


Sauerland



Leitbild

2017 - 2020

Wegweisend...



„Wenn Du ein Schiff bauen willst, dann trommle nicht Männer zusammen um Holz zu beschaffen, Aufgaben zu vergeben und die Arbeit einzuteilen, sondern lehre die Männer die Sehnsucht nach dem weiten, endlosen Meer“, rät der Schriftsteller Antoine de Saint-Exupéry.

Folgen wir diesem Gedanken und übertragen ihn auf unser Leitbild, heißt dies: Über allen Einzelzielen steht das Unternehmensziel. Nur wer dieses Ziel kennt und fest im Auge behält, wird die richtigen Wege und Mittel zu seiner Erreichung finden.

Wie aber definiert man ein Unternehmensziel für 2020? Mit wie viel Mut, Selbstbewusstsein und Visionen dürfen die Potenziale eines Produktes ausgestaltet werden, mit wie viel Pragmatismus gehören sie zurechtgestutzt? Eine komplexe Frage, die nach vielen Antworten auf einer soliden Basis verlangt.

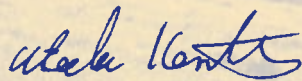
Insbesondere vor dem Hintergrund, dass sich der Tourismus nicht allein als Branche und Wirtschaftsfaktor versteht, sondern auch als wichtiger Bestandteil der kommunalen Entwicklung und Faktor für die Lebensqualität der Einheimischen. Diese Potenziale bestmöglich zu nutzen, verstehen wir als partnerschaftliche Aufgabe von Wirtschaft, Handel, Politik und Verwaltung.

Darüber hinaus gilt es die vielen helfenden Hände hinter Angebot und Infrastruktur einzubeziehen, wertzuschätzen und zu unterstützen: Ihr zumeist ehrenamtliches Engagement ist unbezahlbar. Es ist tragender Baustein des touristischen Erfolges und Ausdruck gelebter Heimatliebe. Nur gemeinsam mit ihnen und über eine bewusste Veredlung des Produkts über seine Markenerne Qualität und Authentizität wird es gelingen, unsere Heimat stolz, aber ohne Schau, als „Perle des Sauerlandes“ zu positionieren.

Für die Gesellschafter:



Bernhard Halbe
Bürgermeister
Stad Schmallenberg



Stephan Kersting
Bürgermeister
Gemeinde Eslohe



Rudolf Grobbel
1. Vorsitzender Verkehrsverein
Schmallenberger Sauerland e.V.



Heimat

**HEIMAT IST KEIN ORT, HEIMAT IST EIN GEFÜHL.
SAGT HERBERT GRÖNEMEYER.**

Ein Wohlgefühl, sagen wir, das Kraft schenkt, Ruhe und Freude.

Deshalb verstehen wir uns als Urlaubsregion als eine Heimat auf Zeit, in der unsere Gäste authentische Land.Liebe.Lebensart. genießen – sprich ein Angebot, das ganz ohne Schau Maßstäbe setzt in Sachen Qualität und Gastlichkeit.



Viele unserer Gäste nennen unsere Region eine heile Welt. Ein großes Kompliment, für das wir mit vereinten Kräften und oft im Verborgenen mit Herz und Verstand arbeiten. Denn hinter all den gepflegten Dörfern, der vorbildlichen touristischen Infrastruktur, dem bemerkenswerten Stil unserer Gastgeber, Tradition und Zeitgeist harmonisch zu verbinden, steht immer eine große Liebe zu Heimat und Beruf.

Nutzen wir diese Verwurzelung, um die Herausforderungen der nächsten Jahre anzunehmen und weiter an ihnen zu wachsen. Lassen Sie uns unsere Kernkompetenzen weiter gemeinsam kultivieren. Natur und Landschaft wollen noch stärker als erlebbare Gegenwelt zum Alltag, als Heimat auf Zeit aufgeladen werden. Produkte und Angebote erfordern in Zeiten virtueller Markttransparenz erlebbare Qualität und überzeugende Authentizität. Die fortschreitende Individualisierung verlangt zudem nach einem maßgeschneiderten Marketing für jede einzelne Zielgruppe.

Als Ihr Tourismusmanager freue ich mich auf diese Aufgaben. Zum einen, weil der Tourismus in unserer Region mit einem Gesamtumsatz von über 100 Mio. Euro jährlich einen wichtigen Wirtschaftszweig darstellt. Zum anderen, weil er unser aller Lebensqualität spürbar erhöht und damit einen enormen Beitrag leistet zu den demographischen Herausforderungen, vor denen unsere Gesellschaft steht.



Setzen wir uns konkrete Ziele und legen wir die Messlatte dabei hoch. Denn wir wissen ja: Wer seine Ziele ohne Mühe erreicht, hat sie zu niedrig gewählt.

