



► Masterplan Tourismus 2030 für Albstadt



Detaillierter Maßnahmenplan

Albstadt, 17.12.2019

ift GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Tel: 0221 - 98 54 95 01
info@ift-consulting.de

Gutenbergstraße 74
14467 Potsdam
Tel: 0331 - 200 83 42
potsdam@ift-consulting.de

absolutGPS

Christianstraße 1
04105 Leipzig
Tel: 0341 39 28 11 07
mail@absolut-gps.com

agentur moog GmbH

Hörvelsinger Weg 29-31
89081 Ulm
Tel: 0151 57 22 52 39
info@agenturmoog.de

Nur zum internen Gebrauch. Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind lediglich mit schriftlicher Einwilligung der *ift* GmbH zulässig.

Soweit Fotos, Graphiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet wurden, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen, kann jede Wiedergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage ganz oder teilweise in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die *ift* GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die *ift* GmbH.

Handlungsfelder

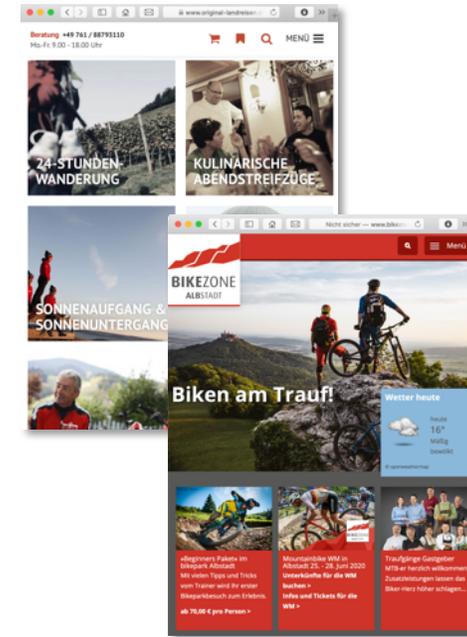
A. Infrastruktur



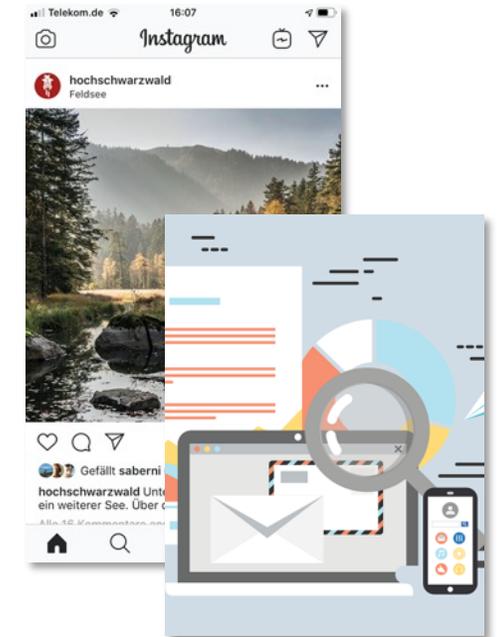
B. Betriebe



C. Angebot/Produkt



D. Vermarktung



Nr.	Maßnahmen A. Infrastruktur	Priorität	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
A1	Traufgänge Wegemanagement (M1+3)	●●●	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
A2	Entwicklung Traufgängerle	●			x	x		x	x				
A3	Traufgänge Wegepatenschaften	●●●	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
A4	Trekkingplätze für Abenteuerwanderer	●		x	x								
A5	Einrichtung eines Mobilitätszentrums	●●		x	x								
A6	Ausbau des MTB-Angebotes (M 7)	SP	x	x	x	x	x	x		x		x	
A7	Optimierung des bestehendes MTB-Angebotes	●●●	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
A8	Optimierung der Service-Infrastruktur MTB	●●	x		x		x		x		x		x
A9	Loipenmanagement (M 11)	●●●	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
A10	Baumwipfelpfad Albstadt	●●●	x	x	x	x							
A11	ÖPNV-Anbindung optimieren	●●●	x	x	x	x	x						
A12	Integration der Traufgänge / BIKEZONE in das Stadtbeschilderungskonzept	●●		x	x	x							

SP = Schlüsselprojekt

Maßnahme

Traufgänge Wegemanagement

Ziel

Nachhaltiger Erhalt und Pflege der Premium-Wanderwege Traufgänge

Hintergrund/Herausforderung

Aufgrund von Extremwetterereignisse vermehrte Instandsetzung der Wegeinfrastruktur notwendig. Erhalt der Zertifizierungsvoraussetzungen

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Regelmäßige Kontrolle der Wege
- ▶ Ausschneiden der Wege und Aussichtsplätzen
- ▶ Kontrollierung Beschilderung
- ▶ Rezertifizierungen
- ▶ Kontrolle der Möblierung/Beschilderung
- ▶ Verkehrssicherung

- ▶ Erneuerung / Verbesserung der Möblierung
- ▶ Teilweise Wegebau / Instandsetzung der Wege

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, Albverein, Bauhof, Forst

Finanzierung

- ▶ Amt KTB

A. Infrastruktur

A1 Traufgänge
Wegemanagement

A2 Entwicklung Traufgängerle

A3 Traufgänge
Wegepatenschaft

A4 Trekkingplätze für
Abenteuerwanderer

A5 Einrichtung eines
Mobilitätszentrums

A6 Ausbau des MTB-
Angebots

A7 Optimierung des
bestehenden MTB-Angebots

A8 Optimierung der Service-
Infrastruktur MTB

A9 Loipenmanagement

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Entwicklung Traufgängerle

Ziel

Schaffung weiterer 1-2 Premium-Spazierwege

Hintergrund/Herausforderung

Kurze Rundwege sind derzeit im Wandersegment auf dem Vormarsch. Insbesondere vor dem Hintergrund des demographischen Wandels sind Premium-Spazierwege und kurze Wegeformate zukunftssträchtige Angebote

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Thematische Spazierwege für unterschiedliche Zielgruppen
- ▶ Entwicklung gemeinsam mit Sponsoren / Wegepaten

Meilensteine/Nächste Schritte

- ▶ Routenführung mit Übernachtungs- und Traufgänge Hüttenkonzeption abgleichen
- ▶ Themen eruieren
- ▶ Abstimmung mit Stakeholdern

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, Wegemanagement
- ▶ Wegepaten

Finanzierung

- ▶ Amt KTB in Kooperation mit Wegepaten / Sponsoren

A. Infrastruktur

A1 Traufgänge
Wegemanagement

A2 Entwicklung Traufgängerle

A3 Traufgänge
Wegepatenschaft

A4 Trekkingplätze für
Abenteuerwanderer

A5 Einrichtung eines
Mobilitätszentrums

A6 Ausbau des MTB-
Angebots

A7 Optimierung des
bestehenden MTB-Angebots

A8 Optimierung der Service-
Infrastruktur MTB

A9 Loipenmanagement

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Traufgänge Wegepatenschaften

Ziel

Bewusstseinsbildung vor Ort,
Refinanzierung Wegemanagement

Hintergrund/Herausforderung

Die Wegepflege- und das -management nimmt einen hohen Anteil des Infrastruktur-Budget ein. Mit Hilfe von Patenschaften und Sponsoren aus der heimischen Wirtschaft/Betrieben sollen diese verringert werden.

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Übernahme definierter Aufgaben durch Wegepaten (z.B. Azubis)
- ▶ Findung von Sponsoren und Partner für alle Traufgänge
- ▶ Unterstützung Forst und Bauhof
- ▶ Medienwirksame Bewerbung

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, Albverein, Bauhof, Partner wie WFG, IHK

Finanzierung

- ▶ Anschub Amt KTB

A. Infrastruktur

A1 Traufgänge
Wegemanagement

A2 Entwicklung Traufgängerle

A3 Traufgänge
Wegepatenschaft

A4 Trekkingplätze für
Abenteuerwanderer

A5 Einrichtung eines
Mobilitätszentrums

A6 Ausbau des MTB-
Angebots

A7 Optimierung des
bestehenden MTB-Angebots

A8 Optimierung der Service-
Infrastruktur MTB

A9 Loipenmanagement

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Trekkingplätze für Abenteuerwanderer und Biker

Ziel

Schaffung attraktiver naturnaher Übernachtungsangebote mit Erlebnischarakter

Hintergrund/Herausforderung

Steigende Nachfrage nach Angeboten für Trekkingabenteuer in Deutschland, zielgruppenorientierte Besucherlenkung zum Schutz der ökologisch sensiblen Gebiete

Beschreibung/Inhalte

Einrichtung von Naturerlebnis-Trekkingplätzen:

- ▶ Betreute, naturnahe Lagerplätze außerhalb von Camping- oder regulären Zeltplätzen (zunächst n=1)

im Voraus online zu buchen und über GPS-Daten auffindbar

Meilensteine/Nächste Schritte

- ▶ Gespräche mit Stakeholdern
- ▶ Planung der Standorte

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB in Kooperation mit heimischer Wirtschaft / Gastronomie

Finanzierung

- ▶ Amt KTB, Fördermittel

A. Infrastruktur

A1 Traufgänge
Wegemanagement

A2 Entwicklung Traufgängerle

A3 Traufgänge
Wegepatenschaft

A4 Trekkingplätze für
Abenteuerwanderer

A5 Einrichtung eines
Mobilitätszentrums

A6 Ausbau des MTB-
Angebots

A7 Optimierung des
bestehenden MTB-Angebots

A8 Optimierung der Service-
Infrastruktur MTB

A9 Loipenmanagement

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Einrichtung eines Mobilitätszentrums

Ziel

Trend zu nachhaltiger Mobilität im Tourismus bedienen, Lenkung durch Komfort, Anreise mit ÖPNV fördern, Auslastungsprobleme der Parkplätze an Spitzentagen minimieren

Hintergrund/Herausforderung

Motorisierter Individualverkehr derzeit meist genutztes Verkehrsmittel. Ungenügende Anbindung mit ÖPNV vor Ort

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Erstellung eines Planungs- und Realisierungskonzeptes zur multimodalen Anbindung von Gästen am Bahnhof in Albstadt mit Investoren
- ▶ Planung einer multimodalen Schnittstelle

- ▶ Einbindung bereits bestehender Angebote wie Ruftaxi, Nauf-Nab-Trauf-Bus und des öffentlichen Individualverkehrs wie Carsharing, Leihfahrräder (E-Bike), Taxi etc.
- ▶ Anbindung an die Schwäbische Alb Card
- ▶ Einbindung von Kooperationspartnern wie Verkehrsunternehmen und -verbände, Mobilitätsanbieter (E-Bike Verleih u.a.), Privatwirtschaft, SAT
- ▶ Tourist-Information vermarktet das Angebot, hat sonst keine weiteren Aufgaben

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, Wirtschaftsförderung Stadtverwaltung

