



Presse-Information

Marketing-Club Schwarzwald-Baar beim Club-Abend auf Tour: Tourismusmarketing in Baiersbronn

Standortmarketing: Hotel Traube Tonbach und Gemeinde Baiersbronn erläutern Ihre Konzepte

Villingen-Schwenningen/Baiersbronn, 21. Juli 2010. Club-Präsident Prof. Alexander Doderer begrüßte beim auswärtigen Club-Abend in Baiersbronn rund 30 Mitglieder und Gäste des Marketing-Club Schwarzwald-Baar. Die Vorträge von Marketingleiterin Sabrina Dümmler vom Hotel Traube Tonbach und Gemeindeführungsdirektor Patrick Schreib gaben hochinteressante Einblicke in die Vermarktung der Sterne-bekanntes Schwarzwald-Gemeinde.

Nach Begrüßung durch Hausherrn Matthias Finkbeiner in den Räumen des mehrfach besternten Hotels Traube Tonbach erläuterte Marketingchefin Sabrina Dümmler den Gästen vom Marketing-Club Schwarzwald-Baar die wichtigsten Eckdaten sowie die Marketingstrategie ihres Hauses. So ist es nach ihrer Ansicht ganz wichtig, auch in schwierigen Krisenzeiten wirkungsvolle Marketingmaßnahmen zu ergreifen. Besonderes Augenmerk legt man darauf, die Kundenbedürfnisse noch besser aufzunehmen und in entsprechende Angebote umzusetzen. Dazu gehören nicht nur Mailings an benachbarte Länder mit Urlaubsideen anlässlich deren Nationalfeiertage. Ein Schwerpunkt ist auch die Ansprache der Familie mit passenden Angeboten um so allen Gästen ein perfektes, individuelles Urlaubsvergnügen zu ermöglichen. Das Ergebnis der Maßnahmen kann sich sehen lassen – So liegt nicht nur die Auslastung des Hotels bei rund 80 Prozent. Der gleiche hohe Anteil, nämlich 80 Prozent der Gäste, waren bereits mehr als drei Mal in der Traube Tonbach zu Gast. Weil die Betreuung der Kinder intensiviert wurde, sinkt der Altersschnitt beträchtlich. Maßnahmen zur "Familienzusammenführung" sind ein Teil des Tonbacher Erfolgsrezepts. Das fein abgestimmte Zusammenspiel der verschiedenen Gästeangebote sichert die Zufriedenheit der zumeist betuchten Tonbach-Urlauber, die Kompromissen eher abgeneigt gegenüber stehen.

Patrick Schreib, Tourismusdirektor von Baiersbronn, erläuterte dann im zweiten Vortrag des Abends die Details zum Kohärenten Destinationsmarketing. Hier geht es um eine strategisch ausgerichtete, übergreifende und ganzheitliche und damit nachhaltig wirkende Struktur, die dem Standort eine langfristige Attraktivitätssteigerung garantiert. Unter Einbindung aller relevanten Zielgruppen der Bevölkerung wurde die Positionierung des Standorts „Baiersbronn“ definiert, die daraus folgende Kommunikationsstrate-



Presse-Information

gie dann über einen detaillierten Jahresplan mit entsprechenden Marketingaktionen umgesetzt. Für Baiersbronn ist mit seinen 16.000 Einwohner und rund 7500 Gästebetten der ca. 450 Gastgeber haben sich diese Maßnahmen gelohnt. In 2009 konnten 840.000 Übernachtungen vermerkt werden, wobei die Durchschnittsaufenthaltsdauer 4,4 Tage beträgt. Verglichen mit dem gesamten Schwarzwald liegt diese Quote dort bei unter 3 Tagen. Also ein sehr gutes Ergebnis. Die 7 Michelin Sterne im Ort sind natürlich ein weiterer wichtiger Bestandteil in der Kommunikationsstrategie. Die rund 20% ausländischen Gäste, die größtenteils aus Frankreich, bestätigen dies.

Der Club-Abend fand seinen Anschluß bei einem gemütlichen Beisammensein in der Hoteleigenen Blockhütte. Nach einem kurzen Spaziergang durften die Gäste sich über feine Leckereien aus der Traube Tonbach-Küche freuen.

Pressefotos – Bildunterschriften

Bild 1:

Sabrina Dümmler, Marketingleiterin Hotel Traube Tonbach und Patrick Schreib, Tourismusdirektor Baiersbronn, informierten die Mitglieder des MCSB über Marketing und Kommunikation der Traube Tonbach und der Destination Baiersbronn.

Bild frei zur Veröffentlichung

Foto: Michael Bode

Bild 2:

Die 30 Mitglieder und Gäste des MCSB genossen in der Blockhütte des Hotels Traube Tonbach ein zünftiges Schwarzwälder Vesper.

Bilder frei zur Veröffentlichung

Fotos: Carolin Doderer

Abdruck frei, Belegexemplar erbeten.



Presse-Information

Über den Marketing-Club Schwarzwald-Baar (www.mc-sb.de):

Der Marketing-Club Schwarzwald-Baar e.V. wurde im September 2006 als einer von ca. 65 Clubs des Deutschen Marketing-Verbandes gegründet und hat heute rund 90 Mitglieder verschiedenster Branchen. Unter dem Dach des Deutschen Marketing-Verbandes versammeln sich weit mehr als 13.000 Mitglieder. Damit stellt der Deutsche Marketing-Verband nicht nur die größte deutsche Marketingorganisation, sondern auch die älteste, denn der Verband existiert seit 1956.

Marketing-Clubs stehen für regelmäßige Begegnung mit Frauen und Männern, die professionell mit Marketing zu tun haben, und das in der Regel auch in leitender Position. Marketing-Clubs stehen aber auch für Information, Meinungsaustausch und Diskussion zu verschiedensten Management- und Marketing-Themen. Dabei finden die monatlichen Veranstaltungen an unterschiedlichsten Orten in der Region und in unterschiedlichsten Formen statt. Von der Podiumsdiskussion bis zur Betriebsbesichtigung mit anschließender Vorstellung der jeweiligen Marketing-Philosophie gibt es alles. So gesehen ist der Marketing-Club Schwarzwald-Baar nicht nur die zentrale, branchenbezogene Begegnungsplattform für die Region, sondern verbindet vielmehr die Region aktiv mit den Marketing-Ballungsräumen wie z. B. München, Düsseldorf, Frankfurt, Berlin oder Hamburg. Selbstverständlich gibt es im Marketing-Club Schwarzwald-Baar auch Mitglieder, die nicht direkt im Marketing tätig sind, wohl aber dessen Bedeutung für ein erfolgreiches Geschäft überhaupt kennen: Unternehmerinnen und Unternehmer, Vertriebsleute, Personalleiter, Banker, Einzelhändler, Handwerker usw.

Kontakt:

Carolin Doderer
Geschäftsstellenleiterin
Marketing-Club Schwarzwald-Baar
Robert-Bosch-Straße 9
D - 78048 VS-Villingen
Tel: +49 (0) 7721-50 23 27
Fax: +49 (0) 7721-84 21 33
info@mc-sb.de
www.mc-sb.de

Antje Häcker
Vorstand PR und Öffentlichkeitsarbeit
Marketing-Club Schwarzwald-Baar
Robert-Bosch-Straße 9
D - 78048 VS-Villingen
Tel: +49 (0) 7721-50 23 27
Fax: +49 (0) 7721-84 21 33
info@mc-sb.de
www.mc-sb.de