M. Schmidt

Hubertus Schmidt
Tourismusdirektor



Inhalt

» DIE ONLINE-ENZYKLOPÄDIE WIKIPEDIA BESCHREIBT DIE AUFGABEN EINES LEITBILDES...

im Positiven wie folgt:

Ein Leitbild ist eine schriftliche Erklärung einer Organisation über ihr Selbstverständnis und ihre Grundprinzipien. Es formuliert einen Zielzustand (Realistisches Idealbild). Nach innen soll ein Leitbild Orientierung geben und somit handlungsleitend und motivierend für die Organisation als Ganzes sowie auf die einzelnen Mitglieder wirken. Nach außen (Öffentlichkeit, Kunden) soll es deutlich machen, wofür eine Organisation steht. Es ist eine Basis für die Corporate Identity einer Organisation. Ein Leitbild beschreibt die Mission und Vision einer Organisation sowie die angestrebte Organisationskultur. Es ist Teil des normativen Managements und bildet den Rahmen für Strategien, Ziele und operatives Handeln.

Und im Negativen:

Nur selten haben... Leitbilder etwas mit der tatsächlichen Unternehmenskultur zu tun; meist sind es mehr Wunschvorstellungen als Beschreibung der kulturellen Wirklichkeit.

In diesem Sinne verstehen wir unser Leitbild als einen fortlaufenden, konstruktiven Prozess, der einer regelmäßigen gemeinsamen Überprüfung, Weiter- und Neuentwicklung durch alle Beteiligten bedarf. Dabei fassen wir den Kreis der Beteiligten weit. Neben den haupt- und ehrenamtlich Agierenden laden wir alle am Tourismus partizipierenden Leistungsträger, Unternehmen und Organisationen zu einem konstruktiven Dialog ein.

1. IMAGE UND KERNAUSSAGE
LEITBILD 2020

7

2. ZIELGRUPPEN
UND IHRE BEDÜRFNISSE

8

3. ALLEINSTELLUNGSMERKMALE

9

4. KERNKOMPETENZEN

10-17

5. PERSPEKTIVISCHE
KOMPETENZFELDER

18

6. AKTEURE UND PARTNER –
ORGANISATIONSSTRUKTUREN

19

7. MARKETING- UND
KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE

21



Echt.

Botschaft

1. IMAGE UND KERNAUSSAGE LEITBILD 2020

Dafür steht die Marke Schmallenberger Sauerland



Wer ein Image aufbauen will, muss sich bekannt machen und dabei Profil zeigen. Wer ein positives Image aufbauen will, muss halten, was die Werbung verspricht. Wer auf Dauer im Markt bestehen will, muss seine Produktversprechen leben, eine Marke bilden, sich auf seine Stärken fokussieren und diese schärfen, um so aus der Vielzahl der Produkt- sprich Kaufalternativen herauszustechen und zu überzeugen.

Für das Schmallenberger Sauerland und die Ferienregion Eslohe heißt dies:

Ehrlich. Authentisch. Herausragend. Der Tourismus unserer Region setzt Maßstäbe, weit über die Grenzen des Sauerlandes hinaus. Wir verstehen uns als Vorreiter und Qualitätsführer in den Bereichen Naturerlebnis, Gastlichkeit und Wohlfühlen und heben uns über diesen Anspruch aus der Vielzahl der deutschen Mittelgebirgsdestinationen heraus. Unser Claim Land.Liebe.Lebensart. bringt auf den Punkt, was unsere Kernzielgruppen Genussurlauber und Familien mit Kindern bei uns erwarten dürfen: beste, naturnahe Erholung und gelebte Gastlichkeit in einer Heimat auf Zeit.




Schmallenberg^{er}
Sauerland

» IMAGE

(von engl. image für Bild, Abbild, Darstellung, deutsch entsprechend Ruf) bezeichnet das innere Gesamt- und Stimmungsbild bzw. den Gesamteindruck, den eine Mehrzahl von Menschen von einem Meinungsgegenstand hat (z. B. von einer Person oder Personengruppe, von einer Organisation, von einer Stadt oder Ortschaft, von einem Unternehmen, einem Produkt, insbesondere einem Markenprodukt, oder einem Standort). Dieser Gesamteindruck ist eine subjektive Kategorie, er muss nicht objektiv richtig sein. Gleichwohl beeinflusst oder steuert er das Verhalten der Menschen, etwa das Kauf- und Wahlverhalten. Ein Image entsteht vor allem affektiv auf der Gefühlsebene und reflektiert positive sowie negative Assoziationen, wobei Informationen oder Wahrnehmungen Anderer den Gesamteindruck mitprägen können. Das Wort „Image“ gehört zu den 100 Wörtern des 20. Jahrhunderts.





Bedürfnisse

2. ZIELGRUPPEN UND IHRE BEDÜRFNISSE

Heile Welt als Ausgleich zum Alltag



Natur erleben in einer „heilen“ dörflichen Welt. Ruhe finden abseits des stressigen, digitalisierten Alltags. Authentische Gastlichkeit genießen, ohne Schau, auf hohem Niveau. Eine gut erreichbare Heimat auf Zeit, zum Kraftschöpfen für den Alltag. Das Schmallenberger Sauerland und die Ferienregion Eslohe sorgen mit ihrem Angebot für nachhaltige Erholung. Unspektakulär und überzeugend, und ganz im Sinne des Trendthemas Work-Life-Balance.