Finanzierung

- ▶ Investoren / Privatwirtschaft

A. Infrastruktur

A1 Traufgänge
Wegemanagement

A2 Entwicklung Traufgängerle

A3 Traufgänge
Wegepatenschaft

A4 Trekkingplätze für
Abenteuerwanderer

A5 Einrichtung eines
Mobilitätszentrums

A6 Ausbau des MTB-
Angebots

A7 Optimierung des
bestehenden MTB-Angebots

A8 Optimierung der Service-
Infrastruktur MTB

A9 Loipenmanagement

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Ausbau des MTB-Angebotes

Ziel

Erweiterung des Streckenangebotes, Ausschilderung alternativer Trails auf bestehenden Runden, Ausschilderung besonderer Aussichtspunkte und POIs, Prüfung einer Einbindung des Bullentäle

Hintergrund/Herausforderung

Wichtige Maßnahme, um Marktführerschaft zu erreichen

Beschreibung/Inhalte

- ▶ A6.1: Differenzierung und Erweiterung des Streckenangebotes
- ▶ A6.2: Hotspots: Ausschilderung besonderer Aussichtspunkte und POIs
- ▶ A6.3: Weltmeisterlich: Prüfung einer Einbindung des Bullentäle

Schlüsselprojekt

Meilensteine/Nächste Schritte

- ▶ Umsetzungsmöglichkeiten prüfen

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, MTB-Vereine, Anbieter

Finanzierung

- ▶ Amt KTB

A. Infrastruktur

A1 Traufgänge
Wegemanagement

A2 Entwicklung Traufgängerle

A3 Traufgänge
Wegepatenschaft

A4 Trekkingplätze für
Abenteuerwanderer

A5 Einrichtung eines
Mobilitätszentrums

A6 Ausbau des MTB-
Angebotes

A7 Optimierung des
bestehenden MTB-Angebots

A8 Optimierung der Service-
Infrastruktur MTB

A9 Loipenmanagement

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Ausbau des MTB-Angebotes

A6.1 Einzelmaßnahmen

Differenzierung: Erweiterung des Streckenangebotes

Beschreibung/Inhalte

Einführung eines neuen Konzeptes, welches sowohl Albstadts Alleinstellungsmerkmale stärker einbezieht als auch die Bedürfnisse der festgelegten Zielgruppe berücksichtigt: Die Bikezone Trail-Touren. Durch die Einrichtung von Trail-Touren wird der Gast durch die Region geführt. Beschilderte Zubringer verbinden attraktive Trail-Abschnitte, welche über die gesamte Gebietskulisse verteilt sind.

Somit erkundet der Mountainbike-Tourist die Region und die einzigartige Alplandschaft, während Abfahrten unterschiedlicher Charakteristika die optimale Ergänzung zu den Rundstrecken, dem Bikepark und dem Pumptrack präsentieren. Damit bieten sich ideale Voraussetzungen für eine Ansprache derer, die segment-übergreifend unterwegs sind.

- Identifizierung von geeigneten Gebieten, in denen einzelne Trail-Abfahrten inkl. Uphill geplant werden können, ggf. durch Konsultation von Fachplanungs-Unternehmen

A. Infrastruktur

A1 Traufgänge
Wegemanagement

A2 Entwicklung Traufgängerle

A3 Traufgänge
Wegepatenschaft

A4 Trekkingplätze für
Abenteuerwanderer

A5 Einrichtung eines
Mobilitätszentrums

A6 Ausbau des MTB-
Angebotes

A7 Optimierung des
bestehenden MTB-Angebots

A8 Optimierung der Service-
Infrastruktur MTB

A9 Loipenmanagement

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Ausbau des MTB-Angebotes

A6.1 Einzelmaßnahmen (Fortsetzung)

Differenzierung: Erweiterung des Streckenangebotes

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Bau von drei Trail-Abfahrten, die sich in ihrer Charakteristik und ihrem Anspruch unterscheiden
 - optimale Einbindung der einzigartigen Landschaft durch Einsatz von professionellen Trailbauern gewährleisten. Trotz unterschiedlicher Schwierigkeitsgrade müssen die Trails für Biker jedes Erfahrungslevels ansprechend sein

- Einhaltung einer Mindestlänge der Trails von ca. 800 Metern, idealerweise mehr
- Jeweilige Ausweisung einer Uphill-Strecke zum Startpunkt, die konditionell möglichst einfach zu bewältigen ist, um die Mehrfachnutzung des Trails auch für Nicht-E-Biker attraktiv zu gestalten
- Erstellung und Einbindung hochwertiger Beschreibungen und ggf. eines GoPro-Videos der jeweiligen Strecke nach Fertigstellung
- ▶ Berücksichtigung der Zertifizierungsvoraussetzungen für die Traufgänge. **Erhalt der Premiumqualität der Traufgänge hat oberste Priorität!**

A. Infrastruktur

A1 Traufgänge
Wegemanagement

A2 Entwicklung Traufgängerle

A3 Traufgänge
Wegepatenschaft

A4 Trekkingplätze für
Abenteuerwanderer

A5 Einrichtung eines
Mobilitätszentrums

A6 Ausbau des MTB-
Angebotes

A7 Optimierung des
bestehenden MTB-Angebots

A8 Optimierung der Service-
Infrastruktur MTB

A9 Loipenmanagement

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Ausbau des MTB-Angebotes

A6.1 Einzelmaßnahmen (Fortsetzung)

Differenzierung: Erweiterung des Streckenangebotes

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Einrichtung und Beschilderung der Zubringer, welche die drei Abfahrten miteinander verbinden
 - zweckorientierte Gestaltung der Zubringer auf einfachen Forstwegen und durch die Stadt, unter Einbindung von Gastronomie- und Serviceangeboten
 - Entwicklung, Produktion und Installation entsprechender Schilder

- Erstellung von Anfahrtsbeschreibungen für die Startpunkte der drei Uphills, welche die Einstiegspunkte der Trail-Tour definieren. Perspektivisch kann eine zusätzliche Beschilderung ausgehend von einem zentralen Parkplatz in Albstadt-Ebingen einen weiteren Mehrwert bieten
- beidseitige Beschilderung der Zubringer, um Besuchern eine persönliche Gestaltung der Trail-Tour zu ermöglichen
- ▶ Einrichtung von Querverweisen auf den vier bestehenden Strecken, sollten diese an den eingerichteten Trail-Abschnitten vorbeiführen

A. Infrastruktur

A1 Traufgänge
Wegemanagement

A2 Entwicklung Traufgängerle

A3 Traufgänge
Wegepatenschaft

A4 Trekkingplätze für
Abenteuerwanderer

A5 Einrichtung eines
Mobilitätszentrums

A6 Ausbau des MTB-
Angebotes

A7 Optimierung des
bestehenden MTB-Angebots

A8 Optimierung der Service-
Infrastruktur MTB

A9 Loipenmanagement

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Ausbau des MTB-Angebotes

A6.2 Einzelmaßnahme

Optionsvielfalt: Ausschilderung alternativer Trails auf bestehenden Runden

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Prüfung von möglichen Abschnitten auf dem GONSO Trail und der APOLLO Sportrunde, die man als kurzen, alternativen Trail ausweisen kann. Ziel ist eine Erhöhung der Angebotsqualität für Familien und Gruppen mit unterschiedlichem Erfahrungslevel, die gemeinsam unterwegs sind.

Einzelmaßnahme

Hotspots: Ausschilderung besonderer Aussichtspunkte und POIs

Beschreibung/Inhalte

- ▶ aktivitätsneutrale Ausweisung von Aussichtspunkten, Sandlöchern, Burgen, Felsformationen etc. für ein erlebnisorientierteren Bike-Ausflug. Diese Ausschilderung ist für die Schwerpunktthemen MTB und Wandern gleichermaßen relevant
- ▶ Entwicklung und Installation entsprechender Schilder
- ▶ Es müssen Standorte gefunden werden, die unabhängig von den Traufgängen sind
- ▶ Möglichst getrennte Ausweisung Wandern und MTB

A. Infrastruktur

A1 Traufgänge
Wegemanagement

A2 Entwicklung Traufgängerle

A3 Traufgänge
Wegepatenschaft

A4 Trekkingplätze für
Abenteuerwanderer

A5 Einrichtung eines
Mobilitätszentrums

A6 Ausbau des MTB-
Angebotes

A7 Optimierung des
bestehenden MTB-Angebots

A8 Optimierung der Service-
Infrastruktur MTB

A9 Loipenmanagement

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Ausbau des MTB-Angebotes

A6.3 Einzelmaßnahme

Weltmeisterlich: Prüfung einer Einbindung des Bullentäle

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Einbindung des Bullentäles als langjähriger Austragungsort des Weltcups und auch der Weltmeisterschaft 2020 im Cross-Country, welches somit ein ganz besonderer Ort für Mountainbike-Enthusiasten geworden ist. Daher sollte eine Strecke am Bullentäle vorbeiführen, idealerweise eine Abfahrt möglich sein.

- ▶ Entwicklung, Produktion und Installation einer attraktiven Informationstafel, die auf Begeisterungsebene die Geschehnisse beim Weltcup darstellt. Message: Weltmeisterlich biken in Albstadt.

A. Infrastruktur

A1 Traufgänge
Wegemanagement

A2 Entwicklung Traufgängerle

A3 Traufgänge
Wegepatenschaft

A4 Trekkingplätze für
Abenteuerwanderer

A5 Einrichtung eines
Mobilitätszentrums

A6 Ausbau des MTB-
Angebotes

A7 Optimierung des
bestehenden MTB-Angebots

A8 Optimierung der Service-
Infrastruktur MTB

A9 Loipenmanagement

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Ausbau des MTB-Angebotes

A6.4 Einzelmaßnahme

Realisierung eines FlowParks

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Einbindung und Bündelung bereits bestehender Strecken und Singeltrails an einem Standort.
- ▶ Voraussetzung: Erarbeitung einer **Mountainbike-Konzeption** (siehe C8), welche im Detail unter Einbindung der Leistungspartner und Stakeholder vor Ort erstellt und umgesetzt werden muss.

