Jahresbericht der Tourist-Information Bad Gögging

2012

Erschienen:
10.04.2014

INHALTSVERZEICHNIS

I Vorwort 3

II Jahresbericht der Tourist-Information Bad Gögging 2012 4

1. Das touristische Jahr 2012 4

1.1 Touristische Trends: **Deutschland** 4

1.2 Touristische Trends: **Bayern** 4

1.3 Touristische Trends: Heil- und Thermalbäder in **Niederbayern** 5

1.4 Touristische Trends: **Bad Gögging** 6

2. Die Arbeit der Tourist-Information 7

2.1 Gästeservice 7

2.1.1 Beratung/Vermittlung 8

2.1.2 Verkauf 10

2.1.3 Kurbeitrag, Kur- und Gästekarte 10

2.1.4 Altmühl-Donau-Card 12

2.1.5 Gästeehrungen 13

2.1.6 PC-Terminal für Gäste 14

2.2 Veranstaltungen 15

2.2.1 Höhepunkte 16

2.2.2 Tagungen 24

2.2.3 Vorträge 25

2.2.4 Führungen 25

2.2.5 Abendveranstaltungen 28

2.2.6 Kurkonzerte 29

2.2.7 Ausflugsfahrten 30

2.3 Marketing 31

2.3.1 Aussenmarketing 31

2.3.2 Innenmarketing 48

2.3.3 Kooperationen 49

2.4 Infrastrukturmassnahmen 53

2.4.1 Römisches Museum für Kur- und Badewesen 53

2.4.2 Kastell Absuina 53

2.4.3 Öffentliche WCs 53

2.4.4 Öffentlicher Nahverkehr 54

2.4.5 Wander- und Radwege 54

2.5 Allgemeine Organisations- und Verwaltungsaufgaben 55

Impressum 56

I VORWORT

Liebe Leserinnen,
liebe Leser,

2012 war für Bad Gögging ein erfreuliches Jahr mit gestiegenen Gäste- und Übernachtungszahlen. Trotzdem steht unser Kurort jedes Jahr vor neuen Herausforderungen. Gesundheitstourismus liegt zwar im Trend, die Krankenkassen ziehen sich bei den ambulanten Vorsorgeleistungen jedoch immer weiter zurück. Für Bad Gögging bedeutet dies, dass immer weniger Gäste von ihrem Arzt hier her geschickt werden, um eine mehrwöchige Kur mit bezahlten Anwendungen zu verbringen.
Dies bedeutet, dass wir uns alle intensiv um neue Gäste bemühen, die Bedürfnisse bestehender und neuer Kunden erkennen und diese in touristische Dienstleistungen und Produkte umsetzen müssen. Die Herausforderung liegt vor allem darin, neue Gäste nicht nur zu gewinnen, sondern vor Ort auch zu begeistern und zu Wiederholungsgästen zu machen. Und natürlich ist es auch sehr wichtig, unsere Stammgäste optimal zu betreuen, denn sie sind unsere besten Kunden und wichtigsten Werbeträger.

Wir als Tourismusorganisation sind dabei ganz besonders gefordert. Wir können jedoch nur das Interesse für Bad Gögging wecken und es dem Gast so einfach wie möglich machen, sich für Bad Gögging zu entscheiden. Betreut wird der Gast aber von den verschiedenen Leistungsträgern am Ort: dem Hotelier, dem Pensions- oder Ferienwohnungsbetreiber, dem Gastronom und dem Einzelhändler. Alle zusammen sind gefordert, damit wir weiterhin positive Gästezahlen verzeichnen können.

Dieser Jahresbericht soll die Arbeit der **Tourist-Information** transparent machen und das vielfältige Spektrum ihrer Aufgaben zeigen. Diese gehen längst über die reine Gästebetreuung vor Ort hinaus. Zudem können durch regelmäßige Jahresberichte Kennzahlen gesammelt und Erfolge bewertet werden.

Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre

Ihre

Astrid Rundler.

Astrid Rundler, Tourismus-Managerin

II JAHRESBERICHT DER TOURIST-INFORMATION BAD GÖGGING 2012

1. DAS TOURISTISCHE JAHR 2012

1.1 TOURISTISCHE TRENDS: **DEUTSCHLAND**

2012 verzeichnete die Tourismusbranche in Deutschland erstmals mehr als 400 Millionen Übernachtungen (407,4 Mio.). Das waren rund vier Prozent mehr als im Vorjahr, wobei der Zuwachs erneut vor allem von den ausländischen Gästen getrieben wurde.

Deutschland ist nach Spanien das zweitbeliebteste Reiseland in Europa. Die Übernachtungszahl ausländischer Gäste wuchs um acht Prozent auf 68,8 Millionen. Inländer übernachteten 338,6 Millionen Mal, was eine Steigerung um drei Prozent bedeutet. *(Quelle: Statistisches Bundesamt/MZ 9./10.2.2013)*.

1.2 TOURISTISCHE TRENDS: **BAYERN**

Bayern ist als Reiseland so beliebt wie noch nie. Mehr als 84 Millionen Nächte haben Gäste im vergangenen Jahr hier verbracht. Damit übertraf die Zahl von 2012 den bisherigen Spitzenwert aus dem Jahr 1991 um knapp zwei Millionen Übernachtungen.

Auch die Zahl der Gästeankünfte legte zu – um 4,7 Prozent auf mehr als 31 Millionen. Die meisten Besucher im Freistaat kommen aus anderen deutschen Bundesländern: Auf sie entfielen 76,6 Prozent der Ankünfte und 81,8 Prozent der Übernachtungen. Aber auch die Zahl ausländischer Touristen stieg an. Bei den Übernachtungen gab es ein Plus von 8,7 Prozent. *(Quelle: Statistisches Bundesamt/MZ 9./10.2.2013)*

1.3 TOURISTISCHE TRENDS: HEIL- UND THERMALBÄDER IN **NIEDERBAYERN**

Insgesamt stiegen sowohl Gästeankünfte als auch Übernachtungen in den Heil- und Thermalbädern in Niederbayern 2012 leicht an. Bad Gögging liegt bei den Übernachtungen mit einem Zuwachs von 6,5 Prozent weit über dem Durchschnitt.

Gästeankünfte 2012 laut Angaben der Kurverwaltungen

	2011	2012	Änderung	%
Bad Füssing	284.241	290.461	6.220	2,2
Bad Birnbach	122.197	120.205	-1.992	-1,6
Bad Griesbach	132.608	144.885	12.227	9,3
Bad Abbach	13.354	16.362	3.008	22,5
Bad Gögging	89.086	91.269	2.183	2,5
Summe	641.486	663.182	21.696	3,4

Übernachtungen 2012 laut Angaben der Kurverwaltungen

	2011	2012	Änderung	%
Bad Füssing	2.582.165	2.573.886	-8.279	-0,3
Bad Birnbach	754.971	755.611	640	0,1
Bad Griesbach	839.246	871.650	32.404	3,9
Bad Abbach	57.604	61.447	3.843	6,7
Bad Gögging	406.915	433.362	26.447	6,5
Summe	4.640.901	4.695.956	55.055	1,2

1.4 TOURISTISCHE TRENDS: **BAD GÖGGING**

Der Trend zum Urlaub im ländlichen Raum eröffnet Bad Gögging viele Chancen. Bad Gögging profitiert außerdem von den Trends zum Urlaub in Deutschland, speziell in Bayern, zum Gesundheitsurlaub und von der Sehnsucht der sogenannten ‚Best Ager' nach Aktivität in intakter Natur, Ruhe und Authentizität.

2012 war Bad Gögging so gefragt wie seit Jahren nicht mehr. Von Januar bis Dezember verzeichneten Kliniken, Hotels, Gasthöfe, Pensionen, Ferienwohnungen und Campingplätze 433.362 Übernachtungen. Erstmals seit 2008 gab es demnach wieder einen Zuwachs. Das Plus im Vergleich zum Vorjahr beträgt 6,5 Prozent. Auch die Gästezahlen entwickelten sich mit einem Anstieg von 2,42 Prozent im Vergleich zu 2011 positiv: 91.269 Gästeankünfte wurden im Jahr 2012 in Bad Gögging gezählt.

Gästeankünfte nach Kategorien				
	2009	**2010**	**2011**	**2012**
Hotels/Kliniken	76.015	75.266	77.953	78.170
Pensionen/FeWos/Camping > 9 Betten	11.267	10.705	10.215	12.008
Pensionen/FeWos < 9 Betten	1.133	1.049	918	1.091

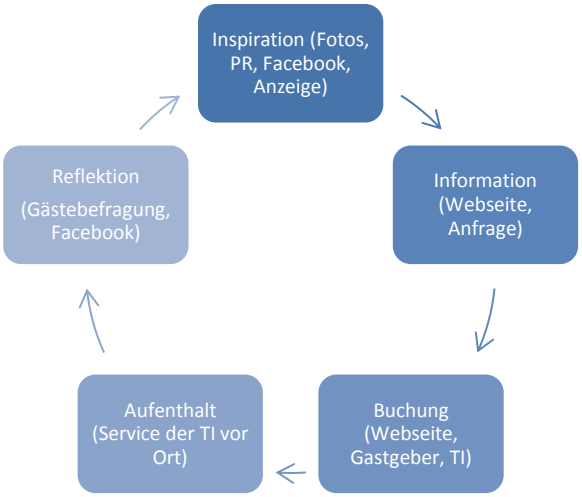
Übernachtungen nach Kategorien				
	2009	**2010**	**2011**	**2012**
Hotels/Kliniken	365.329	349.982	343.467	366.029
Pensionen/FeWos/Camping > 9 Betten	67.100	60.303	54.437	57.861
Pensionen/FeWos < 9 Betten	11.321	9.714	9.203	9.745

Mehr Gästeankünfte waren es zuletzt 2008 gewesen. Zuwächse sind in allen Kategorien von Unterkünften zu verzeichnen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ist von 4,56 Tagen auf 4,72 Tage gestiegen und war damit etwas länger als 2011.

2. DIE ARBEIT DER TOURIST-INFORMATION

2.1 GÄSTESERVICE

Die Mitarbeiterinnen der **Tourist-Information** (Im Jahr 2012: vier Vollzeitkräfte, eine Teilzeitkraft, eine Auszubildende) übernehmen an 364 Tagen im Jahr, darunter Wochenenden und Feiertage, eine Vielzahl an Aufgaben, um einen reibungslosen Ablauf im Tagesgeschäft zu gewährleisten. Darüber hinaus sind die Mitarbeiterinnen auch in diverse Marketingprojekte, die Produktentwicklung und in die Veranstaltungsorganisation eingebunden.