Unsere Zielgruppen: Familien mit jüngeren Kindern und (aktive) Genussurlauber ab 40 Jahren. Eine zunehmende Rolle spielen zudem die Generation 70+, die fit und dem Berufsleben entkommen, gern 7 Tage und mehr bucht, aber weite Anreisen scheut, sowie Tagestouristen, die „einfach einen Tag raus“ wollen.

Damit ergibt sich eine große Schnittmenge mit den Zielgruppen des Sauerland Tourismus und Tourismus NRW.

Des Weiteren gilt es, Gastgeber, Leistungsträger, Gremien und Einheimische stärker über die Lebensqualität fördernde Arbeit der KFS zu informieren, und sie als heimatstolze Multiplikatoren und Mitstreiter zu gewinnen.

» **AUFGABEN / HERAUSFORDERUNGEN:**

- Beobachtung der Zielgruppen/Lebensstilgruppen
- Beobachtung der zunehmenden Individualisierung von Bedürfnissen
- Generierung von Übernachtungen während der Woche
- Schaffung von Allwetter-Angeboten
- Entwicklung einer Kommunikationsstrategie „Partner vor Ort“

» **ZEITFENSTER**

- Sofort und fortlaufend

» **ZUSTÄNDIGKEIT**

- KFS in Zusammenarbeit mit FH Südwestfalen
- Sauerland Tourismus
- Tourismus NRW
- Kommunen
- Schmallenberg Unternehmen Zukunft



Herausragend

3. ALLEINSTELLUNGSMERKMALE

Stärken stärken

Was zeichnet unsere Region aus? Worin liegen ihre Stärken? Was können wir besser als andere vergleichbare Destinationen und in welchem Segment?



Die sechs wichtigsten Aspekte in aller Kürze:

Landschaft: Die intakte Naturlandschaft wird durch eine bemerkenswerte (Wander)Infrastruktur erlebbar. Zusammen mit den sehr gepflegten Dörfern bildet sie eine Sehnsuchtskulisse, eine Art „Bullerbü“. Ihre unüberhörbare Stille wird als Luxus und Gegenpol zum Alltag wahrgenommen.

Lage: Man kommt schnell und staulos bei uns an: binnen ein bis zwei Autostunden von den Zentren an Rhein, Main und Ruhr.

Gastgeber: Sie stehen für eine hohe Produktqualität und wissen ihre oft lange Tradition gekonnt, stilsicher und authentisch mit der Moderne zu verbinden. In der meist und höchst besternten Ferienregion NRWs ist jeder Gast eine Person mit Namen, jeder Gastbetrieb eine Adresse mit persönlichem Profil.

Heimatliebe: Die tiefe Verwurzelung und Identifikation der Einheimischen mit ihrer Heimat ist im Kleinen wie im Großen spürbar – im lebendigen Dorfleben wie im malerischen Ortsbild.

Kommunale Stärke: Die Wirtschaft funktioniert dank ihrer ausgewogenen Struktur. Stadtentwicklung und Ortsgestaltung werden im Dialog zwischen Kommune, Wirtschaft und Bürgern geplant, der Einzelhandel überzeugt mit Fachhandelsqualität.



» AUFGABEN / HERAUSFORDERUNGEN:

- Weiterentwicklung von Corporate Identity und Corporate Design
- Ausschreibung eines Agentur Pitches
- Zusammenarbeit mit dem Arbeitskreis Einzelhandel z. B. zu den Themen gemeinsames Card-System, Optimierung der Öffnungszeiten, Sicherung des Fachhandels

» ZEITFENSTER

- 2017 ff

» ZUSTÄNDIGKEIT

- KFS in Zusammenarbeit mit Partnern und Gremien
-

Vorreiber...





4. KERNKOMPETENZEN

Stärken stärken...

Erinnern Sie sich noch an die Anfänge des „Neuen Wanderns“? An die Eröffnung des Rothaarsteigs, die Kraftanstrengungen für die Umsetzung einer einheitlichen, bis heute europaweit vorbildlichen Wanderwegeauschilderung? An die kühne Idee des Wald-SkulpturenWegs? An die Gründung des „Schmallenberger Kinderlandes“ und der „Sauerländer Wandergasthöfe“? An die Auszeichnung der „Sauerland Wanderdörfer“ als erste Qualitätswanderregion Deutschlands? An die Eröffnung von Lenneroute und SauerlandRadrिंग? An den Ausbau der Golfplätze in Winkhausen und Sellinghausen zu 27- bzw. 18-Loch-Anlagen?

Der Tourismus in der Region um Schmallenberg und Eslohe hat in den vergangenen 15 Jahren Enormes erreicht. Dank Millioneninvestitionen wurde eine ausgezeichnete Infrastruktur geschaffen, die Region, Natur und Kultur zeitgemäß und sinneorientiert erlebbar macht.

