit weiteren Büros
- Informationsbroschüren zu verschiedenen Themen: Wandern, Radfahren, Kinder, Burgen, Kastanien, Veranstaltungen, Führungen, kulinarische Aktionen,

Maßnahmen für Mitglieder und Leistungsträger

- Auskunfts-/Informations-/Beratungsdienste für Mitglieder
- Pflege der deskline - Daten (deskline-Stützpunkt)
- Erstellung und Fortentwicklung Tourismuskonzept Trifelsland

- Koordination von Veranstaltungsterminen im Trifelsland
- Koordination der Veranstaltungen der Gästeführer im Trifelsland
- Aus- und Fortbildung von Gästeführern
- Ausgabe von Gästemappen für alle Vermieter
- Durchführung von Information- und Fortbildungsveranstaltungen für Leistungsträger und Gästeführer, häufig zusammen mit der Südlichen Weinstrasse
- Monatlicher Mitglieder-Newsletter
- Jährliche Mitgliederversammlung
- Durchführung der DTV-Klassifizierung als effektives Qualitätsmanagement für Privatvermieter auf freiwilliger Basis und anderer Maßnahmen zur Qualitätssteigerung, Informationen zu weiteren Klassifizierungen wie MTB freundliche Gastgeber, Bett und Bike, Wanderbares Deutschland, Reisen für alle, usw.
- Aufbereitung der Gäste- und Übernachtungszahlen für das Trifelsland
- Schulung und Koordination der Wegepaten
- Betreuung der Kastanienprinzessin für das Trifelsland

➤ **Qualitätsmanagement:**

- Teilnahme an Zertifizierung DTV I-Marke
- Teilnahme an Zertifizierung Servicequalität Deutschland
- Durchführung und Auswertung von Gästebefragungen
- Durchführung und Auswertung des Beschwerdemanagements
- Durchführung und Auswertung von Mitgliederbefragungen
- Besuch von Tagungen und Fortbildungsveranstaltungen
- Durchführung der Kontrolle der Markierungen an Wanderwegen und Nordic-Walking Wegen
- Zertifizierung von Wanderwegen (Premiumwege, Qualitätswege)

➤ **Förderung touristischer Angebote und Infrastruktur:**

- Koordination und Umsetzung neuer touristischer Projekte (Infotafeln, Nordic Walking Parks, Prädikats-Wanderwege, Mountainbikepark, Wanderwegekonzept „Qualitätsinitiative Wandern im Trifelsland“, Implementierung von QR-Codes,...)
- Unterstützung der Angebote der Gästeführer, Gästeführerbroschüre, Buchung von Führungen, Abrechnung
- Kontrolle und Organisation der Beschilderung bestehender Wander-, Rad-, MTB und Nordic Walking Wege
- Unterhaltung und Pflege der Trekkingplätze
- Beratungen zu touristischen Themen für Leistungsträger, Ortsgemeinden,
- Beteiligung bei planerischen Prozessen (Standortmarketing, Innenstadtentwicklung, Dorferneuerung,...)
- Beratung zu Fördermöglichkeiten (Leader, Tourismus für alle,...)
- Vermarktung regionaler Produkte (Tri-Box, LAG Studie regionale Produkte im Pfälzerwald, Onlinevermarktung ggf. mit Einzelhandel,...)

4. Kooperationen:

- Verein Südliche Weinstrasse e.V. / Landkreis Südliche Weinstrasse: Prospekte, Anzeigen, Messen und Aktionen, Internet, Social Media, Pressearbeit, Veranstaltungen, Seminare und Schulungen, Themenmarketing Mandelblüte
- Pfalz-Touristik (Mitgliedschaft VG)/ Pfalz-Marketing: Prospekte, Messen und Aktionen, Pressearbeit, Auslandsmarketing, Trägergemeinschaft Prädikatswanderwege, touristische Infrastruktur, Pfalz-Card
- Tourismus- und Heilbäderverband (Mitgliedschaft VG)/ Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH: Studien und Leitfäden, Seminare, Klassifizierungen, Auslandsmarketing, THV-Monitor, Social Media
- Verein Deutsche Weinstrasse - Mittelhaardt e.V.: Gastgeberverzeichnis, Homepage
- DTV: Klassifizierungen von privaten Leistungsträgern, I-Marke, Servicequalität
- DeHoGa: Klassifizierungen von Hotels
- Touristikgemeinschaft Vis-à-Vis (Baden-Elsass-Pfalz) (Verein Mitglied): Studien, Marketing, Internet und touristische Infrastruktur
- Arbeitsgemeinschaft barrierefreie Reiseziele in Deutschland (über SÜW)
- Arbeitsgemeinschaft Keschdeweg: Themenmarketing rund um die Kastanie
- Verbandsgemeinde Hauenstein: Wanderkarte
- LAG Pfälzerwald plus (Verein und VG Mitglied): Nordic Walking Wege, Mountainbikepark; Arbeit im Vorstand
- Landkreis Südwestpfalz: Weg der Aussichten, Wanderarena Pfälzerwald
- Mountainbikepark Pfälzerwald e.V.: Mountainbikepark
- Trifelsverein / Villa Musica: Trifelsserenaden
- Biosphärenreservat Naturpark Pfälzerwald: Naturparkwege, Wandertafeln an Wanderparkplätzen des Naturparks, Identitätsbildung Tourismus im Biosphärenreservat
- Generaldirektion Kulturelles Erbe Rheinland-Pfalz / Burgen-Schlösser-Altortümer: Gruppenführungen Burg Trifels, Schauspielführungen, Themenmarketing Burgen und Staufer
- Metropolregion Rhein-Neckar: Wo sonst, Tourismustag Mannheim, Mannheimer Maimarkt
- Technologieregion Karlsruhe