Grafik 1: „Customer Journey“: Stationen des Gastes vor, während und nach des Aufenthaltes. An jeder Stufe des Prozesses ist die **Tourist-Information** (TI) beteiligt. *Quelle: eigene Darstellung*

2.1.1 BERATUNG/VERMITTLUNG

Überblick über die Beratungs-Aufgaben der Tourist-Information

- Bearbeitung von Gästeanfragen (telefonisch oder schriftlich – z.B. per E-Mail)
- Beratung und Zimmervermittlung (telefonisch, per E-Mail und vor Ort)
- Prospektversand auf telefonische/schriftliche Anfrage
- Beratung bei der Gestaltung von Aufenthaltsprogrammen für Einzelgäste (telefonisch und persönlich)
- Vorstellung der Umgebung und des örtlichen Angebotes (Veranstaltungen, Vorträge, Limes-Therme, etc.)
- Auffüllen und Aktualisieren des aufliegenden Info-Materials über den Ort und die Region
- Vermittlung von Gästeführern im Römerkastell Abusina in Eining und im Römischen Museum für Kur- und Badewesen
- Vermittlung von Gästeführern z.B. für Busgruppen
- Beratung bei der Gestaltung von Programmen für Busgruppen und Vereine
- Beratung bei der Gestaltung von Rahmenprogrammen bei Tagungen
- Ausgabe der Altmühl-Donau-Card
- Auskunft über Bahn- und Busverbindungen
- Beratung über und Verleih von Garmin-Navigations-Geräten für Radfahrer und Nordic-Walking-Stöcken
- Beratung der Gäste, die den öffentlichen PC in der **Tourist-Information** nutzen möchten

Prospektversand

In der **Tourist-Information** Bad Gögging werden jeden Tag zahlreiche telefonische und schriftliche Anfragen bearbeitet und Prospektmaterial verschickt Bisher wurden alle Anfragen gesammelt erfasst und nicht nach Herkunftsmedium unterschieden (Internetformular, E-Mail oder telefonisch).

Statistik Prospektversand			
Jahr	**Anfragen Prospekte gesamt**	**Davon aus Deutschland**	**Davon aus dem Ausland**
2009	4063	4013	50
2010	3460	3413	47
2011	2241	2196	45
2012	2321	2274	47

Top 6 Bundesländer, aus denen Prospekt-Anfragen generiert wurden				
	2009	**2010**	**2011**	**2012**
Bayern	1697	1585	942	886
Baden-Württemberg	436	397	296	327
NRW	684	443	292	266
Hessen	377	247	175	178
Sachsen	154	143	109	113
Rheinland-Pfalz	161	124	67	140

2.1.2 VERKAUF

Überblick über die Verkaufs-Aufgaben der Tourist-Information

- Kartenvorverkauf bzw. Reservierung der Karten für kulturelle Abendveranstaltungen im Kurhaus
- Ticketvorverkauf für die von der **Tourist-Information** organisierten Ausflugsfahrten (Abwicklung mit Busunternehmern und Vertriebsstellen)
- Verkauf von Eintrittskarten externer Veranstaltungen
- Verkauf von RIT-Tickets (Rail-Inclusive-Tarife der Deutschen Bahn) mit Kostenabwicklung
- Verkauf von Fahrkarten des Regensburger Verkehrsverbundes RVV (Tages- und Monatsabrechnung)
- Verkauf von Kartenmaterial (z.B. Radwanderkarten, Wanderkarten)
- Verkauf von Souvenirs

2.1.3 KURBEITRAG, KUR- UND GÄSTEKARTE

Der Kurbeitrag wird nach der Anzahl der Aufenthaltstage berechnet und vom Vermieter in Rechnung gestellt. 2010 sind alle Betriebe auf den „elektronischen Meldeschein“ umgestellt worden. Die Daten werden online erfasst und zur Abrechnung an die **Tourist-Information** geleitet. Diese kontrolliert die Eingaben aufwändig und sendet die monatlichen Abrechnungen an die Betriebe. Die Daten gelangen per Schnittstelle zur Abrechnung auch an das Rathaus (Kasse) in Neustadt.

Im Kurbezirk beträgt der Kurbeitrag für Einzelpersonen 1,80 Euro und für Kinder zwischen 7 und 16 Jahren 1,20 Euro, im Familienverband ab der dritten Person 1,20 Euro. Vom Kurbeitrag befreit sind Geschäftsreisende, Tagungsgäste und Monteure.

Für den Kurbeitrag erhält der Gast direkt vom Gastgeber die Kur- und Gästekarte und mit dieser folgende Vergünstigungen:

Mit gültiger Kur- und Gästekarte kostenfrei:

- Eintritt zu den Kurkonzerten am Mittwoch, Samstag und Sonntag
- Teilnahme am wöchentlichen geführten Rad-/Wanderprogramm der **Tourist-Information**
- Wöchentliche Gästebegrüßung in der **Tourist-Information**
- Führung durch die Limes-Therme am Dienstag
- Benutzung des Freilandschachs am Kurhaus (Kurpark)
- Benutzung der Bibliothek im Kurhaus
- Altmühl-Donau-Card (erhältlich in der Tourist- Information) mit vielen Rabatten in der Umgebung

Mit gültiger Kur- und Gästekarte vergünstigt:

- Verkaufsartikel der **Tourist-Information** (10 % Rabatt)
- Kartenmaterial (10% Rabatt)
- Vergünstigte Ticktes für die Abendveranstaltungen im Kurhaus (variiert je nach Veranstaltung)
- Vergünstigter Eintritt ins Römische Museum für Kur- und Badewesen (2 Euro statt 3 Euro)
- Führung am Kastell Abusina (3 Euro statt 5 Euro)
- Reduzierter Preis bei den Ausflugsfahrten am Samstag (14 Euro statt 15 Euro)
- Geführte Nordic-Walking-Tour (werktags) (5 Euro statt 7 Euro)
- In der Limes-Therme können Gäste die günstige Geldwertkarte erwerben
- Vergünstigungen bei Vorträgen im Kurhaus, Themenwanderungen und vielem mehr

2.1.4 ALTMÜHL-DONAU-CARD

Um die Kur-und Gästekarte noch attraktiver zu machen, erhält jeder Kurkarteninhaber in der **Tourist-Information** kostenlos die Altmühl-Donau-Card mit Begleitheft. Die Altmühl-Donau-Card ist eine Bonuskarte für Urlauber.

Im Jahr 2012 wurden 4.150 Karten kostenfrei ausgegeben.

Tagesgäste und Einheimische können sie auch für 14,90 Euro in der **Tourist-Information** Bad Gögging kaufen. Mit der Karte erhalten Gäste viele Vergünstigungen bei über 50 Partnerunternehmen in der Region und bei weiteren 450 überregionalen Partnern z.B. im Naturpark Altmühltal und im Bayerischen Wald. Bonuspartner gewähren Rabatte in Riedenburg, Kelheim, Essing, Elsendorf, Bad Gögging, Bad Abbach und Abensberg.

Akzeptanzstellen in Bad Gögging: Beauty-Oase in der Limes-Therme, Bademoden Utzmann, Café-Restaurant Limes-Therme, Café Regner, Gasthof Hotel Eisvogel, Gaststätte zum Alten Wirt, Hotel zur Sonne, Limes-Therme.

Die Akzeptanzstellen in Neustadt/Donau, in Bad Gögging und naher Umgebung sind leider nicht sehr zahlreich und das enthaltene Angebot nicht immer attraktiv für Gäste. Im Vergleich zu anderen Gästekarten sind die Vorteile noch nicht sehr umfangreich. Bad Hindelang im Allgäu zum Beispiel wirbt mit „Urlaub ohne Nebenkosten“. Mit der „Allgäu-Walser-Card“ haben Gäste freie Fahrt mit Bussen, Bergbahnen und Skiliften sowie freien Eintritt zu vielen Freizeitangeboten.

2.1.5 GÄSTEEHRUNGEN

(Kurgastehrungen mit Hr. Zettl und Frau Rundler)

Knapp 50 Prozent der Bad Gögginger Kur- und Urlaubsgäste sind „Wiederholungstäter" und schon bis zu sechs Mal in Bad Gögging gewesen. Weitere 27 % sind mit sieben und mehr Aufenthalten wahre Bad Gögging-Fans. (*Quelle: Gästebefragung 2010/ CenTouris*)

Unsere Stammgäste sind die besten Werbeträger und sind uns wichtig! Diese Treue zu Bad Gögging wird daher wertgeschätzt und belohnt.

Werden Gäste für 15 Aufenthalte und mehr geehrt, überreicht die Tourismus-Managerin die Präsente persönlich. Dies geschieht meist bei dem jeweiligen Gastgeber. Immer wieder finden Kurgastehrungen auch im Rahmen des Kurkonzertes am Wochenende oder in der **Tourist-Information** statt. Die **Tourist-Information** informiert außerdem die Presse (u.a. Carpe Diem) über die Termine und die wichtigsten Fakten im Vorfeld.

Zahlen und Fakten zur Gästeehrung

Die Tourist-Information Bad Gögging überreicht jeweils folgende Geschenke in hochwertiger Geschenkverpackung:	
10 x Urlaub	Hochwertiges Badetuch mit Bad Gögging – Logo / pro Person
15 x Urlaub	hochwertiges Badetuch mit Bad Gögging Logo / pro Person 1 Eintritt in die Limes-Therme/ Erholungsbad (2,5 Std) pro Person sowie einen Blumenstrauß im Wert von € 20,00 – 25,00 EUR
20 x Urlaub	1 Übernachtung/ Frühstück pro Person 1 Buch (z.B. Bildband Bayerisches Golf- und Thermenland, Bad Gögginger Kochbuch..) hochwertiges Badetuch mit Bad Gögging-Logo/ pro Person sowie einen Blumenstrauß im Wert von € 20,00 – 25,00 EUR
25 x Urlaub	1 Übernachtung/ Frühstück pro Person 1 Buch (z.B. Bildband Bayerisches Golf- und Thermenland, Bad Gögginger Kochbuch..) 1 Eintritt in die Limes-Therme/ Erholungsbad (2,5 Std) pro Person

	hochwertiges Duschtuch mit Bad Gögging-Logo/ pro Person sowie einen Blumenstrauß im Wert von € 20,00 – 25,00 EUR

Gästeehrungen 2011 und 2012							
	Ehrungen	**Anzahl Geehrte**	**10 x Urlaub**	**15 x Urlaub**	**20 x Urlaub**	**25 x Urlaub**	**über 25 x**
2011	27	45	22	8	8	2	5
2012	52	78	32	15	24	2	5

2.1.6 PC-TERMINAL FÜR GÄSTE

Seit 2010 steht den Gästen in der **Tourist-Information** ein öffentlicher PC mit Internetzugang zur Verfügung, den sie nach Vorlage der Kur-und Gästekarte kostenlos nutzen können, um zum Beispiel E-Mails zu lesen. Dieses Angebot wird gern angenommen.