Aber: Andere Mittelgebirgsdestinationen haben aufgeholt. Die Erwartungshaltung und die Bedürfnisse der Gäste haben sich verändert. Vor den sportlich-aktiven Freizeitbeschäftigungen rangieren heute häufig Ruhe, Weite und Naturerlebnis als Buchungsmotivation. Viele Gäste suchen im Urlaub den erdenden Ausgleich zur Hektik und zur immerwährenden Erreichbarkeit in einem stark digitalisierten Alltag.

Eine Steilvorlage bezogen auf das Angebot und die Struktur des Schmallenberger Sauerlandes und der Ferienregion Eslohe. Profilieren wir unser naturgegebenes Potenzial weiterhin – als solide Basis unseres touristischen Erfolges...



Natur erleben

4.1 KERNKOMPETENZ NATURNAHE ANGEBOTE

Aktiv entspannen

Themenwanderungen, Barfuß- und Baumwipfelpfade, Hüttentage für Familien, besondere Aussichten und Malerwinkel, Lieblingsplätze an Flussläufen und auf Wasserflächen – der Zugang zur Natur erfolgt vielfältig und über alle Sinne. Zu Fuß wie auf dem Rad oder auf dem Golfplatz, im Sommer wie im Winter und gerne bequem, barrierearm und serviceorientiert.

» AUFGABEN, HERAUSFORDERUNGEN UND ZEITFENSTER:

WANDERN:

	Zeitfenster
■ Bestehende Themenwege, Erlebnispunkte, Aussichtsplattformen aufwerten und zeitgemäß anpassen, neue Themen auf bestehenden Wegen bespielen	2017 ff
■ Belebung Sauerland Höhenflug im Bereich Schmallenberg/Eslohe	2017 ff
■ Sicherung des Ist-Standes der Wanderwegestruktur	sofort und fortlaufend
■ Barrierefreie Komfortwege	2017 ff
■ Thema „Wasser“ stärker inszenieren	2017 ff
■ Örtlichen VV's Hilfestellung bei Schaffung von Lieblingsplätze geben	2018 ff
■ Optimierung ÖPNV, Ausbau der Systeme Wander-Shuttlebus und Wandertaxi	sofort
■ Optimierung der digitalen Wander-Informationen und bessere Vernetzung der Informationen	

» ZUSTÄNDIGKEIT

- KFS in Zusammenarbeit mit Partnern (ÖPNV, VVs, SGV, DSV, Wintersport-Arena, Golfclubs)

» DEUTSCHER WANDERTAG 2019

2019 stehen Schmallenberg und Winterberg im Rahmen des Deutschen Wandertages im Focus des deutschlandweiten Wanderer-Interesses. Mehr als 20.000 Besucher und eine enorme Medienpräsenz bieten uns und unserer Region eine einmalige Bühne für unsere Kernkompetenz Wandern. Die Zeit bis 2019 sollten wir optimal nutzen, um im Idealfall die Veranstaltung als Präsentation und Höhepunkt einer vorangegangenen zielgerichteten Entwicklung unserer Region zur führenden Wanderregion, zu sehen.

Die kommenden drei Jahre sind weniger Vorbereitung einer Veranstaltung, sondern vielmehr ein durchgehend innovativer und positiver Prozess zur Optimierung unseres Tourismusangebotes. Neue Schwerpunkte, wie beispielsweise barrierefreies Wandern, familienfreundliches Wandern oder weitere zielgruppengerechte Nischenangebote, sollten dabei in den Focus gerückt werden. Dazu wird ein eigenes Kommunikations- und Innovationskonzept entwickelt, das in einem Nachtrag die Aufgaben und Bereiche dieses Leitbildes in den kommenden Jahren ergänzen wird. Kommunen, Tourismusanbieter, Vereine und Verbände sollen in diesen Prozess eingebunden werden und mit vereinten Kräften einen Entwicklungs-Schub für die gesamte Region auslösen. Drei starke Partner, die Stadt Schmallenberg, die Stadt Winterberg sowie der SGV-Hauptverband, machen sich ab sofort auf den Weg – buchstäblich - zum Deutschen Wandertag 2019.



RADFAHREN:

Zeitfenster

- Umfassender Ausbau der Fahrradverleih-Infrastruktur, insbesondere von E-Bikes 2017 ff
- Aufbau einer Radwegebeschilderungs-Struktur 2017 ff
- Entwicklung weiterer zielgruppengerechter Tourentipps 2017 ff



GOLF:

Zeitfenster

- Nutzung des USP 27-Loch des Golfplatzes Winkhausen (spontane Startzeiten, am meisten von Gastspielern frequentierter Golfplatz NRWs) 2017 ff
- Konsequenter Ausbau der Vermarktung des Themas Golf (z. B. Kindergolfschule, Familienangebote, golfverwandte Angebote (Fußballgolf)) 2017 ff



WINTERWANDERN / WINTERROMANTIK:

Zeitfenster

- Konsequenter ausbauen und professionalisieren (Öffnungszeiten Hütten, Kutschfahrten, Kommunikation geräumte Winterwanderwege) 2017 ff
- Definition/Umsetzung eines Qualitätsstandards „Winterwanderweg“ in Anlehnung DSV und Wintersport-Arena 2017 ff
- Ausbau des Angebots Schneeschuhwandern 2017 ff
- Im alpinen Bereich: Nähe zum Angebot der Wintersport-Hochburg Winterberg nutzen ab sofort

Kultur

4.2 KERNKOMPETENZ KUNST UND KULTUR Beeindruckende Vielfalt auf nationalem Niveau



Ein Füllhorn auf bemerkenswert hohem Niveau. Auch im Bereich Kunst und Kultur setzen das Schmallenberger Sauerland und die Ferienregion Eslohe Maßstäbe. Weit über die Grenzen des Sauerlandes hinaus:

- In den Dörfern und Weilern der Region leben und schaffen ungewöhnlich viele Bronzeschmiede, Metallbildhauer, Glasgestalter, Maler, Bildhauer und Fotografen.
- Das kunsthaus alte mühle mit Lenneatelier, Sommerakademie am Rothaarsteig und Jugendkunstschule hat sich zu einem kulturellen Zentrum entwickelt.
- Das Musikbildungszentrum Südwestfalen in Bad Fredeburg hat sich binnen kürzester Zeit enormes Ansehen als idealer Veranstaltungsort für Proben, Workshops und musikalische Qualifizierungsmaßnahmen erworben.
- Der WaldSkulpturenWeg ist deutschlandweit einzigartig.
- Klagen vielerorts Musik- und Gesangsvereine über Nachwuchs und Zulauf, haben sich Schmallenberger und Esloher



- Kapellen und Chöre einen klangvollen Namen gemacht. Die Wormbacher Sommerkonzerte gelten als Institution.
- Gleich vier Museen in Eslohe (DampfLand-Leute - Museum), in Fleckenberg (Historische Besteckfabrik), Holthausen (Schieferbergbau- und Heimatmuseum), und Bad Fredeburg (Gerichtsmuseum) halten die Sauerländer Kulturgeschichte auf spannende Weise lebendig.
- Das Kloster Grafchaft und die Kirchen in Wormbach und Berghausen prägten die Christianisierung der Region und das kirchliche Leben über Jahrhunderte. Sie sind von großer kulturhistorischer Bedeutung.
- Kreative, innerstädtische Ausstellungen wie die „Alltagsmenschen“ und die „Textile“ erreichten eine breite Öffentlichkeit.
- Ebenso die Angebote der Spirituellen Sommer seit 2013, des Kunstverein PRO FORMA Eslohe sowie der Kulturellen Vereinigung Schmallenberg

» **AUFGABEN / HERAUSFORDERUNGEN:**

- Vielfalt des Vorhandenen kommunizieren
- Herausgabe eines „Marco Polo-Reiseführers“
- Zusammenarbeit der beteiligten Akteure festigen
- Kommunikation bündeln und offensiver gestalten

» **ZEITFENSTER**

- 2018-2019

» **ZUSTÄNDIGKEIT**

- KFS in Zusammenarbeit mit Partnern (Kommunen, MBZ Südwestfalen, kunsthaus alte mühle, sauerlandArt, Museen, Vereine)



Entspannung

4.3 KERNKOMPETENZ WELLNESS / GESUNDHEIT / WOHLFÜHLEN

Viel mehr als Massage und Beauty



Wellness ist ein dehnbare Begriff, den jeder Mensch individuell versteht und der inflationär gebraucht wird. Wellness ist viel mehr als Massage und Beauty.

Für den Naturliebhaber ist Wellness das aktive Erleben von Landschaft. Für den Ruhe Suchenden ist Wellness eine Auszeit zum Innehalten, zum Sinne erden und zum Erfahren von Spiritualität. Für den Gesundheitsorientierten geht es um nachhaltige Behandlungen, um Aufatmen oder auch allergikergerechte Angebote. All diesen Menschen gemein: Der Wunsch sich etwas Gutes zu tun aus Verantwortung gegenüber sich selbst. Helfen wir Ihnen dabei – mit Angeboten zum Wohlfühlen und zum Gewinnen neuer Energie.