A. Infrastruktur

A1 Traufgänge
Wegemanagement

A2 Entwicklung Traufgängerle

A3 Traufgänge
Wegepatenschaft

A4 Trekkingplätze für
Abenteuerwanderer

A5 Einrichtung eines
Mobilitätszentrums

A6 Ausbau des MTB-
Angebotes

A7 Optimierung des
bestehenden MTB-Angebots

A8 Optimierung der Service-
Infrastruktur MTB

A9 Loipenmanagement

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Optimierung des bestehenden MTB-Angebotes

Ziel

Streckenerweiterungen, Kombination der Routen, Generierung von Wertschöpfung, Etablierung von Qualitätsstandards, Optimierung und Familienfreundlichkeit, wetterfester Ausbau

Hintergrund/Herausforderung

Fortlaufende Qualitätsoptimierung, Ansprüche der Biker bedienen

Beschreibung/Inhalte

- ▶ A7.1: Realisierung von Umfahrungsmöglichkeiten
- ▶ A7.2: Nutzung der innerstädtischen Einkehrmöglichkeiten
- ▶ A7.3: Gegenseitige Ausweisung der Routen
- ▶ A7.4: Optimierung des Streckenmanagements

- ▶ A7.5: Optimierung des Downhill Schönhalde
- ▶ A7.6: Erweiterung des Streckenangebotes

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, MTB-Vereine, Anbieter

Finanzierung

- ▶ Amt KTB

A. Infrastruktur

A1 Traufgänge
Wegemanagement

A2 Entwicklung Traufgängerle

A3 Traufgänge
Wegepatenschaft

A4 Trekkingplätze für
Abenteuerwanderer

A5 Einrichtung eines
Mobilitätszentrums

A6 Ausbau des MTB-
Angebotes

A7 Optimierung des
bestehenden MTB-Angebots

A8 Optimierung der Service-
Infrastruktur MTB

A9 Loipenmanagement

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Optimierung des bestehenden MTB-Angebotes

A7.1 Einzelmaßnahme

Streckenerweiterung: Realisierung von Umfahrungsmöglichkeiten

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Einrichtung von Umfahrungen von schwierigen Streckenabschnitten, z. B. Downhill Schönhalde. Diese müssen beidseitig befahrbar sein:
 - damit Anfänger und Familien dennoch den Wadenbeißer genießen können
 - damit Trail-Liebhaber den Abschnitt wiederholt befahren können

A7.2 Einzelmaßnahme

Kombination: Gegenseitige Ausweisung der Routen

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Prüfung von möglichen Knotenpunkten, an denen ausgewiesene Runden miteinander verbunden werden können. So wird den Gästen eine individuelle Gestaltung der Strecken ermöglicht
- ▶ Entwicklung, Produktion und Installation entsprechender Schilder

A. Infrastruktur

A1 Traufgänge
Wegemanagement

A2 Entwicklung Traufgängerle

A3 Traufgänge
Wegepatenschaft

A4 Trekkingplätze für
Abenteuerwanderer

A5 Einrichtung eines
Mobilitätszentrums

A6 Ausbau des MTB-
Angebotes

A7 Optimierung des
bestehenden MTB-Angebots

A8 Optimierung der Service-
Infrastruktur MTB

A9 Loipenmanagement

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Optimierung des bestehenden MTB-Angebotes

A7.3 Einzelmaßnahme

Wertschöpfung: Nutzung der innerstädtischen Einkehrmöglichkeiten

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Verlegung der APOLLO Sportrunde durch die Innenstadt Albstadt-Ebingens, sodass möglichst viele Cafés und Restaurants passiert werden, z. B. durch Untere Vorstadt, Marktstraße und Sonnenstraße, anstelle der Gartenstraße. In diesem Rahmen lassen sich sowohl die Erlebnisqualität als Familientour als auch das Wertschöpfungspotenzial signifikant erhöhen

A7.4 Einzelmaßnahme

Streckenpflege: Optimierung der Strecken

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Pflege und Kontrolle aller Strecken vor Saisonbeginn
 - insbesondere Beseitigung von herabhängenden Ästen und Sträuchern
- ▶ Schaffung eines Standard-Streckenpflege-Protokolls
- ▶ zentrale Koordination des Streckenunterhalts (inkl. Protokollierung)
 - Bestimmung zuständiger Pfleger je Streckenabschnitt
 - Informierung der zuständigen Pfleger über anfallende Arbeiten, durch vierteljährliche Befahrungen der Strecken

A. Infrastruktur

A1 Traufgänge
Wegemanagement

A2 Entwicklung Traufgängerle

A3 Traufgänge
Wegepatenschaft

A4 Trekkingplätze für
Abenteuerwanderer

A5 Einrichtung eines
Mobilitätszentrums

A6 Ausbau des MTB-
Angebotes

A7 Optimierung des
bestehenden MTB-Angebots

A8 Optimierung der Service-
Infrastruktur MTB

A9 Loipenmanagement

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Optimierung des bestehenden MTB-Angebotes

A7.5 Einzelmaßnahme

Streckenentschärfung: Optimierung des Downhill Schönhalde

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Prüfung eines Umbaus des langen, geraden Steilstücks und der letzten S-Kurven-Kombination vor Ende des Trails Downhill Schönhalde. Die Abfahrt muss parallel zum Hang verlaufen, um:
 - das Flow-Erlebnis zu verbessern und für mehr Fahrspaß zu sorgen
 - den Abschnitt weniger gefährlich bei Nässe zu machen
 - den Pflegebedarf und somit die Unterhaltskosten zu minimieren

A7.6 Einzelmaßnahme

Wegequalität: Wetterfester Ausbau der Strecken

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Installation von Drainagen in Steilstücken, um Auswaschungen und Verschlammung zu minimieren
- ▶ Ausstattung von Teilstücken mit schmierigem Untergrund mit „Catch Berms“ (erhöhte Seitenränder, die Halt geben) oder durch Einsatz von Brechsand entschärfen

A. Infrastruktur

A1 Traufgänge
Wegemanagement

A2 Entwicklung Traufgängerle

A3 Traufgänge
Wegepatenschaft

A4 Trekkingplätze für
Abenteuerwanderer

A5 Einrichtung eines
Mobilitätszentrums

A6 Ausbau des MTB-
Angebotes

A7 Optimierung des
bestehenden MTB-Angebots

A8 Optimierung der Service-
Infrastruktur MTB

A9 Loipenmanagement

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Optimierung der Service-Infrastruktur MTB

Ziel

Einrichtung eines Waschplatzes und Bereitstellung eines Schlauchomates

Hintergrund/Herausforderung

Es fehlt entsprechende Infrastruktur vor Ort

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Radpflege: Einrichtung von Waschplatzes
 - Prüfung eines Standortes bei den Traufgänge-Gastgebern
 - Alternativ an Endpunkten von Touren mit hohem Waldbodenanteil bestehend aus einem Fahrradständer, ein bis zwei Gartenschläuchen und Abtropfgitter
 - Einbindung in interaktive Karte

- ▶ Ersatzteile: Bereitstellung eines Schlauchomaten
 - Installation eines Schlauchomaten an einem zentralen, einfach zu erreichenden Punkt
 - Einbindung in interaktive Karte, ebenso den Schlauchomaten bei Radhaus Winterlingen

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, MTB-Vereine, Anbieter

Finanzierung

- ▶ n.n.

A. Infrastruktur

A1 Traufgänge
Wegemanagement

A2 Entwicklung Traufgängerle

A3 Traufgänge
Wegepatenschaft

A4 Trekkingplätze für
Abenteuerwanderer

A5 Einrichtung eines
Mobilitätszentrums

A6 Ausbau des MTB-
Angebotes

A7 Optimierung des
bestehenden MTB-Angebots

A8 Optimierung der Service-
Infrastruktur MTB

A9 Loipenmanagement

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Loipenmanagement (M11)

Ziel

Qualität des Angebots an Loipen verstetigen. Optimale Präparation und Schneemanagement

Hintergrund/Herausforderung

Gäste von heute erwarten eine gepflegte und Optimal präparierte Loipe.

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Durchführung und Pflege durch Skivereine bzw. private Dienstleister, wie im Loipenkonzept vereinbart
- ▶ Beibehaltung derzeit wie gehabt
- ▶ Für die Zukunft Finanzierungsmodelle aufzeigen (Parkplatzgebühren, Vereinsmitgliedschaft, z.B. Konzept Notschrei im Schwarzwald)

Zuständigkeit

- ▶ Skiverein, Dienstleister

Finanzierung

- ▶ Amt KTB, Vereine, Dienstleister

A. Infrastruktur

A1 Traufgänge
Wegemanagement

A2 Entwicklung Traufgängerle

A3 Traufgänge
Wegepatenschaft

A4 Trekkingplätze für
Abenteuerwanderer

A5 Einrichtung eines
Mobilitätszentrums

A6 Ausbau des MTB-
Angebotes

A7 Optimierung des
bestehenden MTB-Angebots

A8 Optimierung der Service-
Infrastruktur MTB

A9 Loipenmanagement

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Baumwipfelpfad Albstadt

Ziel

- ▶ Attraktivierung von Albstadt durch ein Alleinstellungsmerkmal auf der Schwäbischen Alb

Hintergrund/Herausforderung

Infrastrukturentwicklung im Bereich Wandern als Kernthema begrenzt weiterentwickelbar

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Erlebnisorientierter Baumwipfelpfad mit Lern- und Erlebnisstationen
- ▶ Barrierearm
- ▶ Individuelle Zusatzangebote
 - Gastronomie, Rutschen, Kinderspielplatz
- ▶ Verknüpfung mit Übernachtungs- und Traufgänge-Hüttenkonzept

Meilensteine/Nächste Schritte

- ▶ Konzept- und Machbarkeitsstudie, Standortanalyse
- ▶ Investoren- und Betreiberakquisition (z.B. Erlebnis Akademie AG, Bad Kötzing)
- ▶ Umsetzungsplanung

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB

Finanzierung

- ▶ Anschub Amt KTB, Investor

A. Infrastruktur

A10 Baumwipfelpfad Albstadt

A11 ÖPVN-Anbindung optimieren

A12 Integration Traufgänge / Bikezone in Stadtbilderungskonzept

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

ÖPNV-Anbindung optimieren

Ziel

Nachhaltige und bequeme Anbindung der Traufgänge und Beherbergungsbetriebe außerhalb des Stadtkerns an den ÖPNV

Hintergrund/Herausforderung

Aus der IST-Analyse im Rahmen des Masterplan kam deutlich zum Ausdruck, dass die Anbindung an den ÖPNV nach wie vor schwierig ist. Hier sollte Abhilfe geschaffen werden, insbesondere vor dem Hintergrund der Einführung der Schwäbischen Alb Card

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Fortführung bereits bestehender Ansätze und Planungen
- ▶ Wiederaufnahme des Traufgänge-Buskonzeptes
- ▶ Kooperation mit Schwäbische Alb Card

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, Stadtverwaltung

Finanzierung

- ▶ Amt KTB

A. Infrastruktur

A10 Baumwipfelpfad Albstadt

A11 ÖPNV-Anbindung optimieren

A12 Integration Traufgänge / Bikezone in Stadtschilderungskonzept

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Integration Traufgänge/Bikezone in das Stadtbeschilderungskonzept für PKW

Ziel

Lenkung durch Komfort,
Qualitätsführerschaft im Bereich Outdoor-
Sport-Angebote und Aktivitäten weiter
ausbauen.