Um lange Wartezeiten zu verhindern, ist die Nutzungsdauer auf 15 Minuten begrenzt. Für die Zukunft wird über eine andere, kundenfreundlichere und modernere Lösung (öffentliches WLAN) nachgedacht.

2.2 VERANSTALTUNGEN

Ein facettenreiches Veranstaltungsprogramm ist für einen modernen Kur- und Urlaubsort von großer Bedeutung. Während einer Kur soll sich nicht nur der Körper erholen, auch der Geist braucht neue Inspiration, Unterhaltung und Anregung, um aus dem täglichen Trott zu entfliehen.

Vom vielfältigen kulturellen Leben Bad Göggings profitieren nicht nur Urlaubsgäste. Die Erfahrung hat gezeigt, dass auch viele Einheimische das Angebot nutzen.

Im Jahr 2012 hat die **Tourist-Information** zahlreiche neue Veranstaltungen nach Bad Gögging geholt und erfolgreiche bestehende wiederholt. So konnte die **Tourist-Information** Gästen, Bürgerinnen und Bürgern **zirka 600 Veranstaltungen** anbieten. Die Auswahl reichte von sportlichen Aktivitäten über gesundheitsorientierte Veranstaltungen bis hin zu kulturellen Erlebnissen und Ausflügen.

Im Folgenden erhalten Sie einen Überblick über einige besondere Veranstaltungen in Bad Gögging.

2.2.1 HÖHEPUNKTE

Erster-Mai-Fest, 1. Mai

Veranstalter: Tourismusverband Bad Gögging
in Kooperation mit der **Tourist-Information**

Bad Gögging feiert den 1. Mai traditionell am Maibaum im alten Kurpark. Mit den Böllerschützen beginnt das Fest, eine Blaskapelle und der Neustädter Trachtenverein treten auf. Während der Konzerte gibt es Bier und Brezen. Anschließend erwarten die Bad Gögginger Gastronomiebetriebe ihre Gäste mit speziellen Schmankerln und Angeboten zum 1. Mai. Die **Tourist-Information** unterstützt diese Veranstaltung mit verschiedenen Marketingmaßnahmen.

Maibotenfest, 5. und 6. Mai

Veranstalter: **Tourist-Information**, Projektmanagerin: Monika Vogl

Das Maibotenfest richtet sich als attraktives Freizeitangebot sowohl an Gäste, die am Ort Urlaub oder Kur machen, als auch an Einheimische. Tagesgäste aus der Region sollen mit dem Fest für Bad Gögging gewonnen werden.

Das Maibotenfest ist ein gelungener Mix aus Gartenausstellung, Maibotenmarkt und Straßentheater. Eine Ausstellung des Fahrradmuseums Bad Brückenau, Vorführungen von örtlichen Sportgruppen, nostalgische Musik mit dem Grammophonorchester und Schlager, Swing und Jazz von Musikern aus der Region ergänzten das bunte Programm und beleben den Kurplatz.

Zur Bewerbung der Veranstaltung wurden neben den üblichen Plakaten und Flyern auch Anzeigen im örtlichen Veranstaltungskalender „Carpe Diem“ und in den Magazinen CITICON und ESPRESSO geschaltet sowie ein Radiospot für Charivari produziert.

Leider sind auf Grund des andauernden Regens in diesem Jahr die großen Besucherströme ausgeblieben.

Besonders beliebt bei Gästen und Einheimischen ist die Gestaltung des Kurplatzes während des Festes – mit vielen Pflanzen und viel Grün. Die Nachberichterstattung in der Presse war sehr positiv.

Donau Classic, 23. Juni

Veranstalter: Donau Classic Veranstaltungs-GmbH, Ingolstadt
Ansprechpartner: Peter Hallauer, Robert Faber

Vom 21. bis 23. Juni führte die DONAU CLASSIC Oldtimer Rallye ihre Teilnehmer mit über 200 Oldtimern wieder durch die schönen Landschaftsstriche rund um die Automobilregion Ingolstadt. Bereits zum 8. Mal freute sich Bad Gögging auf die vielen farbenfrohen Fahrzeuge verschiedenster Epochen und Hersteller, die am Nachmittag eine Pause im Ort einlegten.

Mit vielen begeisterten Zuschauern wurden die Fahrer und deren prächtige Oldtimer auf dem Kurplatz zu einer Streckenkontrolle empfangen. Begrüßt wurden Sie dort von einer Mitarbeiterin der **Tourist-Information** im römischen Gewand und einem „echten“ Römer. Von ihnen bekamen die Teilnehmer Flyer für die Römertage in Eining bei Bad Gögging. Im Anschluss ging es weiter durch den Ort zu einer Mittagspause am Hotel Eisvogel. Auch dort konnten Gäste und Einheimische die Fahrzeuge bewundern.

Mit Moderation und kleinen Gastgeschenken wurden die Fahrer von Tourismus-Managerin Astrid Rundler sowie dem Vorsitzenden des Tourismusverbandes Bad Gögging, Karl Zettl, zur Weiterfahrt verabschiedet.

Der Oldtimertross brachte mit Teilnehmern aus Ungarn, Österreich, der Schweiz und dem kompletten Bundesgebiet auch viele potentielle Gäste mit, die einen Eindruck von Bad Gögging gewinnen konnten. Zudem war Bad Gögging in drei Ausgaben des aufwändig produzierten Magazins der Donau Classic mit einem redaktionellen Bericht vertreten.

Oldtimerausfahrt im Rahmen des Neustädter Stadtfestes, 7.-8. Juli

Veranstalter: MSC Neustadt, Ansprechpartner: Herr Zettl, in Kooperation mit der **Tourist-Information**

Am Stadtfest-Sonntag fand eine Oldtimerausfahrt mit ca. 40 Motorrädern, PKWs und Bulldogs aus der Region statt, die auch in Bad Gögging herzlich willkommen geheißen wurde. Auf dem Kurplatz begrüßte Karl Zettel, 1. Vorsitzender MSC, die Teilnehmer und stellte den interessierten Zuschauern die besonderen Fahrzeuge vor.

Unterstützt wurde er in diesem Jahr von Christine Herzog von der **Tourist-Information**. Im Anschluss an die Rallye wurden die Sieger prämiert. Die Siegerehrung fand im Rahmen des Stadtfestes in Neustadt statt.

Römertage „Salve Abusina“, 17. bis 19. August

Veranstalter: Stadt Neustadt a.d.Donau/**Tourist-Information** Bad Gögging
in Kooperation mit MICE IN MOTION, Regensburg

Die Römertage im Kastell Abusina im Ortsteil Eining fanden nach dem ersten großen Erfolg 2012 zum zweiten Mal statt. Die Besucher gingen vom 17. bis 19. August auf eine aufregende, interaktive Zeitreise für die ganze Familie.

Es warteten römisch-kulinarische Genüsse, ein spannendes Kinderprogramm, Gladiatorenkämpfe, Geländeführungen und viele weitere Highlights.

Mit dem ehemaligen römischen Kohorten-Kastell Abusina und der Lage am UNESCO-Welterbe Limes verfügt Bad Gögging über ein wichtiges touristisches Alleinstellungsmerkmal. Das Römerfest macht die über 2000-jährige Geschichte aktiv erlebbar und rückt Bad Göggings römische Vergangenheit in den Fokus der Öffentlichkeit.

Die Organisation des Festes und ein Teil der Öffentlichkeitsarbeit werden seit 2011 von der Regensburger Firma MICE IN MOTION übernommen. Die Vorbereitung vor Ort liegt in den Händen der **Tourist-Information**. Diese organisierte auch einen stimmungsvollen VIP-Abend und war mit der Limes-Therme an allen drei Tagen mit einem Informationsstand auf dem Festgelände vertreten.

Das Presseecho war sehr gut und die Öffentlichkeit wurde zusätzlich mit Anzeigen, Flyern und Plakaten sowie einer eigenen Webseite (www.abusina.com) und einer Facebook-Seite (www.facebook.com/salveabusina) informiert.

Erntedankfest, 30. September

Veranstalter: **Tourist-Information** Bad Gögging, Projektmanagerin Monika Vogl

Ein zünftiges, bayerisches Erntedankfest passt sehr gut zum Schwerpunkt „bayerisch“ im Themenmarketing der **Tourist-Information**.

Die Gäste durften sich am 30. September unter anderem über den Besuch der Hallertauer Hopfenkönigin freuen, die mit der Tourismus-Managerin Astrid Rundler und Gstanzlsänger und Humorist Josef „Bäff“ Piendl das Fest eröffneten.

Musikalisch umrahmt wurde das bunte Treiben von Blaskapellen aus der Region. Dann ging es auf zum Volkstanz.

Aussteller aus der Region, Künstler und Kunsthandwerker, Goaßlschnalzer, Schuhplattler, Kutschfahrten und Kegeln auf der Holzkegelbahn rundeten das vielseitige Programm ab. Für das leibliche Wohl war selbstverständlich auch bestens gesorgt.

Auch die Limes-Therme konnte man im Rahmen des Festes besichtigen. Thermenleiter Franz Bauer unternahm mit interessierten Gästen persönlich einen Rundgang durch die Therme.

Leonhardiritt, 28. Oktober

Veranstalter: **Tourist-Information** Bad Gögging in Kooperation mit Reitclub Aribo, Lothar Bauer, und Tourismusverband Bad Gögging e.V.

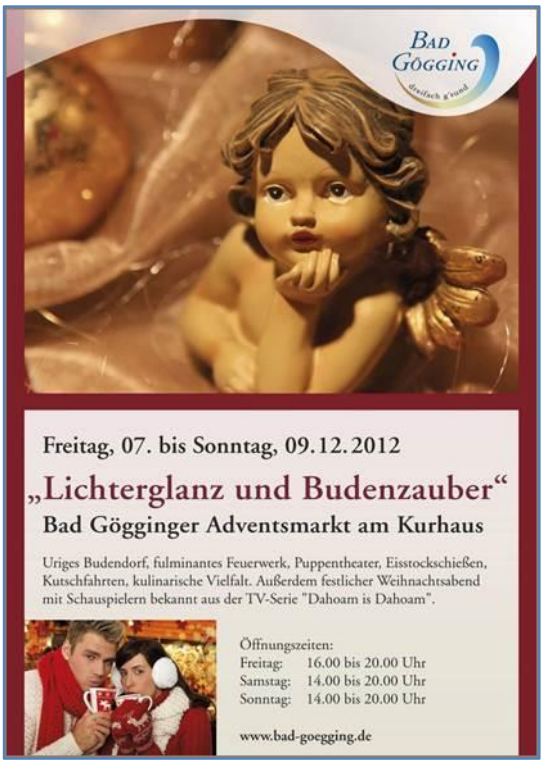
Die **Tourist-Information** veranstaltet in Kooperation mit dem Reitclub Aribo und dem Tourismusverband Bad Gögging e.V. seit 2005 jährlich diese traditionsreiche Pferdesegnung mit Pferdeprämierung und Leonhardi-Umzug.

