

Sondernetzwerktreffen HeilbronnerLand | Aktionstag Tourismus 2024

25.10.2023 | Bad Wimpfen

Teilnehmer

Name	Vorname	Stadt/Organisation
Bauschert	Ute	Stadt Bad Wimpfen
Eggensperger	Sabine	Stadt Bad Rappenau
Hübl	Sabine	Neckar-Zaber-Tourismus
Kurz	Hans-Joachim	Heilbronn Marketing GmbH
Linnebach	Wolfram	Tourismus im Weinsberger Tal
Mahrenholz	Louisa	THL
Seegelke	Tanja	THL
Entschuldigt		
Wickenhäuser	Sandra	Stadt Eppingen
Geißler	Sabrina	Stadt Gundelsheim
Keßler	Bettina	Stadt Lauffen a.N.
Lämmle	Tanja	Stadt Bad Friedrichshall

Terminvereinbarung für den Aktionstag in 2024:

Samstag, 13.4.2024 | auch Aktionstag in allen Städten im Städtekreis BaWü

Nächster Abstimmungstermine 23.1.2024 | Landratsamt Heilbronn - Raum 25, Erdgeschoss

To Do zum 23.1.2024

- Jeder Partner mit seiner „Klientel“ die Programmpunkte.
Anmeldung von Programmpunkten = Eintrag im Veranstaltungskalender bis 1.2.2024
- Jeder Partner: Klärung ÖPNV Ticket als Bestandteil aller Angebote.
=> Ist dies im jeweiligen Ticketsystem oder Hardticketverkauf umsetzbar.
- THL klärt Preis mit HNV.
- Jeder Partner: für die PR-Berichterstattung ist ein Gewinnspiel geplant – jeder Partner stellt Preise für das Gewinnspiel

Themen & Inhalte

- Gemeinsames Oberthema „Wasser“ im Jahr 2024;
mittelfristige Idee, das jeweilige Jahresthema der TMBW aufzugreifen

Preisgestaltung

- Grundsätzlich Stadtführungen/Gästeführungen für symbolischen Betrag von 1 €
- Bei externen Zusatzleistungen wie Weinproben/Verkostungen „Berechnung“ zum Selbstkostenpreis
- Einheitliche „Preisstaffel“ 1 €/5 €/10 €/15 €/20 € usw. immer in 5er Schritten
- dezentrale Buchung – teilweise online/digital, teilweise analog

Zielgruppe - nur Bevölkerung oder auch auswärtige Gäste

- „Einheimische“ und „Auswärtige“ mit identischem reduzierten Preis/Aktionstag

Einbindung Bürgermeister & ggf. Gemeinderäte

Sondernetzwerktreffen HeilbronnerLand | Aktionstag Tourismus 2024

25.10.2023 | Bad Wimpfen

- Idee – „Kommune“ durch die Brille des (Ober-)Bürgermeister
Idee – die Lieblingsplätze der Bürgermeisters
- Lokale Prominenz oder Person des öffentlichen Lebens bieten Touren an

Marketingmaßnahmen & Kommunikation

- Andocken an die Landesaktion „DU. bist Tourismus“
- etwas für die heimische Bevölkerung tun – nicht nur für die auswärtigen Gästen
- Entscheidung über Leistungsbaustein ÖPNV beim nächsten Termin am 23.1.2024;
Seegelke klärt im Vorfeld mit HNV die Konditionen für ein Kombiticket
- Start Kommunikation: Mitte Februar/spätestens Anfang März
Meldung von Aktionen bis 1. Februar 2024
- 1 Anzeige im redaktionellen Umfeld in der HST; 1x digitales Infoboard der HST
Budget 3.000 € - redaktionell oder mit Gewinnspiel mit Freitickets für kostenpflichtige
Programmpunkte, Anfang bis Mitte März
Echo nein,
- Finanzierungsbeitrag Bad Rappenau, HMG, TiWT, NZT, Bad Wimpfen & THL je 500 €;
kleinere Partner 150 €

Erfahrungen & Best Practice der HMG

- HMG bezahlt Gästeführer für die Angebote in Heilbronn
- 30 Stunden Arbeitszeit – bei der HMG verteilt auf mehrere Mitarbeitenden
- HMG nutzt Tourismustag, um neue Angebote zu testen