- ▶ Lenkung durch Komfort

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, Stadtverwaltung

Finanzierung

- ▶ Amt KTB, Stadtverwaltung

Hintergrund/Herausforderung

Neben dem bereits hervorragenden
Besucherlenkung in den Außenbereichen
Anbindung der Traufgänge/Bikezone aus
den Stadtbezirken

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Planungs- und Realisierungskonzept
für die Integration der Informationen in
die bestehende Stadtbeschilderung
erstellen
- ▶ Anbindung der touristischen
Kernthemen Wandern und Bike von
der Stadt aus

A. Infrastruktur

A10 Baumwipfelpfad Albstadt

A11 ÖPVN-Anbindung
optimieren

A12 Integration Traufgänge /
Bikezone in Stadtbe-
schilderungskonzept

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Nr.	Maßnahme B. Betriebe	Priorität	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
B1	Qualitätssicherung, insbesondere Traufgänge-Gastgeber- Kooperation (M 5)	●●●	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
B2	Umsetzung Übernachtungs- und Traufgänge-Hüttenkonzept	SP	x	x	x	x							
B3	Qualitätssicherung Beherbergung MTB und Optimierung der Einkehrmöglichkeiten (M 8)	●●●	x	x	x	x	x		x		x		x
B4	Schaffung einer einfachen Übernachtungsmöglichkeit für Outdoor-Freunde	●●	x	x	x								
B5	Entwicklung und Ansiedlung Hotellerie	●●	x	x	x	x	x						

SP = Schlüsselprojekt

Maßnahme

Qualitätssicherung Traufgänge-Gastgeber-Kooperation

Ziel

Halten der bis dato aufgebauten Qualität, Steigerung der Anzahl der Betriebe in der TTG-Kooperation

Hintergrund/Herausforderung

Bedürfnisse der Wanderer bedienen
Marketing und Vertrieb über Premium-Marke mit USP auf der Alb erhalten

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Eigene Marke „Traufgänge Gastgeber“ weiter stärken
- ▶ Weitere Partner für die TGG-Kooperation gewinnen
- ▶ Fortführung bereits bestehender Veranstaltungen zum Thema Wandern

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, TGG-Kooperationspartner

Finanzierung

- ▶ Amt KTB, Kooperationspartner

B. Betriebe

B1 Qualitätssicherung, insb. Traufgänge-Gastgeber-Kooperation

B2 Umsetzung Übernachtungs- und Traufgänge-Hüttenkonzept

B3 Qualitätssicherung Beherbergung MTB und Optimierung der Einkehrmöglichkeiten

B4 Schaffung einer einfachen Übernachtungsmöglichkeit für Outdoor-Freund

B5 Entwicklung und Ansiedlung hochwertiger Hotellerie

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Umsetzung Übernachtungs- und Traufgänge-Hüttenkonzept

Ziel

Erhöhung der Aufenthaltsqualität für Tages- und Übernachtungsgäste, Anpassung an Frequenz und Bedarfe

Hintergrund/Herausforderung

Fortführung der seit 2013 in Arbeit befindlichen Vorarbeiten/ des Übernachtungs- und Traufgänge-Hüttenkonzeptes von 2019

Beschreibung/Inhalte

- ▶ ZAV abwarten
- ▶ Integration in das Traufgänge Konzept von Albstadt
- ▶ Umsetzung und Planung in den genehmigten Arealen
- ▶ Investoren und Betreibersuche weiter fortführen

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, Stadtverwaltung, Externe Agentur

Finanzierung

- ▶ Investoren, n.n.

Schlüsselprojekt

B. Betriebe

B1 Qualitätssicherung, insb. Traufgänge-Gastgeber-Kooperation

B2 Umsetzung Übernachtungs- und Traufgänge-Hüttenkonzept

B3 Qualitätssicherung Beherbergung MTB und Optimierung der Einkehrmöglichkeiten

B4 Schaffung einer einfachen Übernachtungsmöglichkeit für Outdoor-Freund

B5 Entwicklung und Ansiedlung Hotellerie

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Qualitätssicherung Beherbergung MTB und Optimierung der Einkehrmöglichkeiten

Ziel

Erhöhung der Qualität im MTB-Beherbergungssektor

Hintergrund/Herausforderung

Servicegedanke steigern, Mountainbiker bedienen

Beschreibung/Inhalte

- ▶ B3.1: Vorbereitung und Durchführung einer Schulung
- ▶ B3.2: Integration des MTB-Beherbergungssektor in die bereits bestehenden Traufgänge-Gastgeber
- ▶ B3.3: Optimierung der Einkehrmöglichkeiten

Meilensteine/Nächste Schritte

- ▶ Umsetzungsmöglichkeiten prüfen

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, MTB-Vereine, Betriebe

Finanzierung

- ▶ Amt KTB, n.n.

B. Betriebe

B1 Qualitätssicherung, insb. Traufgänge-Gastgeber-Kooperation

B2 Umsetzung Übernachtungs- und Traufgänge-Hüttenkonzept

B3 Qualitätssicherung Beherbergung MTB und Optimierung der Einkehrmöglichkeiten

B4 Schaffung einer einfachen Übernachtungsmöglichkeit für Outdoor-Freunde

B5 Entwicklung und Ansiedlung hochwertiger Hotellerie

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Qualitätssicherung Beherbergung MTB und Optimierung der Einkehrmöglichkeiten

B3.1 Einzelmaßnahme

Qualitätssicherung: Vorbereitung und Durchführung einer Schulung

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Vorbereitung und Durchführung einer zweistündigen Schulung. Da der Gast bisher auf sich gestellt ist, muss in diesem Rahmen Gastronomen und Beherbergern nähergebracht werden, wie sich optimaler auf den Bike-Gast eingestellt und Führung gegeben werden kann:
 - wer ist der Mountainbike-Gast und was benötigt er?
 - welche Strecken, Touren und Angebote kann ich dem jeweiligen Gast empfehlen?

– welche anderen Informationen und Services sollte ich bereitstellen können?

- ▶ Einbindung der Privatunterkünfte
- ▶ Fokussierung der Veranstaltung auf den Vorteil für die Teilnehmer legen, der sich aus einer optimaleren Ausrichtung auf den MTB-Gast und der daraus resultierenden weitergehenden Vermarktung ergibt

B. Betriebe

B1 Qualitätssicherung, insb. Traufgänge-Gastgeber-Kooperation

B2 Umsetzung Übernachtungs- und Traufgänge-Hüttenkonzept

B3 Qualitätssicherung Beherbergung MTB und Optimierung der Einkehrmöglichkeiten

B4 Schaffung einer einfachen Übernachtungsmöglichkeit für Outdoor-Freunde

B5 Entwicklung und Ansiedlung hochwertiger Hotellerie

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Qualitätssicherung Beherbergung MTB und Optimierung der Einkehrmöglichkeiten

B3.2 Einzelmaßnahme

Beherbergung MTB: Traufgänge-Gastgeber für MTB-Gäste stärker qualifizieren

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Integration MTB-Gäste bei den Traufgänge-Gastgeber, die auf die Bedürfnis der MTBler eingestellt sind
Dafür muss:
 - regelmäßige Teilnahme an Schulungen und am Pflichttermin des runden Tisches MTB gesichert sein
 - eine sichere Abstellmöglichkeit für das Rad vorhanden sein
 - eine Waschmöglichkeit für das Rad vorhanden sein (Gartenschlauch ausreichend)

- eine Trocknungsmöglichkeit für nasse und dreckige Kleidung eingerichtet sein
- ▶ regelmäßige Prüfung, ob Qualitätskriterien eingehalten werden

B. Betriebe

B1 Qualitätssicherung, insb. Traufgänge-Gastgeber-Kooperation

B2 Umsetzung Übernachtungs- und Traufgänge-Hüttenkonzept

B3 Qualitätssicherung Beherbergung MTB und Optimierung der Einkehrmöglichkeiten

B4 Schaffung einer einfachen Übernachtungsmöglichkeit für Outdoor-Sportler

B5 Entwicklung und Ansiedlung hochwertiger Hotellerie

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Qualitätssicherung Beherbergung MTB und Optimierung der Einkehrmöglichkeiten

B3.3 Einzelmaßnahme

Gastronomie: Optimierung der Einkehrmöglichkeiten

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Einsatz für die Etablierung von mehr streckennaher Gastronomie (bestenfalls Biergärten), um die Erlebnisqualität und das Wertschöpfungspotenzial zu erhöhen
- ▶ Es müssen Investoren für weitere Einkehrmöglichkeiten gefunden werden
- ▶ Aufnahme des Kriteriums „Bike-Ständer in Sichtweite“ in den Kriterienkatalog für Bike-Gastronomen

B. Betriebe

B1 Qualitätssicherung, insb. Traufgänge-Gastgeber-Kooperation

B2 Umsetzung Übernachtungs- und Traufgänge-Hüttenkonzept

B3 Qualitätssicherung Beherbergung MTB und Optimierung der Einkehrmöglichkeiten

B4 Schaffung einer einfachen Übernachtungsmöglichkeit für Outdoor-Freunde

B5 Entwicklung und Ansiedlung hochwertiger Hotellerie

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Schaffung einer einfachen Übernachtungsmöglichkeit für Outdoor-Freunde

Ziel

Erhöhung der Qualität im MTB- und Outdoor-Beherbergungssektors

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, MTB-Vereine, Betriebe

Hintergrund/Herausforderung

Derzeit fehlt in diesem Sektor ein Angebot

Finanzierung

- ▶ Investor

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Schaffung eines simplen und günstigen Übernachtungsangebotes für Mountainbiker und Outdoor-Freunde, zum Beispiel in Form eines Bike-Hostels oder Hotels.
 - Beispiel: Das Spielberghaus in Saalbach, welches sich zu einem Szenetreff für Mountainbiker entwickelt hat
- ▶ Umsetzungsmöglichkeiten prüfen
- ▶ Kontaktaufnahme mit Betrieben / Investoren / Locals

B. Betriebe

B1 Qualitätssicherung, insb. Traufgänge-Gastgeber-Kooperation

B2 Umsetzung Übernachtungs- und Traufgänge-Hüttenkonzept

B3 Qualitätssicherung Beherbergung MTB und Optimierung der Einkehrmöglichkeiten

B4 Schaffung einer einfachen Übernachtungsmöglichkeit für Outdoor-Freunde

B5 Entwicklung und Ansiedlung Hotellerie

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Entwicklung und Ansiedlung Hotellerie

Ziel

Ansiedlung hochwertiger Hotellerie im **** bis ****-S-Bereich

Hintergrund/Herausforderung

Derzeit gibt es in Albstadt im Hotelbereich kein Wellnesshotel oder vergleichbar

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Unterstützung bestehender Betriebe bei der Entwicklung und Investition
- ▶ Investorensuche
- ▶ Gespräche mit lokaler Wirtschaft, SAT, ZAK

Zuständigkeit

- ▶ Stadtverwaltung, Betriebe, DEHOGA, Wirtschaftsförderung

Finanzierung

- ▶ Investoren

B. Betriebe

B1 Qualitätssicherung, insb. Traufgänge-Gastgeber-Kooperation

B2 Umsetzung Übernachtungs- und Traufgänge-Hüttenkonzept

B3 Qualitätssicherung Beherbergung MTB und Optimierung der Einkehrmöglichkeiten

B4 Schaffung einer einfachen Übernachtungsmöglichkeit für Outdoor-Freunde

B5 Entwicklung und Ansiedlung Hotellerie

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Nr.	Maßnahme Angebot/Produkt	Priorität	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
C1	Albstädter Kulturspaziergänge	●●●	x	x									
C2	Entwicklung Schlechtwetter-Angebot	●●	x	x		x		x		x		x	
C3	Erlebnis-Angebote schaffen	SP	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
C4	Einrichtung einer permanenten Koordinierungsstelle MTB	SP	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
C5	Service-Angebot für Mountainbiker	●●●	x	x		x		x		x		x	
C6	Etablierung der Alleinstellungsmerkmale für die BIKEZONE	●●●	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
C7	Sicherung der Zukunftsfähigkeit der BIKEZONE	●●	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X
C8	Mountainbike-Konzeption	●●●	x	x									

SP = Schlüsselprojekt

Maßnahme

Albstädter Kulturspaziergänge

Ziel

Einbindung der kulturellen Einrichtungen wie Museen, Industriekultur und anderer Sehenswürdigkeiten

Hintergrund/Herausforderung

Schaffung von Angeboten, welche mit Themen aufgeladen sind. Rückgang von geführten Wanderungen

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Anschub der Entwicklung von 2 - 3 geführten Kulturspaziergängen, welche die wesentlichen kulturellen Einrichtungen und Sehenswürdigkeiten einbindet
- ▶ Entwicklung von Erlebnisangeboten
- ▶ Durchführung von externen Partnern

- ▶ Angelehnt an „Kulinarische Stadtwanderung“

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, Museen und Einrichtungen, Albguides, Albverein

Finanzierung

- ▶ n.n.