Zahlreiche Kutschen und Pferde kamen zur Wiese bei der Römerbad-Klinik. Das Konzert der Blaskappelle Mühlhausen und Volkstänze des Trachtenvereins Neustadt umrahmten die Veranstaltung.

Gäste und Einheimische konnten sich wieder über eine schöne bayerische Tradition freuen. In Bayern gibt es über 50 Leonhardi-Wallfahrten, meist mit Pferderitten bzw. Leonhardifahrten, manchmal auch mit Märkten und Festen verbunden. Auch in Bad Gögging wird diese Tradition zu Ehren des heiligen Leonhards immer wieder aufgegriffen.

Adventsmarkt, 7.-9. Dezember

Veranstalter: **Tourist-Information** Bad Gögging, Projektmanagerinnen: Katrin Krammel und Christine Herzog



Vom 7.-9. Dezember fand am neuen Standort „Kurhaus" der Adventsmarkt „Lichterglanz und Budenzauber" statt. Das neue Konzept „mit Promifaktor" kam bei Ausstellern und Besuchern sehr gut an. Höhepunkt war der Besuch der beliebten Schauspielerinnen aus der TV-Serie „Dahoam is Dahoam". Die Eintrittsgelder wurden in voller Höhe an den örtlichen Verein „Caritas Arbeitskreis für Russische Straßen- und Waisenkinder und sozial Benachteiligte Bad Gögging e.V." übergeben.

Highlights des überarbeiteten Adventsmarktes waren:

- Festlicher, weihnachtlicher Lichterglanz rund um das Kurhaus
- fulminantes Feuerwerk „Lichterglanz" und bengalische Beleuchtung im Kurpark
- festlicher Weihnachtsabend: Auftritt der „Dahoam is Dahoam"-Schauspielerinnen mit Autogrammstunde, Lesung und musikalischer Beitrag „Lansinger Zwoagsang" mit Gast Daniela März und an der Zither Evi Strehl
- romantische Kutschfahrten in und um Bad Gögging
- erstmalig Eisstockschießen auf zwei Bahnen
- eine Krippe mit lebensgroßen Figuren und echten Tieren
- ein uriges Budendorf mit einem exklusiven Angebot an Waren
- Gastronomische Vielfalt und kulinarische Leckereien (Eisbar, Süßes, Glühwein aller Art, Crêpes, Wild, alles rund um Käse, uvm.)

Der neue Weihnachtsmarkt wurde im Vorfeld überregional durch Radio- und Printwerbung vermarktet, alle Gastgeber bekamen Flyer und Plakate und darüber hinaus wurde auch bei Busunternehmen und Vereinen geworben.

2.2.2 TAGUNGEN

Mit mehreren großen Hotels, dem Convention Center des The Monarch Hotels sowie dem Kurhaus bietet Bad Gögging dem professionellen Veranstaltungsplaner ein attraktives Angebot. Obwohl der geschäfts- und wirtschaftsbezogene Tourismus sehr viel Potential bietet, wurde diese Zielgruppe seitens der **Tourist-Information** bisher nur eingeschränkt beworben.

Vermietungen Kurhaus

Im Jahr 2012 wurde der Kursaal sechs Mal, der Seminarraum 3 drei Mal kostenpflichtig vermietet.

Folgende Firmen haben 2012 für ihre Tagung im Kurhaus Bad Gögging Räume angemietet: Beton Marketing Süd, Landratsamt Kelheim, ARGE Regionalmanagement, Passauer Wolf, Dr. Kapeller, ARGE Regionalentwicklung, Deesse, Polizeipräsidium Niederbayern.

Da es sich bei dieser wichtigen Zielgruppe auch um potentielle zukünftige Urlaubsgäste handelt, werden für 2013 seitens der Tourist-Information folgende Maßnahmen geplant:

Maßnahmen Kurhaus

Das Kurhaus mit dem Kursaal und den Seminarräumen soll besser vermarktet werden, um zu einer Belebung und besseren Auslastung beizutragen. Es wurde eine transparente und verbindliche Preisliste für Raummieten festgesetzt, die ab 2013 gültig ist.

Ohne Klimaanlage, fest installierten Hochleistungs-Beamer und öffentliches WLAN sind die Räumlichkeiten jedoch nur sehr eingeschränkt nutzbar und für die meisten Tagungsgäste wenig attraktiv.

Maßnahmen Tagungs-Marketing

Wie verschiedene Studien belegen, werden Tagungs-/Kongressorte vornehmlich online recherchiert. Deshalb muss der Online-Auftritt verbessert werden. Es soll auf der neuen Internetseite von Bad Gögging eine eigene Rubrik „Tagungen in Bad Gögging“ geben. Die Hotels, das Kurhaus, aber auch die touristischen Möglichkeiten sollen anhand von neuen Rahmenprogrammen besser präsentiert werden.

2.2.3 VORTRÄGE

Um die Attraktivität des Kurortes zu erhöhen, bietet die **Tourist-Information** Bad Gögging ihren Gästen ein umfangreiches Unterhaltungsprogramm an. Unter anderem werden monatlich Vorträge über Gesundheit und zu verschiedenen anderen Themen (z.B. „Regensburg“) angeboten. Andere Vorträge informieren die Gäste beispielsweise über die örtlichen Naturheilmittel Moor, Schwefel- und Thermalwasser, Gelenkprobleme, Therapiemöglichkeiten und vieles mehr.

Die **Tourist-Information** Bad Gögging organisiert und terminiert die Vorträge. Die 12 Referenten werden vertraglich verpflichtet, die Vorträge zu halten. Die Abrechnung erfolgt quartalsweise durch die **Tourist-Information**.

Zudem ist eine Mitarbeiterin der **Tourist-Information** abends vor Ort, um die Räumlichkeiten aufzuschließen und die Eintrittsgelder zu kassieren.

Die Vorträge finden drei- bis viermal in der Woche im Kurhaus statt. Themen sind zum Beispiel Gesundheit, Recht und Kultur.

2.2.4 FÜHRUNGEN

- **Geführte Wanderungen und Radtouren**

Weil Bewegung an der frischen Luft für die Genesung förderlich ist, Spaß macht und zudem in der Gruppe gesellig ist, bietet die **Tourist-Information** Bad Gögging ihren Gästen ein umfangreiches Bewegungsprogramm an. Die Gästeführer werden jährlich für die vereinbarten Termine vertraglich verpflichtet. Die Abrechnung erfolgt quartalsweise durch die Tourist-Information.

- **Themenwanderungen**

Verschiedene Themenwanderungen orientieren sich an den Besonderheiten des Ortes.

- Geführte Wanderung „Gewässer als Lebensraum“ 14-tägig montags
  Ein Spaziergang (ca. 6,7 km Rundkurs) rund um die Welt der Gewässer mit Hermann Kirchner, staatl. gepr. Gewässerwart und Fischereiaufseher. Neben der vielfältigen Tierwelt mit seltenen Fischen, Muscheln und Edelkrebsen werden verschiedene Themen von Schwefelquellen über den Fischfang zur Römerzeit bis hin zu moderner, Natur schonender Gewässerpflege behandelt. Kosten 2,50 €/ 1,50 € mit Kurkarte.

- Geführte Moorwanderung 14-tägig mittwochs
  „Von den Bad Gögginger Moorgründen bis zur Limes-Therme“. Der Weg des Moores von der Lagerstätte über die Aufbereitung bis hin zur Limes-Therme. Geführte Wanderung (ca. 2,5 km) ab Tourist-Information mit Maria Buchner.

- Geführte Radtour 14-tägig freitags
  Geführte Radtour durch die idyllische Naturlandschaft um Bad Gögging. Die Tour ist auch für weniger sportliche Radler geeignet und beinhaltet eine Einkehr. Die Leitung hat Maria Buchner. Durchführung ab 5 Personen (nicht bei Regenwetter).

- Geführte Wanderung mit Einkehr 14-tägig freitags
  Leitung: Maria Buchner. Durchführung ab 5 Personen. (Nicht bei Regenwetter).

- Sonntags-Radltour mit Einkehr 14-tägig sonntags im Sommer
  Leitung: Maria Buchner. Durchführung ab 5 Personen (Nicht bei Regenwetter)

- Stadtführung durch Neustadt a.d. Donau 14-tägig donnerstags
  Begrüßung im historischen Rathaussaal Neustadt und Einkaufsmöglichkeit. Leitung: Agnes Deschl. Kosten 2,50 €/ 1,50 € mit Kurkarte.

- **Neu entwickelte Führungen im Kastell Abusina**

Die Besichtigung des Freiluftmuseums Kastell Abusina im nahegelegenen Eining ist jederzeit möglich und kostenfrei.

Im Jahr 2012 neu entwickelte Führungen (ca. 60 Minuten) durch das Römerkastell mit spannenden Informationen zum Kastell und zum Leben in der römischen Zeit in und um „Abusina" finden seit April 2012 bis einschließlich September 2012 regelmäßig am Samstag statt. Die Führungen wurden gut angenommen und sind seither fester Bestandteil des Veranstaltungskalenders.

Sonderführungen für Gruppen können nach Anmeldung in der **Tourist-Information** gebucht werden.

Ausblick: Für die Zukunft wird überlegt, ob der Preis für Gruppenführungen an den andernorts üblichen Preis angeglichen wird. Zudem sollen die Honorare vereinheitlicht und eine Provision für die **Tourist-Information** erhoben werden.

2.2.5 ABENDVERANSTALTUNGEN

Abendveranstaltungen sind ein wichtiger Teil des Unterhaltungsprogrammes im Kurort.

Leider besteht die Tendenz, dass immer mehr Kurgäste die Abende lieber auf ihren Zimmern verbringen. Einerseits scheuen sie die Eintrittskosten, andererseits sind zahlreiche Gäste Bad Göggings aufgrund von Alter oder Krankheit nicht gut zu Fuß.

Für das Jahr 2013 wurde die Auswahl der Veranstaltungen deshalb überdacht und es wurden vermehrt hochwertige und namhafte Künstler gebucht, die ein möglichst breites Publikum ansprechen. Diese Veranstaltungen sollen auch ein überregionales Publikum anziehen.

In der folgenden Tabelle sind alle Veranstaltungen aufgelistet, die 2012 im Kursaal (168 Plätze) stattfanden. Die Abrechnung erfolgt dabei üblicherweise so: 80 % der Einnahmen erhält der Künstler als Gage. 20 % verbleiben bei der Tourist-Information für Aufwendungen (Personal, Technik, Unterhalt Kursaal) und ergeben die Kursaal-Miete.