» AUFGABEN / HERAUSFORDERUNGEN:

- **Auf Betriebsebene:**
 - auch kleine Häuser brauchen einen kleinen, feinen Wohlfühlbereich
- **Auf Regionsebene:**
 - weitere allergikerfreundliche Betriebe gewinnen
 - Zeitgemäße Weiterentwicklung der Kurparkanlagen
 - Integration des Heilstollenangebotes
- **Auf Ebene GesundheitsServiceZentrale:**
 - inhaltlich und namentlich anpassen, klare Aufgabendefinition



■ Auf Marketingebene:

- Kommunikation der Wellness- und Gesundheitskompetenz als präventiver Wohlfühl- und Erholungsfaktor
- ECARF als etwas für die Region Selbstverständliches bewerben
- seelische Ansprache deutlicher herausarbeiten
- Kommunikation mit den Fachkliniken

» ZEITFENSTER

- 2017-2018

» ZUSTÄNDIGKEIT

- KFS in Zusammenarbeit mit Betrieben, Kommunen, VV Bad Fredeburg

Kulinarik

4.4 KERNKOMPETENZ GASTRONOMIE / KULINARIK

Echt und ausgezeichnet



Echt und lecker präsentiert sich das kulinarische Angebot in der Region. Es reicht von der selten gewordenen Hausmannskost im kleinen Gasthof mit gemütlichen Nischen über die Brotzeit oder hausgebackenen Kuchen vor einer rustikalen Wanderhütte bis hin zum feinen 5-Gang-Menü mit korrespondierenden Weinen in leger elegantem Ambiente.

Doch das allein macht es nicht aus: Es ist die familiäre Verbindlichkeit und die charmante Hemdsärmeligkeit, mit der jedes Pils und jeder Teller serviert werden. Land. Liebe. Lebensart. eben. Frisch, regional und einfach unwiderstehlich.



» **AUFGABEN / HERAUSFORDERUNGEN:**

- Kulinarische Qualität, Dichte und Vielfalt herausstellen und in Kernthemen einbinden (z. B. über Storytelling, kulinarischen Reiseführer oder Regionskochbuch sowie über kulinarische Events)
- Verfügbarkeit von Kulinarischer Stadtführung und Kulinarischen Wanderungen erhöhen
- Slow Food, Bio, Regionalität, Frische stärker bespielen
- Erarbeitung eines Konzepts für einen Shop/Hofladen mit regionalen Produkten; Zielgruppe: Gäste (Mitbringsel), Einheimische („Viele“ regionale Produkte in einem Geschäft), ggf. als LEADER-Projekt



» **ZEITFENSTER**

- 2018

» **ZUSTÄNDIGKEIT**

- KFS in Zusammenarbeit mit Betrieben und Verkehrsvereinen, Kommunen / LEADER

Familien

4.5 KERNKOMPETENZ FAMILIENURLAUB

Erstklassiger Familienspaß



Naturnaher Familienurlaub nah bei. Die Erfolgsgeschichte des „Schmallenberger Kinderlands“ bringt die Kompetenz und Akzeptanz unserer Region als Destination für Bauernhof-Urlaub mit Babys und Kleinkindern auf den Punkt.

Wer dem Bauernhof ein Komfort-Hotel mit Wellness-Angebot vorzieht, macht seit 2014 zudem erstklassigen Urlaub in den bis dato 13 „Familienhotels im Sauerland“.

Für Freizeitspaß sorgen attraktive (wetterunabhängige) Ziele wie das THIKOS Kinderland, die Kletterhalle Sauerland, Erlebnisbäder, Museen und weitere Freizeitziele in den Nachbarorten.



» AUFGABEN / HERAUSFORDERUNGEN:

- Fortlaufende Weiterentwicklung des Angebots analog zu den sich verändernden Bedürfnissen von Familien
- Ausbau des Angebots Familienurlaub in der Betriebskategorie Ferienwohnungen (in Kombination mit der Schmallenberger Sauerland Card)
- Weiterentwicklung des Kinderferienprogramms zu einem beständigen Ganzjahresprogramm von hoher Qualität

» ZEITFENSTER

- 2017 ff

» ZUSTÄNDIGKEIT

- KFS in Zusammenarbeit mit Schmallenberger Kinderland, Familienhotels im Sauerland, Betrieben und Verkehrsvereinen

Schmallenberger
Kinderland

Familien
HOTELS im Sauerland

Zukunft

5. PERSPEKTIVISCHE KOMPETENZFELDER

Die Zukunft gestalten

Die Themen (E-)Mobilität, Tagestourismus und wetterunabhängige Angebote spielen immer wichtigere Rollen im Tourismus. Fläche und Besiedlungsstruktur unserer Region stellen den ÖPNV vor große Herausforderungen, die Zahl der Tagestouristen nimmt seit Jahren kontinuierlich zu, ebenso die Nachfrage nach wetterunabhängigen Freizeitziele. Diesen Entwicklungen begegnen wir vorausschauend und aktiv:

» AUFGABEN / HERAUSFORDERUNGEN:

- Optimierung des Angebotes Wander- und Sightseeingbus
- Erhalt des kostenlosen Busfahrens
- Weiterentwicklung moderner Mobilitätskonzepte mit dem ÖPNV und den Bürgerbussen
- Siehe auch Aufgaben „Biken“
- Entwicklung eines LEADER-Projekts (E-)Mobilität

- Beratende Unterstützung eines Projektes „Tages-Erlebnis-Bauernhof“
- Ausbau des Schmallenberger Sauerland Card-Systems zu einer Tages-Gästekarte
- Entwicklung einer Kommunikationsstrategie zur Erreichung von Tagestouristen

» ZEITFENSTER

- 2017-2018

» ZUSTÄNDIGKEIT

- KFS in Zusammenarbeit mit ÖPNV, Kommunen / LEADER, Gremien



Partner

6. AKTEURE UND PARTNER – ORGANISATIONSSTRUKTUREN

Kräfte bündeln – Synergien erzielen

Mit der Privatisierung des „Verkehrsamtes“ ging Schmallenberg 1992 deutschlandweit neue Wege. Stadt und Gesamtverkehrsverein zahlen seitdem gemeinsam auf die Marke Schmallenberger Sauerland ein. Seit 2004 ergänzt um die Gemeinde Eslohe und den Tourismusverband Eslohe.