C. Angebot/Produkt

C1 Albstädter Kulturspaziergänge

C2 Entwicklung Schlechtwetter-Angebot

C3 Erlebnis-Angebote schaffen

C4 Einrichtung einer permanenten Koordinierungsstelle MTB

C5 Service-Angebote für Mountainbiker

C6 Etablierung der Alleinstellungsmerkmale für die BIKEZONE

C7 Sicherung der Zukunftsfähigkeit der BIKEZONE

C8 Mountainbike Konzeption

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Entwicklung Schlechtwetter-Angebot

Ziel

Alternativ-Angebote bei schlechter Witterung / Regen

Hintergrund/Herausforderung

Laut IST-Analyse besteht wenig bis kein Schlechtwetter-Alternativ-Angebot

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Eruierung möglicher Infrastruktur und Einrichtungen, Betriebe
- ▶ Entwicklung von 2 - 3 Schlechtwetter-Angeboten mit Partnerbetrieben (Boulder-Box, badkap, Museen, Outlets, Albaquarium, u.a.)

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, u.a., z.B. Museen, badkap, Albguides, Albverein

Finanzierung

- ▶ n.n.

C. Angebot/Produkt

C1 Albstädter
Kulturspaziergänge

C2 Entwicklung
Schlechtwetter-Angebot

C3 Erlebnis-Angebote
schaffen

C4 Einrichtung einer
permanenten
Koordinierungsstelle MTB

C5 Service-Angebote für
Mountainbiker

C6 Etablierung der
Alleinstellungsmerkmale
für die BIKEZONE

C7 Sicherung der Zukunfts-
fähigkeit der BIKEZONE

C8 Mountainbike Konzeption

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Schlüsselprojekt

Maßnahme

Erlebnis-Angebote schaffen

Ziel

Neue Angebote generieren, um Bestandskunden und Neukunden mit Erlebnissen zu begeistern. Authentisch, ehrlich, draußen am Trauf.

Hintergrund/Herausforderung

Infrastruktur alleine reicht heute nicht mehr aus, um den Gast ins Zielgebiet zu locken. Es müssen emotionale und wertebasierte Angebote und Erlebnisse geschaffen werden, um Tages- und Übernachtungsgäste zu generieren

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Entwicklung von Erlebnis-Angeboten, welche auf den Markenkern Albstadts einzahlen

- Z.B. Pistenbully-Fahrt mit Wolfi (SC-Onstmettingen). Erlebe live die Power der 330 Pferdestärken des Kässbohrer Pistenbully 100
- Mit dem Förster auf der Pirsch
- ▶ Außergewöhnliche, authentische Erlebnisse
- ▶ Eruierung Partner für besonders ausgefallenen Erlebnisse und Angebote (Leistungspartner, Vereine, badkap Unternehmen, Betriebe, Museen u.a.)

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, externe Guides, Partner

Finanzierung

- ▶ Marketing: Amt KTB

C. Angebot/Produkt

C1 Albstädter Kulturspaziergänge

C2 Entwicklung Schlechtwetter-Angebot

C3 Erlebnis-Angebote schaffen

C4 Einrichtung einer permanenten Koordinierungsstelle MTB

C5 Service-Angebote für Mountainbiker

C6 Etablierung der Alleinstellungsmerkmale für die BIKEZONE

C7 Sicherung der Zukunftsfähigkeit der BIKEZONE

C8 Mountainbike Konzeption

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Einrichtung einer permanenten Koordinierungsstelle MTB

Schlüsselprojekt

Ziel

Schaffung einer Managementstelle, welche sich im Kern nur um die BIKEZONE und deren zukunftsfähige Entwicklung kümmert

der Infrastruktur und der Dachmarke der Bikezone sicherstellt

- alle relevanten Prozesse koordiniert und überwacht
- die Umsetzung des Masterplans voranbringt

Hintergrund/Herausforderung

Ohne die Einrichtung der Koordinierungsstelle wird Albstadt nicht die angestrebte Marktführerschaft auf der Alb erreichen

- ▶ Monitoring von Beschwerden gegenüber Mountainbikern als zusätzliche Aufgabe im Qualitätsmanagement
 - Identifizierung von Konflikt-Hotspots und Ableitung von Lösungsstrategien

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Entfristung der Stelle des MTB-Produktmanagers ist unabdingbar. Es handelt sich um eine Schlüsselposition, die u.a.
 - die erlebnis- und zielgruppenorientierte Entwicklung

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB

Finanzierung

- ▶ Amt KTB, Stadtverwaltung

C. Angebot/Produkt

C1 Albstädter Kulturspaziergänge

C2 Entwicklung Schlechtwetter-Angebot

C3 Erlebnis-Angebote schaffen

C4 Einrichtung einer permanenten Koordinierungsstelle MTB

C5 Service-Angebote für Mountainbiker

C6 Etablierung der Alleinstellungsmerkmale für die BIKEZONE

C7 Sicherung der Zukunftsfähigkeit der BIKEZONE

C8 Mountainbike Konzeption

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Service-Angebote für Mountainbiker

Ziel

Etablierung des Servicegedankens von Verleihangeboten, Erweiterung der Inszenierung der Erlebnisdestination

Hintergrund/Herausforderung

Qualitätsführerschaft im MTB-Bereich anstreben

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Verleihangebot: Etablierung des Servicegedankens
 - Durchsetzung von kundenorientierten Öffnungszeiten und adäquate Präsentation der Leihräder bei den Verleihbetrieben, online sowie offline
 - Prüfung weiterer Verleihanbieter von Touren-MTBS und All-

MTBs, z.B. über Holger Blum. Ggf. Ansiedlung bei TG-Gastgebern

- Bereitstellung von kostenfreien Informationsmaterialien über die Bikezone, die Verleih- und Serviceanbieter an den Kunden weitergeben können

- ▶ Inszenierung: Erweiterung der Erlebnisdestination

- Organisation eines Fotoservices an ausgewählten Wochenenden
- Einrichtung eines Action-Kamera-Verleihs

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, örtliche Partner

Finanzierung

- ▶ Investoren

C. Angebot/Produkt

C1 Albstädter Kulturspaziergänge

C2 Entwicklung Schlechtwetter-Angebot

C3 Erlebnis-Angebote schaffen

C4 Einrichtung einer permanenten Koordinierungsstelle MTB

C5 Service-Angebote für Mountainbiker

C6 Etablierung der Alleinstellungsmerkmale für die BIKEZONE

C7 Sicherung der Zukunftsfähigkeit der BIKEZONE

C8 Mountainbike Konzeption

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Etablierung der Alleinstellungsmerkmale für die BIKEZONE

Ziel

Imagebildung, Reichweite, Erweiterung
Produktportfolio

Zuständigkeit

▶ Amt KTB

Finanzierung

▶ n.n.

Hintergrund/Herausforderung

Marktführerschaft auf der Alb muss
erreicht werden

Beschreibung/Inhalte

- ▶ C6.1: Etablierung der Eventdestination
Albstadt
- ▶ C6.2: Ausbau der Eventdestination
Albstadt
- ▶ C6.3: Impulse geben für buchbare
Pauschalangebote
- ▶ C6.4: Etablierung eines
Wiedererkennungsmerkmals

C. Angebot/Produkt

C1 Albstädter
Kulturspaziergänge

C2 Entwicklung
Schlechtwetter-Angebot

C3 Erlebnis-Angebote
schaffen

C4 Einrichtung einer
permanenten
Koordinierungsstelle MTB

C5 Service-Angebote für
Mountainbiker

C6 Etablierung der
Alleinstellungsmerkmale
für die BIKEZONE

C7 Sicherung der Zukunfts-
fähigkeit der BIKEZONE

C8 Mountainbike Konzeption

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Etablierung der Alleinstellungsmerkmale für die BIKEZONE

C6.1 Einzelmaßnahme

Imagebildung: Etablierung der Eventdestination Albstadt

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Fortführung der Bewerbung um die Ausrichtung von Weltcups im Cross-Country um:
 - sich als weltoffen, relevant und zukunftsorientiert darzustellen
 - von einer großen touristischen Strahlkraft zu profitieren
 - in den verschiedensten Medien und in der Mountainbike-Szene präsent zu sein
- ▶ Unterstützung und touristische Vermarktung von Events im Bikepark

- ▶ Umsetzung von Seiten Amt KTB mit großen Herausforderungen verbunden
 - Zusammenarbeit zwischen den Partnern / Stadt intern verbessern

C. Angebot/Produkt

C1 Albstädter Kulturspaziergänge

C2 Entwicklung Schlechtwetter-Angebot

C3 Erlebnis-Angebote schaffen

C4 Einrichtung einer permanenten Koordinierungsstelle MTB

C5 Service-Angebote für Mountainbiker

C6 Etablierung der Alleinstellungsmerkmale für die BIKEZONE

C7 Sicherung der Zukunftsfähigkeit der BIKEZONE

C8 Mountainbike Konzeption

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Etablierung der Alleinstellungsmerkmale für die BIKEZONE

C6.2 Einzelmaßnahme

Reichweite: Ausbau der Eventdestination
Albstadt

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Durchführung eines kleinen Bike-Festivals auf dem Wadenbeißer oder der Albstadt-Süd
 - Prüfung einer möglichen Verknüpfung mit anderen Events
 - Einladung an Firmen, Testbikes bereitzustellen
 - touristische Vermarktung der Region

C. Angebot/Produkt

C1 Albstädter
Kulturspaziergänge

C2 Entwicklung
Schlechtwetter-Angebot

C3 Erlebnis-Angebote
schaffen

C4 Einrichtung einer
permanenten
Koordinierungsstelle MTB

C5 Service-Angebote für
Mountainbiker

C6 Etablierung der
Alleinstellungsmerkmale
für die BIKEZONE

C7 Sicherung der Zukunfts-
fähigkeit der BIKEZONE

C8 Mountainbike Konzeption

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Etablierung der Alleinstellungsmerkmale für die BIKEZONE