Datum	Veranstaltung
21.01.2012	Hahn im Korb
04.02.2012	Mindel Harmonist
03.03.2012	Männer und andere Irrtümer - Simone Mutschler
17.03.2012	Angelika Beier „Frühreif“
08.04.2012	Wolga Kosaken
14.04.2012	Karli & Anneliese
21.04.2012	Zitherklub Regensburg 1884
12.05.2012	Timothy Peach & Nicola Tiggeler
28.05.2012	Winwood
12.06.2012	Tenöre 4 you
15.06.2012	Karli & Anneliese

01.06.2012	Königlich Bayerische G'richtsbarkeit - Dr. Göttler
10.08.2012	Werner Gerl – "Best of Programm"
24.08.2012	Tenöre 4 you
05.09.2012	Wolga Kosaken
08.09.2012	Wiener Melange
14.09.2012	Flez Orange
06.10.2012	Bavarian Giants
11.10.2012	Schwarzmeer Kosaken Chor
20.10.2012	Don Kosaken
23.11.2012	Männer und andere Irrtümer - Simone Mutschler
09.12.2012	Festlicher Weihnachtsabend mit „Dahoam is Dahoam"

2.2.6 KURKONZERTE

2012 fanden Kurkonzerte **jeden Samstag, Sonn- und Feiertag** statt (**insgesamt 117**).

Jeden ersten Samstag im Monat ist die Römerbadklinik der Veranstaltungsort. Aufgrund der Ergebnisse der Gästebefragung werden Stil und Anzahl der Kurkonzerte für das Jahr 2013 überarbeitet.

Kurkonzerte haben eine lange Tradition und sind seit dem 19. Jahrhundert fest mit der Kur verbunden. Zwar verfügt Bad Gögging nicht über ein eigenes Orchester, jedoch bieten wechselnde Kapellen ein vielfältiges und hochwertiges Programm. Die Musikrichtung bewegt sich zwischen bayerischen Tönen (Blaskapelle, Hausmusik), Chören, Big Bands und klassischen Formationen.

Die Konzerte finden im Kursaal oder auf dem Kurplatz statt. Diese Außenkonzerte bei gutem Wetter sind besonders beliebt. Problematisch ist hierbei jedoch die mangelhafte Beschattung von Musikern und Zuhörern. Nur ein Bruchteil von ihnen findet unter den Sonnenschirmen Platz. Hier muss dringend eine andere Lösung gefunden werden.

Die **Tourist-Information** ist verantwortlich für Terminierung, Vertragsgestaltung und Abrechnung der einzelnen Musikkapellen, betreibt Werbung für die Veranstaltungen und organisiert die von den Gruppen benötigte Technik.

2.2.7 AUSFLUGSFAHRTEN

Die **Tourist-Information** bietet Bus-Ausflugsfahrten zu verschiedenen Zielen in der Umgebung an. Ein Gästeführer begleitet die Gruppe. Ein Teil der Fahrten ist auch für Gäste geeignet, deren Mobilität eingeschränkt ist. Auch Alleinreisende und kulturell Interessierte nehmen gern an den Fahrten teil.

2011 mussten jedoch viele Termine abgesagt werden, da die Mindestteilnehmerzahl von 15 Personen nicht erreicht wurde. Um die angemeldeten Gäste nicht zu enttäuschen, wurde die Mindestteilnehmerzahl gesenkt. Außerdem wurde die Auswahl der Ziele überarbeitet.

Die **Tourist-Information** zeichnet verantwortlich für die Auswahl der Ziele, die Terminierung der Gästeführer, die Absprachen mit dem Busunternehmer und die Abrechnungen. Tickets für die Ausflugsfahrten werden im Vorverkauf in der **Tourist-Information** ausgegeben.

2.3 MARKETING

Anhand der im touristischen Leitbild für Neustadt, Bad Gögging und andere Ortsteile festgelegten Themenschwerpunkte („gesund“, „authentisch“, „integrativ“) definiert die **Tourist-Information** jährlich Marketingschwerpunkte.

Auf diese ausgesuchten Themen konzentrieren sich sowohl die Angebote als auch die aktuellen Marketingmaßnahmen. Neben diesen Schwerpunkten gibt es die Basisthemen, welche konstant bei den Marketingaktivitäten berücksichtig werden.

Zudem zielen die Maßnahmen im Innenmarketing auf eine erfolgreiche Vernetzung der touristischen Partner am Ort und innerhalb der Region ab.

2.3.1 AUSSENMARKETING

- **Produktentwicklung/ Themenmarketing**

Neue Angebote bilden die Basis für den Verkauf und eine erfolgreiche Pressearbeit. Die **Tourist-Information** kann damit Gäste als Stammkunden gewinnen und sich von der Konkurrenz abheben.

Themenschwerpunkt „Römisches Erbe“

2012 wurde auf das Thema „Römer“ besonderes Augenmerk gelegt. Folgende Maßnahmen waren Teil der Produktentwicklung:

- Es wurde neues, professionelles **Bildmaterial** zum Thema Römer erstellt
- Neue **Gästeführer** wurden für Führungen im Kastell Abusina geschult, um somit den Gästen zu Saisonbeginn ein neue, regelmäßige öffentliche Führung anbieten zu können
- Am Kastell Abusina wurde eine **Bushaltestelle** für den Freizeitbus errichtet
- Das **Römische Museum** für Kur-und Badewesen wurde gestrichen und mit neuen Möbeln ausgestattet
- Neue **Flyer für Kastell und Museum** wurden erstellt und an alle Partner (auch entlang der Limes-Straße) gesendet
- **Presseaussendungen** zum Thema Römer und Römertage Salve Abusina

- Highlight **Römertage** Salve Abusina mit Info-Stand der TI vor Ort
- Teilnahme am **Internationalen Museumstag** mit Kastell Abusina und Museum
- **Ortspauschale** „Bad Gögging – überraschend römisch“

Entwicklung neuer Ortspauschalen

2012 wurden zusammen mit verschiedenen Leistungsträgern fünf neue Ortspauschalen entwickelt. In einer Ortspauschale wird ein festes Leistungspaket geschnürt, an das sich Gastgeber mit ihren eigenen Preisen anschließen können. Mit diesen Pauschalen kann nun im passenden, zielgruppenorientierten Kontext für den Ort Bad Gögging geworben werden.

Bad Gögginger Ortspauschalen:

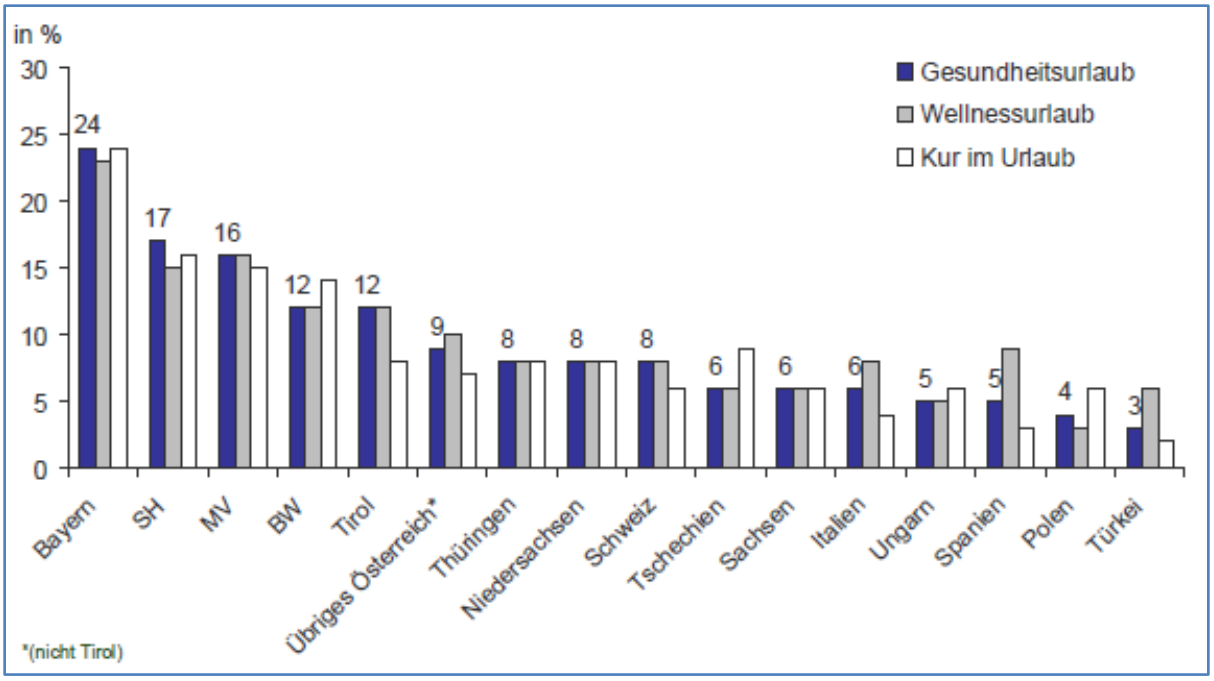
- Schnuppertage in Bad Gögging
- Bad Gögging – überraschend römisch
- Biergenuss & Badefreuden
- Gesund & Aktiv
- Radeln rund um Bad Gögging

Produktlinien

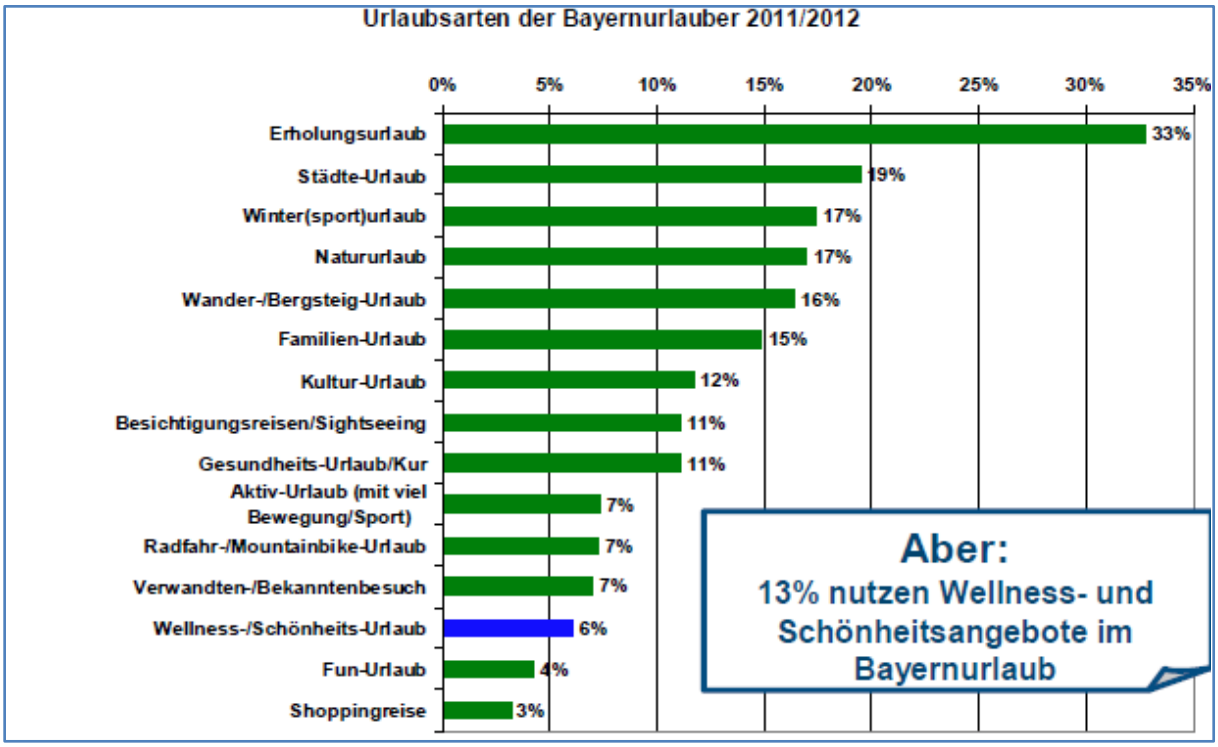
Im Jahr 2012 wurden Produktlinien definiert, die sich konsequent an den Zielgruppen orientieren:

1. Gesundheit, Wellness, Prävention
2. Römisch, Bayerisch, Regional
3. Aktiv, Freizeit

Die folgenden Statistiken zeigen, dass Bayern das beliebteste Urlaubsziel für Erholungs-, Wellness- und Gesundheitsurlaube ist. Somit decken sich die entwickelten Produktlinien mit den aktuellen Urlaubstrends in Bayern.



Grafik 2: „In welchen Regionen auf dieser Liste würden Sie gerne einen Gesundheitsurlaub [bzw. Wellnessurlaub bzw. Kur im Urlaub] verbringen?" – Bayern liegt bei allen Urlaubsarten weit vorn. *(Quelle: „RA 2011 face-to-face" / by.TM)*



Grafik 3: 33 Prozent der Bayernurlauber machen Erholungsurlaub, 11 Prozent Gesundheits-Urlaub/Kur, 6 Prozent Wellness-/Schönheits-Urlaub. *(Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 11/12 / by.TM)*

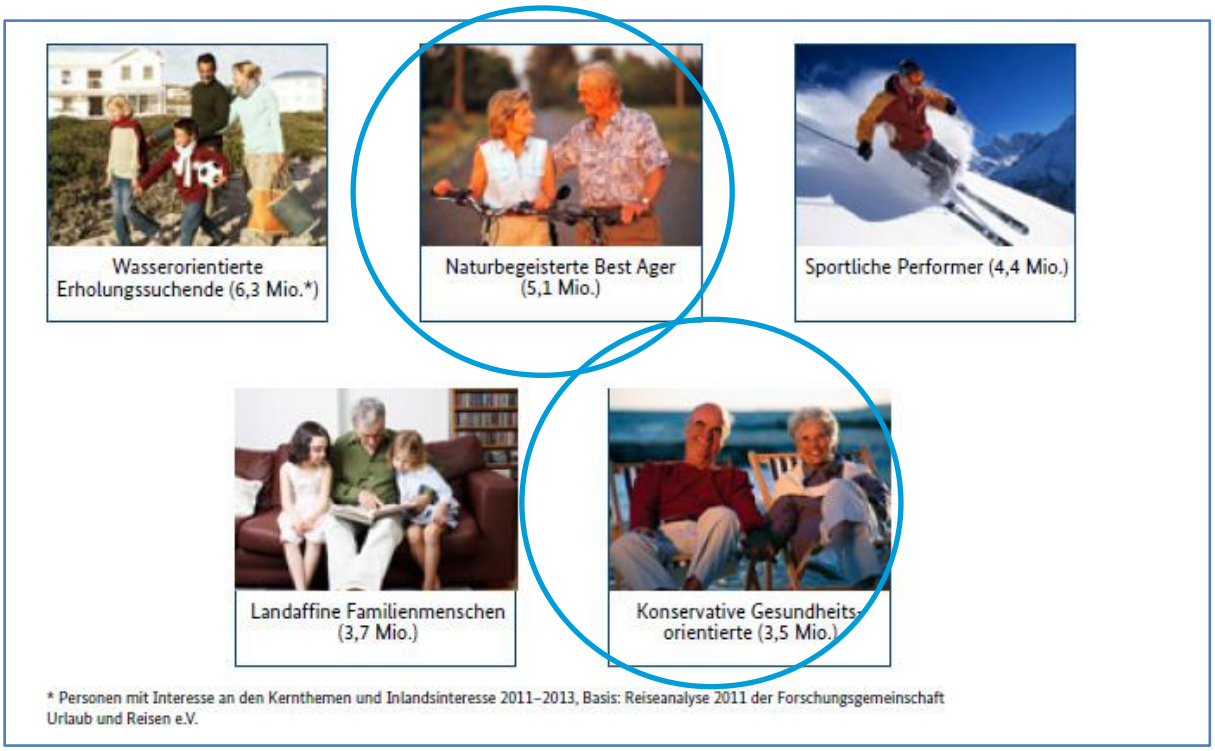
Touristische Kernthemen

Bad Gögging profitiert nicht nur davon, dass Bayern-Urlauber generell gern Erholungs-/Gesundheitsurlaub machen. Durch eine konsequente Orientierung an den **touristischen Kernthemen für den ländlichen Bereich** *(Quelle: Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen 2013, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie)* kann Bad Gögging sich in Marketing und Produktgestaltung auf genau definierte Zielgruppen ausrichten.

Touristische Kernthemen für den ländlichen Bereich sind:

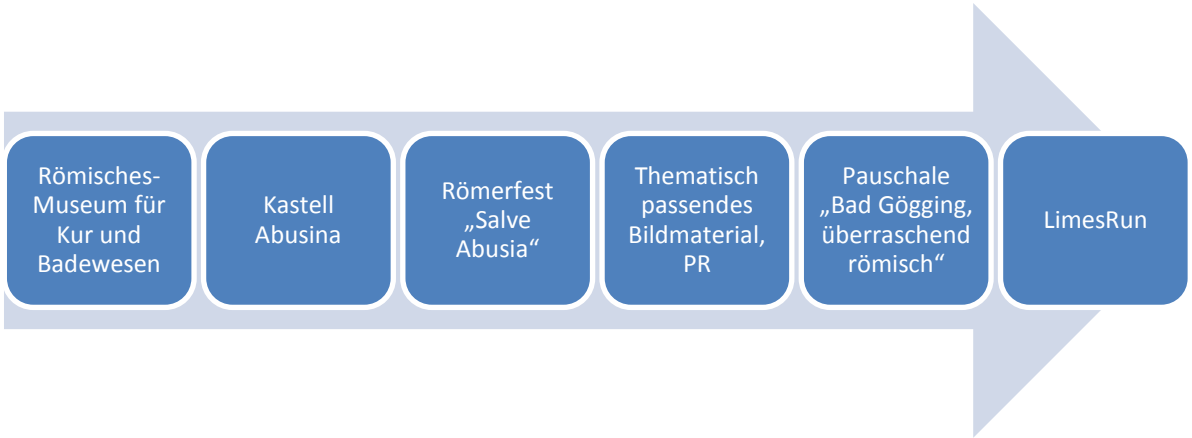
- **Natur-Urlaub**: Wandern, Radfahren
- **Gesundheit**: Gefragt sind Angebote aus den Bereichen „Natur" und „Aktiv" mit gesundheitlichem Mehrwert, Gesundheitsangebote für alle Indikationsstufen und Wellnessangebote

Zielgruppen sind damit insbesondere „Naturbegeisterte Best Ager" und „Konservative Gesundheitsorientierte". Diese beiden Gruppen machen in Deutschland rund 8,5 Millionen potentielle Gäste aus.



Grafik 4: *Quelle: Reiseanalyse 2011 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.*

In der Folge wurden zu den jeweiligen Urlaubsthemen Dienstleistungsketten erstellt, um sie übergreifend zu vermarkten.



Grafik 5: Beispiel Dienstleistungskette „Bad Gögging- überraschend römisch!“. *Quelle: eigene Darstellung.*

- **Messen**

Die **Tourist-Information** Bad Gögging war, zusammen mit der Limes-Therme, Aussteller auf folgenden Messen:

f.re.e - Die Reise- und Freizeitmesse München 22.-26.02.2012

Mit ca. 120.000 Besuchern in 5 Tagen zählte die f.re.e in München wieder zu den besucherstärkeren Messen, die die **Tourist-Information** und die Limes-Therme im Jahr 2012 besucht haben. Bad Gögging war mit eigenem Stand vertreten, Mitarbeiterinnen der **Tourist-Information** und der Limes-Therme übernahmen den Standdienst. Hotels und Pensionen nutzen die Möglichkeit, sich anzuschließen

Freizeit Messe Nürnberg - Freizeit erleben! Nürnberg 29.02.-04.03.2012

Die Freizeit Messe ist Nordbayerns größter Reisemarkt mit Urlaubstipps und Angeboten. Rund 95.000 interessierte Besucher in fünf Tagen boten beste Kontaktmöglichkeiten! Bad Gögging war mit eigenem Stand vertreten, Mitarbeiterinnen der **Tourist-Information** und der Limes-Therme übernahmen den Standdienst. Hotels und Pensionen nutzen die Möglichkeit, sich anzuschließen.

„CMT“- Caravan, Motor und Touristik Stuttgart 14.-22.01.2012

Die Stuttgarter Urlaubsmesse CMT ist die besucherstärkste Tourismusmesse Deutschlands für das allgemeine Publikum. Die **Tourist-Information** und die Limes-Therme beteiligten sich am Stand des Tourismusverbands Ostbayern. Die **Tourist-Information** Bad Gögging ist mit einer Mitarbeiterin auf der CMT vertreten.

Internationale Tourismusbörse (ITB) Berlin 7.-11. März 2012

Zusätzlich zu den Messeauftritten in München, Nürnberg und Stuttgart wurden Fachbesucher und Publikum in Kooperation mit dem Bayerischen Golf- und Thermenland auf der ITB (Internationale Tourismusbörse in Berlin) über den Kurort informiert und auf die Freizeit-, Wellness- und Urlaubsmöglichkeiten aufmerksam

gemacht. Die ITB ist eine wichtige Größe im Messegeschäft. Reiseveranstalter und Reiseinteressierte können sich hier über die Angebote informieren. Astrid Rundler kam mit vielen Kontakten, z.B. auch zu interessierten Reiseveranstaltern, im Gepäck zurück.