Flache Hierarchien und ein faires, vertrauensvolles Miteinander aller Akteure haben in dieser Zeit ein großes, gut funktionierendes Netzwerk für die Branche geschaffen. Um den Herausforderungen der Zukunft gerecht zu werden, gilt es nun, eine noch stärkere Verzahnung mit anderen Organisationen und Interessensgemeinschaften herbeizuführen, um weiterhin Kräfte zu bündeln und Synergien zu erzielen in Fragen, die alle betreffen.



» AUFGABEN / HERAUSFORDERUNGEN:

- Bestehende Informations- und Netzwerkstrukturen mit Partnern festigen und hinsichtlich Transparenz und Effektivität optimieren
- Firmenname, Strukturen, Handlungsfelder und Aufgaben der KFS überprüfen und anpassen
- Zusammenwachsen von Tourismus und Wirtschaft forcieren
- Allianz mit SUZ, Wirtschaft, WIFO, IHK, DEHOGA, Arbeitsamt, Schulen etc., um Fachkräftemangel entgegenzuwirken
- Optimierung der Öffnungszeiten aller Freizeiteinrichtungen, insbesondere der Museen
- Schaffung eines Pools von Reiseleitern, Wander- und Stadtführern etc.
- Definition der Rechte und Pflichten der Leistungsträger
- Fortführung einer Projektklinie „Pensionen 2.0“



- Erstellung eines Leitfadens „Qualitätsgasthof“, Ausbau der Initiative „Gastro-Check“, Präsentation von Best-Practice-Beispielen
- Schaffung von mehr Gruppenzielen (Ferienwohnungen, -häuser)
- Ausbau und Optimierung des in Aufbau befindlichen Ausschilderungssystems
- Raum-, Gebäude- und Personalsituation der KFS hinterfragen und künftigen Aufgaben anpassen



» ZEITFENSTER

- 2017 ff

» ZUSTÄNDIGKEIT

- KFS in Zusammenarbeit mit Kommunen und Gremien, Wirtschaftsförderung, DEHOGA, Arbeitsamt, IHK, Leistungsträgern, Freizeiteinrichtungen, Land- und Forstwirtschaft



Konzept

Strategie

7. MARKETING- UND KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE Klasse zeigen – Profil weiter schärfen

Die Positionierung unserer Region als „edel“ und „echt“, als „Sylt des Sauerlandes“, verlangt eine weitere Schärfung ihres Profils in der Kommunikation nach außen wie nach innen.



» AUFGABEN / HERAUSFORDERUNGEN:

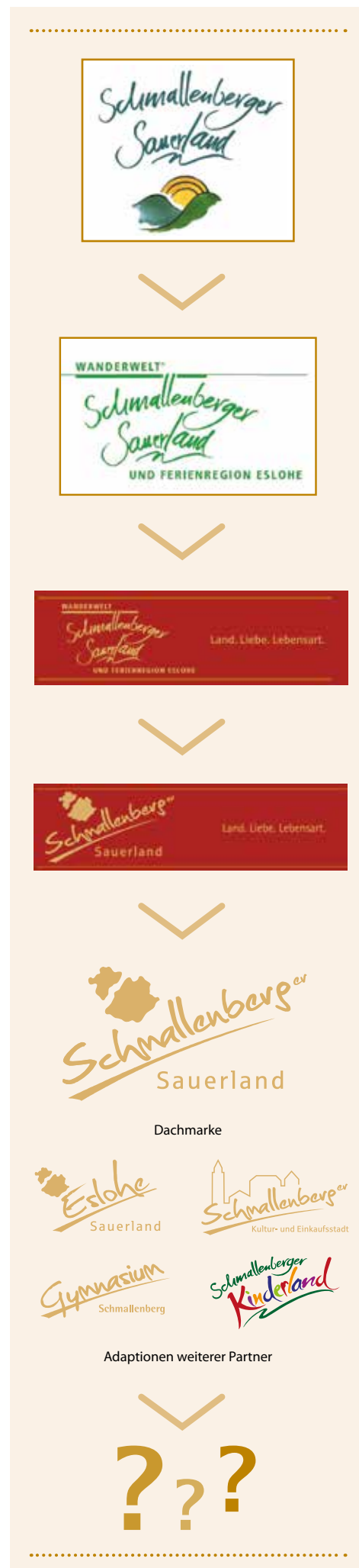
- Entwicklung eines prägnanteren Logos
- Weitere Abstimmung der Bildsprache anhand der definierten Kernzielgruppen
- Qualität des Bildarchivs halten und ausbauen
- Intensivierung des Stammkunden-Marketings
- Entwicklung neuer Kommunikationswege (Live Support per Face time, soziale Medien)
- Ausbau der mehrsprachigen Angebote
- Ausbau des Binnenmarketings, Bevölkerung als Multiplikatoren gewinnen, Tourismus bedingte Lebensqualität kommunizieren