C6.3 Einzelmaßnahme

Produktportfolio: Entwicklung buchbarer Pauschalangebote

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Ausarbeitung von buchbaren Pauschalangeboten, die das gesamte Abenteuer- und Aktivangebot in Albstadt abdecken. So gewinnt der Gast, auch ohne Buchung einer Pauschalreise, einen guten Einblick in die Angebotspalette
 - Verbindung von Mountainbiken und anderen Aktivitäten (z.B. Klettern / Schwimmen)
 - Pauschalen für Familien und Kinder

- Beispiel: Aktiv-Wochenend-Programm: 3 h Grundlagen-Fahrtechnik Training, freier Eintritt Naturbad und Kurs in der Boulderhalle

- ▶ Angebote sollten von Partner kommen, da die Buchung der Pauschalen nicht über die Tourist-Information erfolgen kann.
- ▶ Umsetzung mit und durch Partner
- ▶ Vermarktung über Amt KTB

C. Angebot/Produkt

C1 Albstädter Kulturspaziergänge

C2 Entwicklung Schlechtwetter-Angebot

C3 Erlebnis-Angebote schaffen

C4 Einrichtung einer permanenten Koordinierungsstelle MTB

C5 Service-Angebote für Mountainbiker

C6 Etablierung der Alleinstellungsmerkmale für die BIKEZONE

C7 Sicherung der Zukunftsfähigkeit der BIKEZONE

C8 Mountainbike Konzeption

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Etablierung der Alleinstellungsmerkmale für die BIKEZONE

C6.4 Einzelmaßnahme

Imagebildung: Etablierung eines
Wiedererkennungsmerkmals

Beschreibung/Inhalte

- Entwicklung, Produktion und Installation von Schildern an Ortseingängen und an Bike-Hotspots mit der Message: „Willkommen in der Bikezone!“

C. Angebot/Produkt

C1 Albstädter
Kulturspaziergänge

C2 Entwicklung
Schlechtwetter-Angebot

C3 Erlebnis-Angebote
schaffen

C4 Einrichtung einer
permanenten
Koordinierungsstelle MTB

C5 Service-Angebote für
Mountainbiker

C6 Etablierung der
Alleinstellungsmerkmale
für die BIKEZONE

C7 Sicherung der Zukunfts-
fähigkeit der BIKEZONE

C8 Mountainbike Konzeption

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Sicherung der Zukunftsfähigkeit für BIKEZONE

Ziel

Erlebnisangebote und Bikecommunity schaffen

Hintergrund/Herausforderung

Voraussetzung für Marktführerschaft auf der Alb

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Erlebnisangebot: Steigerung der Attraktivität für Guides
 - Integration von Guidings und Fahrtechnik-Trainings in das Bikezone-Angebot in Zusammenarbeit mit der Firma Albbike
 - Lobbyarbeit für die Anpassung von Gestattungsverträge im Staatsforst für bei der Stadt registrierten

Guides, um den Genehmigungsprozess für Guidings zu straffen

- ▶ Bike-Community: Einrichtung eines Szenetreffs
 - Prüfung einer geeigneten Lokalität für einen permanenten Szenetreffpunkt, in Zusammenarbeit mit der lokalen Szene.
 - Regelmäßiger Runder Tisch für Austausch und Wissenstransfer

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB in Kooperation Guides, Leistungspartner

Finanzierung

- ▶ Amt KTB

C. Angebot/Produkt

C1 Albstädter Kulturspaziergänge

C2 Entwicklung Schlechtwetter-Angebot

C3 Erlebnis-Angebote schaffen

C4 Einrichtung einer permanenten Koordinierungsstelle MTB

C5 Service-Angebote für Mountainbiker

C6 Etablierung der Alleinstellungsmerkmale für die BIKEZONE

C7 Sicherung der Zukunftsfähigkeit der BIKEZONE

C8 Mountainbike Konzeption

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Mountainbike Konzeption

Ziel

Bikezone zum Top-Mountainbike-Produkt auf der Schwäbischen Alb entwickeln

Hintergrund/Herausforderung

Gute Voraussetzungen im Bereich der Bikezone sind vorhanden, die es gilt, zu bündeln und gezielt und gelenkt weiterzuentwickeln

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Ausschreibung der Mountainbike Konzeption vornehmen
 - Inhalte mit Stakeholdern und auf Grundlage des Masterplans erstellen
- ▶ Prozess anstoßen, für die Entwicklung der Bikezone, insbesondere nach der MTB-WM

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB in Kooperation mit den Stakeholdern, Stadtverwaltung

Finanzierung

- ▶ Amt KTB

C. Angebot/Produkt

C1 Albstädter
Kulturspaziergänge

C2 Entwicklung
Schlechtwetter-Angebot

C3 Erlebnis-Angebote
schaffen

C4 Einrichtung einer
permanenten
Koordinierungsstelle MTB

C5 Service-Angebote für
Mountainbiker

C6 Etablierung der
Alleinstellungsmerkmale
für die BIKEZONE

C7 Sicherung der Zukunfts-
fähigkeit der BIKEZONE

C8 Mountainbike Konzeption

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Übersicht Maßnahmenplan Vermarktung 2020 - 2030

Nr.	Maßnahme D. Vermarktung	Priorität	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
D1	Strategische Marketingplanung (M 18) und Erstellung eines Kommunikationskonzeptes	●●●	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
D2	Optimierung der Social Media Kanäle	●●●	x	x		x		x		x		x	
D3	Markenbotschafter & Inhalte	●●●	x	x		x		x		x		x	
D4	Online- und Social-Media-Manager	SP	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
D5	Produktion Printmedien (M 19)	●●●	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
D6	Optimierung der Website/n (M 20)	●●●	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
D7	Online-Buchbarkeit (M 23)	●●●	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
D8	Presse und PR (M 24)	●●	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
D9	Anzeigen Print (M 25)	●	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
D10	Messe/Aktionen (M 26)	●●	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
D11	Cross- und Kooperationsmarketing (M 27)	●●	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
D12	Merchandising (M 29)	●	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
D13	Kommunikation mit der Bevölkerung	SP	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
D14	E-Mail-Marketing & Adressgenerierung	●●●	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
D15	Reichweitensteigerung, Image, Bekanntheit	●●●	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
D16	Innenmarketing (M 32)	●●●	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

SP = Schlüsselprojekt

Maßnahme

Strategische Marketingplanung (M 18) und Erstellung Kommunikationskonzept

Ziel

Planung und Umsetzung des strategischen Marketings und Marketingmix

Hintergrund/Herausforderung

Sich verändernde Rahmenbedingungen fordern stetige Anpassung im Marketingmix

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Gezielte Maßnahmenplanung für PR- und Kommunikation ist durch die Erstellung eines Kommunikationskonzeptes auf Grundlage der Marketingstrategie sicher zu stellen
- ▶ Kernthemen, insbesondere Außenkommunikation

- ▶ Entwicklung und Fokus auf Contentstrategie und -planung, insbesondere Social Media
- ▶ Contentpool nachhaltig verwalten und verwenden
- ▶ Storytellingansätze in den Kernthemen und aus der Kommunikationsmatrix der Zielgruppensegmentierung

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, Agentur

Finanzierung

- ▶ Amt KTB

D. Vermarktung

D1 Strateg. Marketingplanung / Kommunikationskonzept

D2 Optimierung der Social Media Kanäle

D3 Markenbotschafter & Inhalte

D4 Online- und Social-Media-Manager

D5 Produktion Printmedien

D6 Optimierung der Website/n

D7 Online-Buchbarkeit

D8 Presse und PR

D9 Anzeigen Print

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Optimierung Social Media Kanäle

Ziel

Anpassung der Kommunikation an die Bedürfnisse der Zeit

Hintergrund/Herausforderung

Bessere Ansprache der Zielgruppen in den Kernthemen

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Strukturierung/Optimierung der Social Media Kanäle
- ▶ Trennung der Inhalte auf den einzelnen Kanälen
- ▶ Aufbau eines Instagram-Kanals MTB
- ▶ Einführung eines Redaktionsplans zur Steuerung und Streuung der Themen
- ▶ Aufbau einer lebhaften Community

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, Social Media- und Online-Manager

Finanzierung

- ▶ Amt KTB

D. Vermarktung

D1 Strateg. Marketingplanung / Kommunikationskonzept

D2 Optimierung der Social Media Kanäle

D3 Markenbotschafter & Inhalte

D4 Online- und Social-Media-Manager

D5 Produktion Printmedien

D6 Optimierung der Website/n

D7 Online-Buchbarkeit

D8 Presse und PR

D9 Anzeigen Print

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Markenbotschafter & Inhalte

Ziel

Emotionalisierte und personalisierte Inhalte für Webseite und Social-Media finden

Hintergrund/Herausforderung

Bessere Ansprache der Zielgruppen in den Kernthemen

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Botschafter identifizieren und etablieren
 - Beobachtung der sozialen Netzwerke und Kontakt aufbauen zu aktiven Nutzern
 - „Ausschreibung“ innerhalb Albstadt oder auch Wettbewerb: Z.B. „Werde Albstadt-Botschafter 2020“

- ▶ User generated Content
 - Dauerhafter Wettbewerb über Social Media Kanäle und per Postkarte
 - Deine schönste Albstadt-Geschichte/Dein schönstes Albstadt-Erlebnis/Dein Lieblingsort in Albstadt
 - Monatliche Auslosung + Jahres(Haupt) Gewinn

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, Social Media Manager

Finanzierung

- ▶ Amt KTB

D. Vermarktung

D1 Strateg. Marketingplanung / Kommunikationskonzept

D2 Optimierung der Social Media Kanäle

D3 Markenbotschafter & Inhalte

D4 Online- und Social-Media-Manager

D5 Produktion Printmedien

D6 Optimierung der Website/n

D7 Online-Buchbarkeit

D8 Presse und PR

D9 Anzeigen Print

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Online- und Social-Media-Manager

Ziel

Schaffung einer Personalressource zur Unterstützung der Online-Managements

Hintergrund/Herausforderung

Instagram, Facebook, WhatsApp, YouTube sind die Kommunikationskanäle, welche heute bedient werden müssen.