Messe-Gewinnspiel

Bei jeder Messe hat die **Tourist-Information** ein Gewinnspiel am Messestand dabei. Die Gewinne werden von Hotels zur Verfügung gestellt. Die Verlosung wird nach jeder Messe in der **Tourist-Information** vorgenommen.

- **Pressearbeit**

Im Jahr 2012 wurde die Pressearbeit ausgebaut. Neben den lokalen Medien im näheren Umkreis sollten verstärkt Journalisten und Redakteure im ganzen Bundesgebiet mit aktuellen Meldungen aus Bad Gögging bedient werden.

Der Versand erfolgt über den eigenen Presse-Verteiler (lokale und überregionale Medien, Fachzeitschriften, Magazine und verschiedene Tageszeitungen). Zusätzlich wurde ein externer Mediendienst (djd) für überregionale Pressearbeit beauftragt.

Regional:

Regionale Medien bekommen über einen Presseverteiler regelmäßig Pressemitteilungen und Fotos.

Pressemitteilungen regional der Tourist-Information 2012	
März	Positive Messebilanz zum Jahresbeginn
März	Geführte Rundgänge im Römerkastell Abusina
März	Regierungs-Vizepräsidenten tagen in Bad Gögging
Mai	Journalisten aus Deutschland und Österreich besuchten Bad Gögging
Juni	Auf den Spuren der Legionäre. In Bad Gögging laden die Römertage zu einer Zeitreise in die Antike ein
August	Staatspreis für die Auszubildende der TI Bad Gögging
Oktober	Neuer Cross-Lauf LimesRun in Bad Gögging
Oktober	Weihnachtsmarkt mit Promifaktor
Oktober	Bayerische Tradition zu Ehren des Heiligen St. Leonhard
November	Zauberhafter Lichterglanz zum Adventsmarkt in Bad Gögging
Dezember	Neue Bad Gögginger Weihnachtskarte
Dezember	Bad Gögginger Adventsmarkt hatte mit neuem Konzept Erfolg
Gesamt 2012	**12 Pressemitteilungen**

Überregional:

Überregionale Pressearbeit betreibt die Tourist-Information über einen eigenen Verteiler und über die deutschen journalisten dienste. Der djd übernimmt die Aufgaben einer Redaktion, eines PR-Dienstleistungszentrums und eines Presseverteiler-Service: Themenaufbereitung, Mediendienste, Redaktionskontakte, Themenverbreitung und Erfolgsdokumentation kommen aus einer Hand.

Pressemitteilungen überregional der Tourist-Information 2012	
Januar	Zurück zur Balance. Bad Gögging setzt auf moderne Wege der Regeneration
März	Bad Gögging- Top Tagungsort im Herzen Bayerns
März	Eselfastenwanderungen in Bad Gögging
März	Neu im Programm - Geführte Rundgänge im Römerkastell Abusina

März/ April	Radln zwischen Römern, Barock und Hopfengärten
Juni	Auf den Spuren der Legionäre. In Bad Gögging laden die Römertage zu einer Zeitreise in die Antike ein
Juli	Salve Abusina – Römertage in Eining
Juli	Salve Abusina – Römisches Badevergnügen
August	Salve Abusina – Feldgeschütze bei den Römertagen
August	Salve Abusina – Römertage in Eining
August	Salve Abusina – Geschichte zum Anfassen
August	Salve Abusina – Der Tipp fürs Wochenende
August	Salve Abusina – Nachbericht zu den Römertagen Salve Abusina
Oktober	Neuer Cross-Lauf LimesRun in Bad Gögging
Oktober	Wärme tanken im Moor – Naturproduke statt Chemie
Oktober	Weihnachtsmarkt mit Promifaktor
Oktober	Bayerische Tradition zu Ehren des Heiligen St. Leonhard
Dez	Kurantrag abgelehnt Bayerns Kurorte helfen weiter
Gesamt 2012	**18 Pressemitteilungen**

Pressearbeit über DJD	Erzielte Auflage über DJD
2 Aussendungen zum Thema Gesundheit	1.300.000 Auflage
1 Aussendung zum Thema Radln	3.100.000 Auflage
1 Aussendung zum Thema Römer	1.300.000 Auflage
1 Aussendung zum Thema Moor	300.000 Auflage
1 Aussendung Adventsmarkt	410.000 Auflage
Gesamt	5.410.000 Auflage

Journalistenreise:

Die Arbeitsgemeinschaft Deutsche Donau startete ihre Pressefahrt im Mai 2012 über Regensburg nach Passau in Bad Gögging. 18 Journalisten von Hamburg bis Wien besichtigten einen Tag lang den Kurort und sammelten zahlreiche Eindrücke von der Umgebung.

Zurück zur Balance

Kurort Bad Gögging setzt auf moderne Wege zur Regeneration

(djd/pt). Durch Alltagsstress, schlechte Ernährung und zu wenig Bewegung kann das innere Gleichgewicht leicht durcheinanderkommen. In ruhigen Gegenden mit viel Natur wie etwa Bad Gögging fällt es besonders leicht, die Balance wieder herzustellen. Der Kurort setzt auf die drei Heilmittel Schwefel, Naturmoor und Mineral-Thermalquellen. Ausleiten und aufbauen – das ist das Ziel der neuen Bad Gögginger Regenerationskur. Sie will dazu beitragen, Körper, Geist und Seele wieder in Einklang zu bringen. Dazu werden alle vorhandenen natürlichen Schätze genutzt. Neben Bewegung und Entspannung im Heilwasser kommt auch das Kurpaket „Symbiontic" zum Einsatz. Aufeinander abgestimmte Produkte auf der Basis verschiedener Enzymaufschlüsse – den sogenannten Regulaten – sollen das gesunde Milieu im Körper wieder herstellen. Die Kur wird von einer Heilpraktikerin begleitet. Sie entwirft nach einem ausführlichen Gespräch ein individuelles Entgiftungsprogramm. Behandlungen wie eine „Cranio-Sacral"-Therapie – eine ganzheitliche Körpertherapie mit sanften Berührungen – sollen den Energiefluss und die Entspannung zusätzlich fördern. In der Limes-Therme mit ihren zehn unterschiedlich temperierten Becken (28 bis 36 Grad) lässt es sich im Thermal-Heilwasser entspannen. Bewegungsangebote wie Aquajogging bringen die Gäste auf schonende Weise in Schwung. Schon die alten Römer nutzten die natürlichen Schätze Bad Göggings für ihre Regeneration. Daran erinnert der als Museum konzipierte Saunabereich der Limes-Therme.

Limes-Therme: Hier gibt es Entspannung und Regeneration wie zu Römerzeiten. Foto: djd/Tourist-Information Bad Gögging

bad-goegging.de

Wärme tanken im Moor

Bad Gögging Sanfte Erholung mit dem natürlichen Heilmittel

Moor ist ein Wärmespeicher, der die Temperatur lange hält und sehr langsam an den Körper abgibt. Die Wärme scheint bei den Anwendungen regelrecht in den Körper zu fließen. Diese Eigenschaft macht Moor zu einem guten Mittel bei schmerzhaften Gelenkerkrankungen wie etwa Gelenkverschleiß. Darüber hinaus wird die Durchblutung gefördert, das Bindegewebe gelockert und das Immunsystem aktiviert. Durch den Auftrieb des Moores entsteht außerdem ein Gefühl der Schwerelosigkeit. Die tiefe Entspannung im Moorbad ist auch bei Stress und Erschöpfung eine Wohltat. Deswegen werden Mooranwendungen auch gern zur Stressreduzierung eingesetzt. Besonders wenn es frisch gestochen ist und mit Thermalwasser oder Schwefelwasser zu einem Brei verarbeitet wurde, entfaltet das Moor in der Wanne oder als Packung seine volle Wirkung.

Während Naturmoor für lokale Behandlungen als 45 Grad Celsius warme Packung verwendet wird, wobei der Moorbrei nur teilweise auf den Körper aufgetragen wird, sorgt ein „Versinken" auf den speziellen Wasserbetten in der Limes-Therme in Bad Gögging für eine völlig entspannte Behandlung. Insbesondere bei Menschen, die ihre Gesundheit ganz bewusst pflegen und dabei statt auf Chemie lieber auf Naturprodukte zurückgreifen, steht Moor sehr hoch im Kurs. Auf www.bad-goegging.de gibt es zu den vielfältigen Anwendungen des Naturheilmittels weitere Informationen. Diese natürlichen Anwendungen gehören übrigens zu den wärmeintensivsten Methoden in der physikalischen Therapie.

In der Limes-Therme genießen die Gäste Naturmoor unter anderem auch im Vollbad mit 42 Grad Celsius. Moor aus eigener Lagerstätte wird hier genutzt. Aber auch im Kosmetik- und Wellness-Bereich werden die natürlichen Eigenschaften dieser Anwendung eingesetzt. So bietet die Welt von Terra Vitalis (der Wellness-Bereich der Limes-Therme) ein Moorpeeling an. Dies hat eine durchblutungsfördernde Wirkung und kann die Widerstandskraft des Körpergewebes fördern. Minerale und Huminsäuren können sensible, zu Entzündungen neigende Haut unterstützen. **djd/pt**

Foto: djd/Tourist-Information Bad Gögging

Entspannen, träumen und sich wohlfühlen - ein Moorbad hat viele Gesichter.

Auf dem Fahrrad ab in die Römerzeit

(rgz-p). Die bayerische Landschaft rund um das heutige Bad Gögging war schon in antiker Zeit ein Anziehungspunkt: Dort bauten die Römer ihren Grenzwall, den Limes, der jetzt zum Unesco-Weltkulturerbe gehört - und nutzten darüber hinaus die Donau als "nasse Grenze".

Mit dem Fahrrad lässt sich die Region zwischen Ingolstadt und Regensburg heute besonders gut erkunden, denn in ihr treffen viele Routen zusammen. Die Fluss-Auen laden ebenso wie das weite Hinterland mit seinen Spargelfeldern und Hopfengärten zu Entdeckungstouren ein. Nach einem ereignisreichen Tag im Sattel können sich die Radler dann in einem traditionellen Hopfenbad, in der Römer-Sauna oder in einem der 15 Thermalwasserbecken der Limes-Therme erholen. Weitere Informationen sowie die Möglichkeit, Radwanderkarten zu bestellen, gibt es unter www.badgoegging.de.

Foto: djd/Tourist-Information Bad Gögging

(Redaktionelle Artikel über Bad Gögging in verschiedenen deutschen Tageszeitungen)

- **Anzeigen**

Auch wenn das Internet im touristischen Marketing eine immer größere Rolle einnimmt, ist die klassische Anzeigenwerbung nach wie vor nicht wegzudenken. Um das vorhandene Budget möglichst effektiv einzusetzen und Streuverluste zu vermeiden, hat man die Anzeigen auf drei Quellmärkte gebündelt (Bayern, Baden Württemberg, Rhein-Main Gebiet). Geworben wurde mit ansprechenden, vierfarbigen Anzeigen, die jeweils ein passendes thematisches Angebot beinhalten. Insgesamt wurde eine Auflage von ca. 17.000.000 erreicht.