» ZEITFENSTER

- 2017 ff

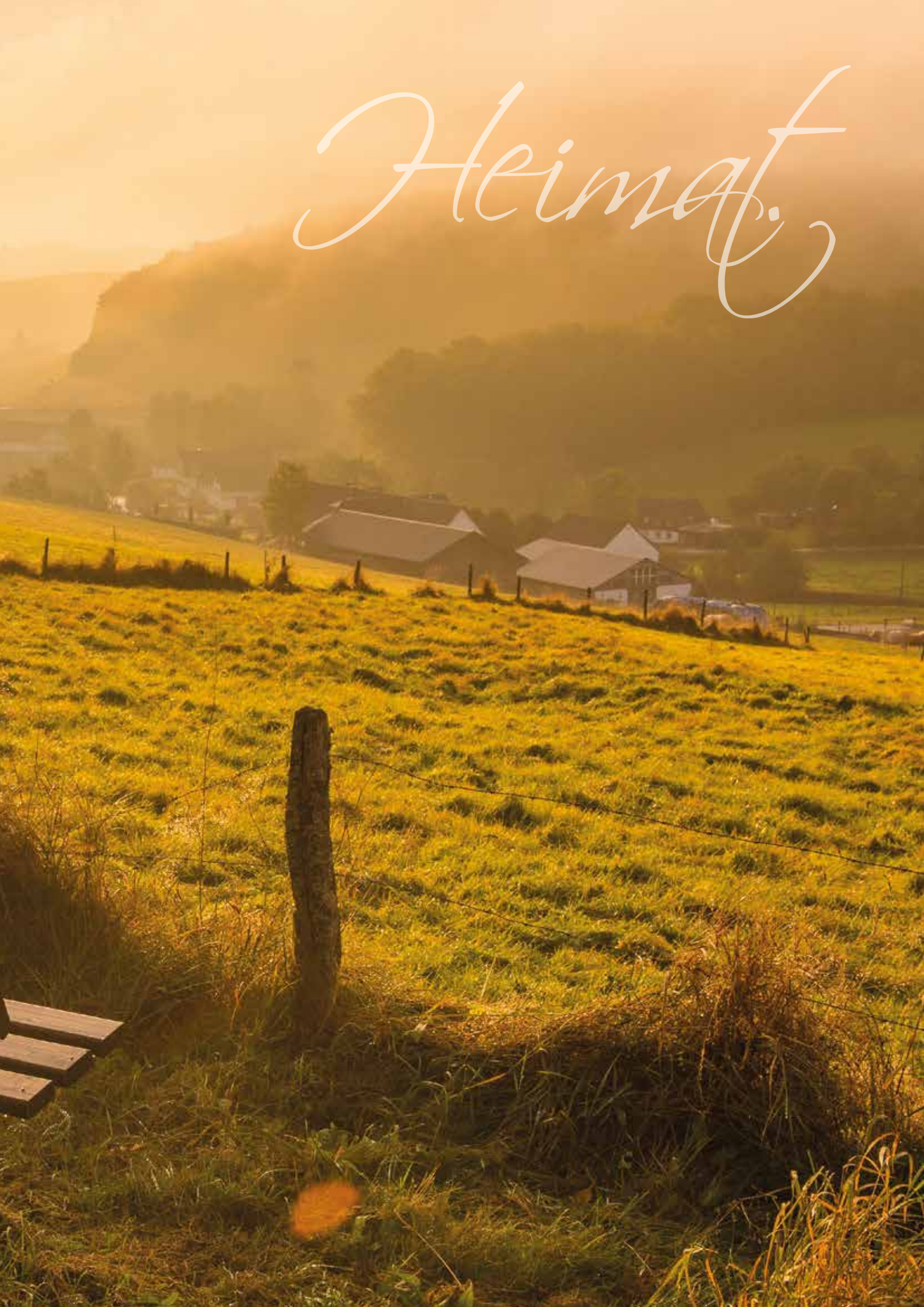
» ZUSTÄNDIGKEIT

- KFS in Zusammenarbeit mit Betrieben, Kommunen, VV Bad Fredeburg





Heimat





GÄSTEINFORMATION SCHMALLENBERGER SAUERLAND

Poststraße 7, 57392 Schmallenberg

Telefon: +49 29 72 - 97 40 - 0

Telefax: +49 29 72 - 97 40 - 26

www.schmallenberger-sauerland.de

info@schmallenberger-sauerland.de

www.facebook.com/Schmallenberger.Sauerland