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Optimierung Marketingmaßnahmen mit Schwerpunkt Online und Social Media
- ▶ Umsetzung und Etablierung der Contentproduktion & -pflege
- ▶ Pflege Social-Media-Kanäle
- ▶ Aufbau Instagram-Kanal
- ▶ E-Mail-Marketing
- ▶ Unterstützung Social-Media-Aktivitäten der Stadtverwaltung, Stadtmarketing

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, Stadtverwaltung

Finanzierung

- ▶ Amt KTB, Stadtverwaltung

Schlüsselprojekt

D. Vermarktung

D1 Strateg. Marketingplanung / Kommunikationskonzept

D2 Optimierung der Social Media Kanäle

D3 Markenbotschafter & Inhalte

D4 Online- und Social-Media-Manager

D5 Produktion Printmedien

D6 Optimierung der Website/n

D7 Online-Buchbarkeit

D8 Presse und PR

D9 Anzeigen Print

Priorität

hoch

mittel

niedrig

Zeithorizont

kurzfristig

mittelfristig

langfristig

Maßnahme

Produktion Printmedien (M 19)

Ziel

Sichtbarkeit im Offline-Bereich

Herausforderung

Zeitgemäße, ansprechende Umsetzung

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Erstellung Printmedien wie Imagebroschüre, Booklet zur den Kernthemen
- ▶ Fotoshootings, inhaltliche Recherche
- ▶ Gestaltung und Produktion

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, Agentur

Finanzierung

- ▶ Amt KTB, Anschließer, Sponsoren

D. Vermarktung

D1 Strateg. Marketingplanung / Kommunikationskonzept

D2 Optimierung der Social Media Kanäle

D3 Markenbotschafter & Inhalte

D4 Online- und Social-Media-Manager

D5 Produktion Printmedien

D6 Optimierung der Website/n

D7 Online-Buchbarkeit

D8 Presse und PR

D9 Anzeigen Print

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Optimierung Webseite/n (M 20)

Ziel

- ▶ Anpassung der Webseite und Microsites an die Zielgruppen- und werte basierte Ansprache, Außenkommunikation in den Kernthemen

Hintergrund/Herausforderung

Derzeit gut aufgestellt, aber deutlich ausbaubarer Webseitenauftritt

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Möglichkeiten zur Newsletter Registrierung integrieren
- ▶ Redaktionsplan
- ▶ Einzelmaßnahmen der Microsites umsetzen

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, Agentur

Finanzierung

- ▶ Amt KTB

D. Vermarktung

D1 Strateg. Marketingplanung / Kommunikationskonzept

D2 Optimierung der Social Media Kanäle

D3 Markenbotschafter & Inhalte

D4 Online- und Social-Media-Manager

D5 Produktion Printmedien

D6 Optimierung der Website/n

D7 Online-Buchbarkeit

D8 Presse und PR

D9 Anzeigen Print

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Optimierung Microsite MTB

D6.1 Einzelmaßnahmen

- ▶ Angebotsstruktur: Entwicklung einer interaktiven Karte
 - Mountainbike-Angebote, auch Pumptrack und Bikepark
 - Gastronomen direkt an der Strecke
 - E-Bike Ladestationen
 - zertifizierte Bike-Hotels
 - Zusatz- und Alternativangebote für Mountainbiker (inklusive Filter für Schlechtwetter-Angebote)
- ▶ Events. Pflege des Veranstaltungskalenders
 - Einrichtung eines gepflegten Eventkalenders, der sich auf die für Mountainbiker attraktiven Veranstaltungen in der Region fokussiert

- ▶ Orientierung: Bereitstellung Informationen
 - Aufbereitung von Streckeninformationen und Touren mit Bildern von Streckenabschnitten
 - Zusammenstellung umfangreicher Informationen zu Verleih- und Serviceangeboten
 - Informationen zum verwendeten Beschilderungssystem, um neuen Gästen die Orientierung bei Ankunft am Startpunkt zu erleichtern
- ▶ Vision: Ziele kommunizieren
 - Platzierung der Vision
 - Kommunikation Masterplan 2030, Kompetenzgruppe und der Dachmarke BIKZEONE – hier wird MTB-Tourismus entwickelt

D. Vermarktung

D1 Strateg. Marketingplanung / Kommunikationskonzept

D2 Optimierung der Social Media Kanäle

D3 Markenbotschafter & Inhalte

D4 Online- und Social-Media-Manager

D5 Produktion Printmedien

D6 Optimierung der Website/n

D7 Online-Buchbarkeit

D8 Presse und PR

D9 Anzeigen Print

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Onlinebuchbarkeit (M 23)

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Lohospo Support
- ▶ Gewinnung weiterer Betriebe

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, Agentur

Finanzierung

- ▶ Amt KTB

Maßnahme

Presse und PR (M 24)

Beschreibung/Inhalte

Gezielte Platzierung von Artikeln lt. PR-Strategie
 Organisation von Pressereisen
 Betreuung Presseverteiler
 Clipping
 Regelmäßige Aussendungen
 Erstellung Pressekit
 Gestaltung und Druck

Zuständigkeit

Amt KTB, Agentur

Finanzierung

Amt KTB

D. Vermarktung

D1 Strateg. Marketingplanung / Kommunikationskonzept

D2 Optimierung der Social Media Kanäle

D3 Markenbotschafter & Inhalte

D4 Online- und Social-Media-Manager

D5 Produktion Printmedien

D6 Optimierung der Website/n

D7 Online-Buchbarkeit

D8 Presse und PR

D9 Anzeigen Print

Priorität

hoch

mittel

niedrig

Zeithorizont

kurzfristig

mittelfristig

langfristig

Maßnahme

Anzeigen Print (M 25)

Beschreibung/Inhalte

Anzeigen und Special-Interest-
Magazinen (Wandern, MTB)

SAT Gästemagazin

Tagespresse

Gestaltung Anzeigen

Zuständigkeit

Amt KTB, Agentur

Finanzierung

Amt KTB

D. Vermarktung

D1 Strateg. Marketingplanung
/ Kommunikationskonzept

D2 Optimierung der Social
Media Kanäle

D3 Markenbotschafter &
Inhalte

D4 Online- und Social-Media-
Manager

D5 Produktion Printmedien

D6 Optimierung der
Website/n

D7 Online Buchbarkeit

D8 Presse und PR

D9 Anzeigen Print

Priorität

hoch

mittel

niedrig

Zeithorizont

kurzfristig

mittelfristig

langfristig

Maßnahme

Messen und Aktionen (M 26)

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Leitmessen: CMT, ITB
- ▶ Aktionen: 10 Jahre Traufgänge
- ▶ Wandersommer

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, Agentur

Finanzierung

- ▶ Amt KTB, Anschließer, Partner, Sponsoren

Maßnahme

Cross- und Kooperationsmarketing (M 25)

Beschreibung/Inhalte

Kooperationsmarketing mit SAT, TMBW Unternehmen
Interkommunale Kooperationen

Zuständigkeit

Amt KTB, Unternehmen, DMO, Nachbarkommunen

Finanzierung

Amt KTB, Unternehmen, Anschließer, Partner, Sponsoren

D. Vermarktung

D10 Messe und Aktionen

D11 Cross- und Kooperationsmarketing

D12 Merchandising

D13 Kommunikation mit der Bevölkerung

D14 E-Mail Marketing & Adressgenerierung

D15 Reichweitensteigerung, Image, Bekanntheit

D16 Innenmarketing

Priorität

hoch

mittel

niedrig

Zeithorizont

kurzfristig

mittelfristig

langfristig

Maßnahme

Merchandising (M 29)

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Artikel, welche auf die Kernthemen einzahlen. Wandern (Socken, Cape, Sitzkissen), MTB (Trinkflaschen, Fahrradklingel, etc.)
- ▶ Ergänzende Produkte: T-Shirts, Kugelschreiber, Traufgänge Bier

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB

Finanzierung

- ▶ Amt KTB, Sachsponsoring durch Partner

D. Vermarktung

D10 Messe und Aktionen

D11 Cross- und Kooperationsmarketing

D12 Merchandising

D13 Kommunikation mit der Bevölkerung

D14 E-Mail Marketing & Adressgenerierung

D15 Reichweitensteigerung, Image, Bekanntheit

D16 Innenmarketing

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Schlüsselprojekt

Maßnahme

Kommunikation mit der Bevölkerung

Ziel

- ▶ Regelmäßige Information der Bevölkerung über aktuelle Entwicklungen und Vorhaben im Tourismus
- ▶ Auflösung von Vorbehalten und Missverständnissen

Hintergrund/Herausforderung

Die Bevölkerung von Albstadt wünscht sich lt. Evaluation des Masterplans von 2015 eine stärkere Einbindung. Dies wurde auch im Prozess der Erarbeitung des Masterplans 2030 bestätigt.

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Rundbrief einmal im Vierteljahr und separate Infos vor Großveranstaltungen.
- ▶ Spezielle „Mappe“ oder Broschüre für „Einheimische“ mit Informationen rund um den Tourismus
- ▶ Newsletter für Leistungsträger einmal im Vierteljahr mit Hinweisen auf neue Infomaterialien, Änderungen, Entwicklungen.
- ▶ „Kummerkasten“, um Befürchtungen, Vorbehalte, Anregungen geben zu können.

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, Stadtverwaltung

Finanzierung

- ▶ Regelmäßige Information

D. Vermarktung

D10 Messe und Aktionen

D11 Cross- und Kooperationsmarketing

D12 Merchandising

D13 Kommunikation mit der Bevölkerung

D14 E-Mail Marketing & Adressgenerierung

D15 Reichweitensteigerung, Image, Bekanntheit

D16 Innenmarketing

Priorität

hoch

mittel

niedrig

Zeithorizont

kurzfristig

mittelfristig

langfristig

Maßnahme

E-Mail-Marketing & Adressgenerierung

Ziel

Einrichtung eines E-Mail-Marketing-Tools und Einrichtung automatisierte Mailings

vierteljährlich an die Bevölkerung mit aktuellen Themen, Infos, Angeboten, Kooperationsangeboten

Hintergrund/Herausforderung

Gut produzierte Mailings sind immer noch wichtiger Faktor in der direkten Kommunikation mit dem Kunden und wirken seriös und authentisch

Adressgenerierung

- ▶ Aufbau eines Adressdatenstamms & Individualisierung der Kommunikation
- ▶ Anmeldung zur Newsletter auf sämtlichen Kanälen insbesondere Online prominent platzieren spielen
- ▶ Evtl. Incentivierung der Anmeldung

Beschreibung/Inhalte

Einrichtung/Aufsetzen eines E-Mail Marketings Tools

- ▶ Einmalige Erstellung und Einrichtung automatisierter Mailings
- ▶ Einführung eines monatlichen Newsletters an die Gäste,

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB

Finanzierung

- ▶ Amt KTB

D. Vermarktung

D10 Messe und Aktionen

D11 Cross- und Kooperationsmarketing

D12 Merchandising

D13 Kommunikation mit der Bevölkerung

D14 E-Mail Marketing & Adressgenerierung

D15 Reichweitensteigerung, Image, Bekanntheit

D16 Innenmarketing

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Reichweitensteigerung, Image, Bekanntheit

Ziel

Vernetzung & Kooperation, Umsetzung Imagekampagne, Einsatz von Social Ads

Hintergrund/Herausforderung

Durch die Einsetzung einer intelligenten Reichweitensteigerung kann mit wenig Budget große Effekte erreicht werden.

Beschreibung/Inhalte

Vernetzung & Kooperationen

- ▶ Intern:
Querverbindungen der Online-Kanäle, Verweise auf Printmaterialien zu weiterführenden Infos Online und zu den Social Media Kanälen. Besteht bereits teilweise.

