

Tourismuswerbung auf neue Beine gestellt

Offenburger Start-up wendet sich an Kommunen / Willstätt und Gengenbach als Vorreiter

Von unserer Mitarbeiterin
Christine Storck

Offenburg. Der technische Wandel bringt Kommunen in der Ortenau dazu, ihre touristischen Vermarktungsstrategien zu verändern. Willstätt und Gengenbach setzen seit kurzem auf ein neues Internet-Portal aus Offenburg, das Familien gewünschte Informationen mundgerecht aufbereitet. „Wichtig ist, sich von Konkurrenten abzuheben und nicht in der Masse zu verschwinden“, sagt die Tourismusbeauftragte des Kreises, Sandra Bequier, auf Anfrage. Eine gut ausgedachte Strategie schaffe ideale Urlaubserlebnisse.

Wo befindet sich der nächste Spielplatz, welche Wanderwege sind für Kinderwagen geeignet oder welche Gaststätte tischt in kinderfreundlicher Weise regionale Speisen auf? Unbeschwerter Urlaub mit dem Nachwuchs fängt bei der Unterkunft an und hört beim richtigen Rahmenprogramm auf. „Familien wollen ein umfangreiches Angebot für alle Altersklassen. Mit Hilfe des Internets können die Informationen klar hervorgehoben werden, die für den einzelnen Gast wichtig sind. Auf diese Weise können Kommunen ihre Besonderheiten nach außen präsentieren“, sagt Sandra Bequier. Die Digitalisierung bietet die Möglichkeit, die gesamten Angebotsdaten in der Tourismusregion sowie das vorhandene Wissen von Mitarbeitern besser zu verknüpfen. Willstätt und Gengenbach zum Beispiel nutzen hierbei das Offenburger Start-up „Famigo“, das mit den beiden Ortenau-Gemeinden als Pilot-Kommunen zusammenarbeitet, um seine Lösun-



ZWEITWICHTIGSTE FREMDENVERKEHRSGEMEINDE in der Ortenau ist, gemessen an den Übernachtungszahlen, Gengenbach. Dort setzt man jetzt auf „Famigo“ bei der Tourismuswerbung.
Foto: Peter Jülg

gen zu entwickeln. Das Portal hat in diesem Frühsommer den Ideenwettbewerb „Tourismus digital“ des Ministeriums der Justiz und für Europa Baden-Württemberg gewonnen.

„Wir werden uns digital vollkommen neu aufstellen können, ohne alles neu machen zu müssen“, zeigte sich Willstätts Bürgermeister Marco Steffens zufrieden. So sollen zum Beispiel mit Vereinen, Verbänden, dem Handel und der Gastronomie umfassende Informationen zum jeweiligen Ort gebündelt werden. Dabei greift das Portal laut einer Presse-

mitteilung zum einen auf bereits existierende Informationen zu, die auf verschiedenen Websites zur Verfügung stehen. Aber auch online nicht vorhandene Inhalte von Privatpersonen zum Beispiel für eine Krabbelgruppe oder Baby-Yoga, können eingebunden werden.

„Wir bekommen immer wieder Rückmeldungen aus der Verwaltung, von Vereinen oder Bürgern. Bisher fehlte aber das Werkzeug, alles zusammenlaufen zu lassen“, sagt Steffens. Nicht nur online, auch über das Smartphone will „Famigo“ Familien je nach Alter ihrer Kinder

zugeschnittene Informationen liefern. Willstätt sei zwar kein ausgewiesener Ferienort, liege aber verkehrstechnisch günstig an der B28 und der Autobahn und sei insofern auch interessant für Durchreisende. „Es gibt Nachholbedarf bei den Vermarktungsstrategien, das sage ich ganz selbstkritisch“, stellt der Bürgermeister fest. Die heutige, junge Generation mit Kindern sei digital eben anders unterwegs als früher.

„Mittlerweile sind Stadtverwaltung oder Stadtmarketing nicht mehr alleinige Vermarkter“, ergänzt Gengenbachs Bürgermeister Torsten Erny. Bevölkerung, Besucher und Gäste würden mehr und mehr zu Multiplikatoren, vor allem über Social-Media-Kanäle und Apps in Form von Bewertungen, Bildern oder Tipps. Solchen Plattformen werde eher Glauben geschenkt als mancher Werbebotschaft. „Städte müssen sich breiter aufstellen und auf weit mehr Kanälen ihre Informationen verbreiten, um die unterschiedlichen Nutzer zum richtigen Zeitpunkt, am richtigen Ort und mit dem richtigen Medium anzusprechen“, sagt Erny.

Gengenbach sei nach Rust mit 223 000 Übernachtungen die Gemeinde mit den meisten Übernachtungen im Ortenaukreis. Man heiße rund eine Millionen Tagsgäste im Jahr willkommen. „Famigo“ sei aber nicht nur für Touristen gedacht, sondern biete auch den Einheimischen einen Mehrwert und mache die Stadt lebenswerter. Das Start-up wurde 2108 in Offenburg gegründet und wird von der Wirtschaftsregion Offenburg Ortenau und dem baden campus Accelerator gefördert.