- ▶ Extern:
Stadtmarketing, Unternehmen/ Leistungsträger vor Ort (auf deren Print-Materialien), Verbund Schwäbische Alb . Besteht bereits teilweise

Image-Kampagne

- ▶ Umsetzung einer Imagekampagne im Süddeutschen Raum (Multi-Channel)
- ▶ Kooperation mit einem Studenten- oder Schülerprojekt (Hochschule der Medien in Stuttgart, DHBW Ravensburg)
>> Ausschreibung eines Wettbewerbs

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB

Finanzierung

- ▶ Amt KTB

D. Vermarktung

D10 Messe und Aktionen

D11 Cross- und Kooperationsmarketing

D12 Merchandising

D13 Kommunikation mit der Bevölkerung

D14 E-Mail Marketing & Adressgenerierung

D15 Reichweitensteigerung, Image, Bekanntheit

D16 Innenmarketing

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme Innenmarketing

Ziel

Information zur Arbeit Amt KTB, Entwicklungen, Planung und Einbezug der Anspruchsgruppen

Hintergrund/Herausforderung

Im Rahmen der IST-Analyse des Masterplans wurde die Bitte geäußert, eine stärkere Einbindung zu ermöglichen

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Wiederaufnahme „Runder Tisch Tourismus“
- ▶ Anlassbezogen oder jährlich
- ▶ Expertengremium der wichtigsten Anspruchsgruppen
- ▶ Ggf. Fortführung „Offenes Forum“

Zuständigkeit

Amt KTB

Finanzierung

n.n.

D. Vermarktung

D10 Messe und Aktionen

D11 Cross- und Kooperationsmarketing

D12 Merchandising

D13 Kommunikation mit der Bevölkerung

D14 E-Mail Marketing & Adressgenerierung

D15 Reichweitensteigerung, Image, Bekanntheit

D16 Innenmarketing

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Nr.	Maßnahme Q. Querschnittsaufgaben	Priorität	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
E1	Organisation & Kooperation im MTB-Bereich	●●●	x	x	x	x		x		x		x	
E2	Interne Prozesse und Managementaufgaben Amt KTB an Kernziele Masterplan anpassen	●●●	x		x		x		x		x		x
E3	Synergetische Kooperationen Stadt intern optimieren	●●	x		x		x		x		x		x
E4	Fortlaufende Qualitätssicherung und Fortschreibung des Maßnahmenplans	●●●	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
E5	Umsetzungsbegleitung (optional)	●●●	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Maßnahme

Organisation & Kooperation im MTB-Bereich

Ziel

Formierung der Bikezone als Dachmarke und Vermarktungsplattform. Einsetzung eines runden Tisches MTB, Nutzung von Synergieeffekten

Hintergrund/Herausforderung

Um die Bikezone als führende Bikemarke auf der Alb zu entwickeln, bedarf es eines geführten und gelenkten Prozesses

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Kooperation: Schaffung eines runden Tisches
- ▶ Organisation: Sanfte Formalisierung des Bikezone-Netzwerkes
- ▶ Verbund: Schaffung von Synergieeffekten durch Kooperationen

- ▶ Events werden weiterhin von den Veranstaltern selbstständig ausgerichtet
- ▶ Interregional: Ausweisung von Routen in andere Bezirke

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, Kooperationspartner und beratend externe Agentur

E. Querschnittsaufgaben

E1 Organisation & Kooperation im MTB-Bereich

E2 Interne Prozesse und Managementaufgaben
Amt KTB an Kernziele
Masterplan anpassen

E3 Synergetische Kooperationen
Stadt intern optimieren

E4 Fortlaufende Qualitätssicherung und Fortschreibung des Maßnahmenplans

E5 Umsetzungsbegleitung (optional)

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Interne Prozesse und Managementaufgaben Amt KTB an Kernziele Masterplan anpassen

Ziel

Arbeitsprozesse für die Kernziele, Handlungsfelder und Maßnahmen des Masterplans 2030 optimieren.

Hintergrund/Herausforderung

Derzeit ist das Amt KTB mit 5 VZÄ ausgestattet. Aufgrund sich veränderter Rahmenbedingungen ist eine weitere Stelle im Bereich Online- und Social-Media-Management unumgänglich.

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Prüfung der bestehende Zuordnung der Aufgabenbereiche
- ▶ Neujustierung aufgrund neuer Aufgaben und Maßnahmen, die vom Amt KTB und Mitarbeitern bewerkstelligt werden müssen

- Online- und Social-Media-Management
- Entfristung der MTB-Koordinierungsstelle
- E-Mail-Marketing, Adressgenerierung, Reichweitensteigerung

- ▶ Neue Prozesse und Maßnahmen erfordern eine Anpassung ggf. Neuordnung der Aufgaben und Zuständigkeiten

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB

Finanzierung

- ▶ n.n.

E. Querschnittsaufgaben

E1 Organisation & Kooperation im MTB-Bereich

E2 Interne Prozesse und Managementaufgaben Amt KTB an Kernziele Masterplan anpassen

E3 Synergetische Kooperationen Stadt intern optimieren

E4 Fortlaufende Qualitätssicherung und Fortschreibung des Maßnahmenplans

E5 Umsetzungsbegleitung (optional)

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Synergetische Kooperation Stadt intern optimieren

Ziel

Doppelstrukturen vermeiden und Zusammenarbeit optimieren

Hintergrund/Herausforderung

Viele Events und hochkarätige Veranstaltungen werden durch die Stadt organisiert. Hier gilt es das Potential optimal zu nutzen.

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Optimierung der Abstimmung zwischen Amt KTB, Sportamt, Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung
- ▶ Aufbau gemeinsamer Marketingaktivitäten

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, Sportamt, Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung

Finanzierung

- ▶ n.n.

E. Querschnittsaufgaben

E1 Organisation & Kooperation im MTB-Bereich

E2 Interne Prozesse und Managementaufgaben
Amt KTB an Kernziele
Masterplan anpassen

E3 Synergetische Kooperationen Stadt intern optimieren

E4 Fortlaufende Qualitätssicherung und Fortschreibung des Maßnahmenplans

E5 Umsetzungsbegleitung (optional)

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Fortlaufende Qualitätssicherung und Fortschreibung des Maßnahmenplans

Ziel

Anpassung der Maßnahmen an sich ständig verändernde Voraussetzungen

Hintergrund/Herausforderung

Der Tourismus ist ein sich ständig verändernde Branche und von vielen externe Faktoren abhängig.

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Jährliche Überprüfung der Umsetzung der Maßnahmen und Anpassung
- ▶ Der Maßnahmenplan ist für die nächsten 10 Jahre das strategische Grundgerüst, bedarf aber in den Einzelmaßnahmen Anpassungen und ggf. Veränderungen / neue Maßnahmen
- ▶ Marktbetrachtung und Marktforschung

Zuständigkeit

- ▶ Amt KTB, ggf. externe Agentur

Finanzierung

- ▶ Amt KTB

E. Querschnittsaufgaben

E1 Organisation & Kooperation im MTB-Bereich

E2 Interne Prozesse und Managementaufgaben
Amt KTB an Kernziele
Masterplan anpassen

E3 Synergetische Kooperationen
Stadt intern optimieren

E4 Fortlaufende Qualitätssicherung und Fortschreibung des Maßnahmenplans

E5 Umsetzungsbegleitung (optional)

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Maßnahme

Umsetzungsbegleitung (optional)

Ziel

Erleichterung der Umsetzung durch externe Moderation und Begleitung

Beschreibung/Inhalte

- ▶ Quartalsweise Sitzung
- ▶ Unterstützung in der operativen Umsetzung und strategische Begleitung
- ▶ Trendscouting und wiss. Begleitung
- ▶ Begleitung von Angebots- und Produktentwicklung
- ▶ Moderation von Prozessen
- ▶ Vermittlung von strategischen Partnerschaften
- ▶ Weitere Leistungen möglich

Zuständigkeit

- ▶ Externer Partner (*ift* Freizeit und Tourismusberatung, agentur moog, absolutGPS)

Finanzierung

- ▶ Amt KTB

E. Querschnittsaufgaben

E1 Organisation & Kooperation im MTB-Bereich

E2 Interne Prozesse und Managementaufgaben
Amt KTB an Kernziele
Masterplan anpassen

E3 Synergetische Kooperationen
Stadt intern optimieren

E4 Fortlaufende Qualitätssicherung und Fortschreibung des Maßnahmenplans

E5 Umsetzungsbegleitung (optional)

Priorität	Zeithorizont
hoch	kurzfristig
mittel	mittelfristig
niedrig	langfristig

Übersicht Maßnahmenplan gesamt 2020 - 2030

Nr.	Maßnahmen Infrastruktur
A1	Traufgänge Wegemanagement (M1+3)
A2	Entwicklung Traufgängerle
A3	Traufgänge Wegepatenschaften
A4	Trekkingplätze für Abenteuerwanderer
A5	Einrichtung eines Mobilitätszentrums
A6	Ausbau des MTB-Angebotes (M 7)
A7	Optimierung des bestehendes MTB-Angebotes
A8	Optimierung der Service-Infrastruktur MTB
A9	Loipenmanagement (M 11)
A10	Baumwipfelpfad Albstadt
A11	ÖPNV-Anbindung optimieren
A12	Integration der Traufgänge / BIKEZONE in das Stadtbeschilderungskonzept

Nr.	Maßnahme Querschnittsaufgaben
E1	Organisation & Kooperation im MTB-Bereich
E2	Interne Prozesse und Managementaufgaben Amt KTB an Kernziele Masterplan anpassen
E3	Synergetische Kooperationen Stadt intern optimieren
E4	Fortlaufende Qualitätssicherung und Fortschreibung des Maßnahmenplans
E5	Umsetzungsbegleitung (optional)

Nr.	Maßnahme Betriebe
B1	Qualitätssicherung, insbesondere Traufgänge-Gastgeber- Kooperation (M 5)
B2	Umsetzung Übernachtungs- und Traufgänge-Hüttenkonzept
B3	Qualitätssicherung Beherbergung MTB und Optimierung der Einkehrmöglichkeiten (M 8)
B4	Schaffung einer einfachen Übernachtungsmöglichkeit für Outdoor-Freunde
B5	Entwicklung und Ansiedlung Hotellerie

Nr.	Maßnahme Angebot/Produkt
C1	Albstädter Kulturspaziergänge
C2	Entwicklung Schlechtwetter-Angebot
C3	Erlebnis-Angebote schaffen
C4	Einrichtung einer permanenten Koordinierungsstelle MTB
C5	Service-Angebot für Mountainbiker
C6	Etablierung der Alleinstellungsmerkmale für die BIKEZONE
C7	Sicherung der Zukunftsfähigkeit der BIKEZONE
C8	Mountainbike Konzeption

Nr.	Maßnahme Vermarktung
D1	Strategische Marketingplanung (M 18) und Erstellung Kommunikationskonzept
D2	Optimierung der Social Media Kanäle
D3	Markenbotschafter & Inhalte
D4	Online- und Social-Media-Manager
D5	Produktion Printmedien (M 19)
D6	Optimierung der Website/n (M 20)
D7	Online-Buchbarkeit (M 23)
D8	Presse und PR (M 24)
D9	Anzeigen Print (M 25)
D10	Messe/Aktionen (M 26)
D11	Cross- und Kooperationsmarketing (M 27)
D12	Merchandising (M 29)
D13	Kommunikation mit der Bevölkerung
D14	E-Mail-Marketing & Adressgenerierung
D15	Reichweitensteigerung, Image, Bekanntheit
D16	Innenmarketing (M 32)