Anzeigen Print Tageszeitungen (Auswahl)	
Welt am Sonntag	
Süddeutsche Zeitung	
Nürnberger Nachrichten	
Münchner Merkur	
tz	
Mainpost	
Sonntag Aktuell	
Stuttgarter Zeitung	
Rhein Main Presse	
Allgemeine Zeitung	
Wiesbadener Tageblatt und -Kurier	
gesamt	10.083.600 Auflage

Anzeigen Print in Magazinen, Sonderformen (Auswahl)	
Bierzeitung	
Tambiente	
heiss&kalt	
FitReisen	
Stadtmaus Programm	
Apotheken Umschau	
Citicon	
Espresso	
gesamt	ca. 7.000.000 Auflage

Bayern

Bad Gögging – „Dreifach g'sund"

In Bad Gögging heißt es dreifach g'sund, denn es gibt kaum einen Kurort in Bayern, in dem die drei anerkannten Naturheilmittel „Schwefel", „Moor" und „Thermalwasser" gleichzeitig vorkommen.

Bereits die alten Römer kannten die heilenden Kräfte der Schwefelquellen und haben sie genutzt. Das Naturmoor wird zum Beispiel als Packung oder Bad verabreicht und ist nicht nur wohltuend für die Haut. Das jüngste Naturheilmittel von Bad Gögging ist das Thermalwasser. Die Thermalquelle speist eines der schönsten Bäder im Umkreis. Die Limes-Therme hat eine Fläche von 10.000 m² und gehört somit zu den größten Kur- und Erholungsbädern Bayerns. Sie bildet den Mittelpunkt des neuen Kur- und Wellnesszentrums und vereint drei gesunde und wohltuende Angebote unter einem Dach: Kur, Erholung und Wellness.

Eine weitere Besonderheit ist die Lage. Die herrliche Naturlandschaft lädt nicht nur zu Entspannung und Erholung, sondern auch zu einer Vielzahl von Sport- und Freizeitaktivitäten ein. Genießen Sie die schöne Natur bei ausgiebigen Spaziergängen und Wanderungen oder mit dem Fahrrad.

Infos & Buchung

Tourist-Information Bad Gögging
Heiligenstädter Straße 5
93333 Bad Gögging
Tel. 0800-46344464 (kostenlos)
tourismus@bad-goegging.de
www.bad-goegging.de
Coupon-Nummer xx

kostenloser Katalog auf S. xx

(Anzeige aus dem Magazin „tambiente")

Anzeigen Online (Auswahl)	
www.t-online.de	Reiseportal
www.urlaubskataloge-gratis.de	Prospektbestellung
„Weltreise durch Deutschland"	
Fr.online	
www.stuttgarter-nachrichten.de	
www.netdoktor.de	
www.abtei.de	Bild/Text-Anzeigen mit BGuTL
Media Service Wesemann	Online-Werbeagentur

- **Großflächenplakate**

Im Februar und März 2012 wurden in München und Nürnberg an 40 markanten Orten auffällige Großflächenplakate aufgestellt. Darauf wurde in den Städten für Bad Gögging und die Limes-Therme geworben.

- **Radiowerbung**

Radio Arabella 105.2

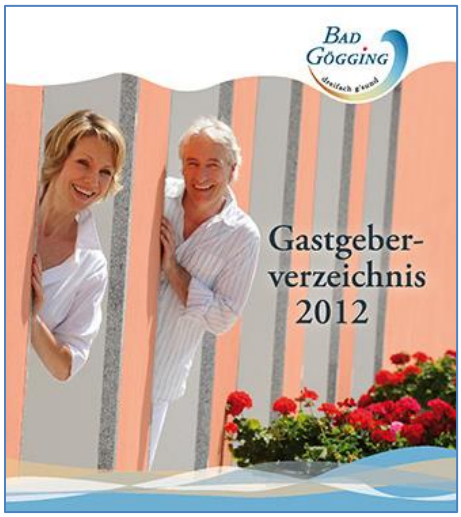
Begleitend zur Werbeaktion mit den Großflächenplakaten in München wurde Werbung auf Radio Arabella (München und Region, ca. 466.000 Hörer) geschaltet. Bad Gögging war eine Woche „on Air“ mit einer Frequenz von 42 Spots à 20 Sekunden. Ergänzend lief ein zweiwöchiges Gewinnspiel auf der Website des Radiosenders.

- **Neue Werbegeschenke/Verkaufsartikel**

Für die Radtour und den Biergartenbesuch sind diese praktischen Mitbringsel aus Bad Gögging ideal – und machen für den Kurort gleich noch Werbung in der Heimat der Gäste!

Im Sortiment der Werbegeschenke sind außerdem Kugelschreiber, Pflaster, Lippenpflegestifte und Ähnliches. Zusätzlich im Verkauf sind Hand- und Badetücher, sowie römische Vasen in verschiedenen Größen.

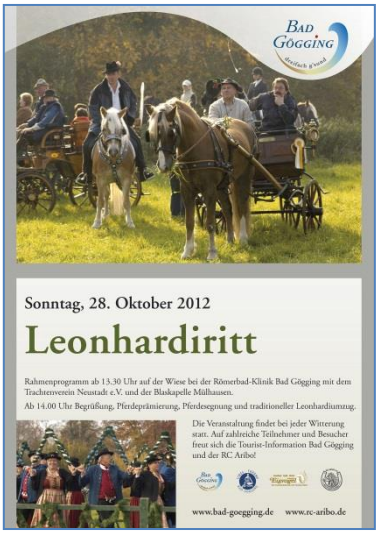
- **Publikationen**



Das **Gastgeberverzeichnis** ist für potentielle Urlauber das Informationsmedium Nummer eins. Neben der Auflistung aller Betriebe enthält es Wissenswertes zum Ort und zur Umgebung. Für Veranstaltungen werden Kurhaus, Unterkunftsbetriebe und Geschäfte mit Plakaten und Flyern versorgt. Für Großveranstaltungen wird jeweils eigenes Material produziert. Regelmäßige Veranstaltungen werden in Wochenübersichten zusammengefasst.

In der Broschüre **„Pauschalen und Arrangements“** sind neben den Ortspauschalen die Angebote und Pakete der Gastgeber zu finden.

- **Corporate Design**



2012 wurde schrittweise ein neues „Corporate Design“ (einheitliches Unternehmenserscheinungsbild) eingeführt. Ziele waren ein höherer Wiedererkennungswert und ein modernes Design. Plakate, Broschüren und Anzeigen wurden mit der eleganten „Bad-Gögging-Welle“ gestaltet. Eine konsequente Umsetzung auch auf der Website und weiteren Veröffentlichungen erfolgt 2013.

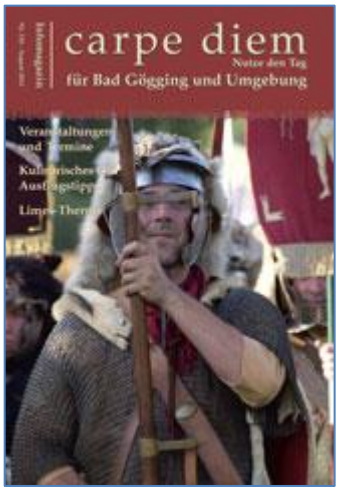
- **Neues Bildmaterial**

Das touristische Produkt ist oft ein immaterielles und mit Emotionen besetztes und somit besonders schwierig in Szene zu setzen. Bilder – hochprofessionelle und emotionale – sind daher für die Vermarktung unbedingt notwendig. Zusammen mit der Limes-Therme gab es 2012 weitere aufwändige Fotoshootings.

- **Veranstaltungskalender**

Für Gäste ist der Veranstaltungskalender eines der wichtigsten Informationsmedien während des Aufenthaltes. Zugleich nimmt er die Ressourcen der **Tourist-Information** stark in Anspruch. Eine zentrale Datenbank muss gepflegt werden, aus der die Bilder und Texte für den Online-Kalender auf www.bad-goegging.de, auf den Internetseiten touristischer Partner (Landkreis Kelheim, Ostbayern, Altmühltal usw.), aber auch für die Presse generiert werden.

Besonders aufwändig ist die Arbeit, weil sämtliche relevanten Veranstaltungen aus der Großgemeinde Neustadt mühevoll zusammengetragen und aufbereitet werden müssen. Hier wäre zum Teil eine bessere Zuarbeit der Veranstalter wünschenswert, damit weiterhin das breite Spektrum der Veranstaltungen im Stadtgebiet Neustadt abgebildet werden kann.



Das Print-**Veranstaltungsmagazin „Carpe Diem“** ist für Neustadt und vor allem für Bad Gögging ein sehr wichtiges Medium. Mit dem Carpe Diem besitzt der Ort einen monatlichen Veranstaltungskalender, der von Einheimischen und Gästen gleichermaßen genutzt wird. Alle Hotels, Pensionen und Ferienwohnungen werden mit dem Magazin versorgt und legen es für ihre Gäste aus. Die **Tourist-Information** beliefert den Herausgeber mit allen Veranstaltungsdaten und mit redaktionellen Inhalten. Die **Tourist-Information** bezuschusst das Magazin finanziell.

- **Online-Marketing**

Screenshot der Seite www.bad-goegging.de, die von 2006 bis 2013 existierte

Das Online-Marketing stand im Jahr 2012 ganz im Zeichen des Wechsels und Neubeginns. Nach langen Bemühungen seitens der **Tourist-Information** konnte eine Ausschreibung für eine zeitgemäße Website erstellt und eine Online-Fachkraft eingestellt werden (Dezember 2012). Die Vorbereitungen für den Relaunch von www.bad-goegging.de begannen schon lange vor dem Arbeitsantritt der Online-Fachkraft.

Das touristische Leitbild aus dem Jahr 2006 hält fest, dass insbesondere durch verstärktes Online-Marketing die Verkaufsorientierung der **Tourist-Information** gefördert werden solle. Online-Marketing konnte jedoch aufgrund der veralteten Website und der mangelnden personellen Ressourcen 2012 nur noch in geringem Maß betrieben werden und gestaltete sich wie folgt:

- Regelmäßiges Aktualisieren der Datenbanken (Gastronomie, Sehenswürdigkeiten, Gastgeber, Veranstaltungskalender)
- Pflege der Seiten www.bad-goegging.de und www.neustadt-donau.de
- Google AdWords Kampagne durch externen Dienstleister
- Wechsel auf eTourist Version 4, aufwändige Umpflege der Daten und Schulung der Vermieter
- Eigenständige Weiterführung des Social Media Marketings, nachdem der Vertrag mit einer Beraterin ausgelaufen war
- Bearbeiten von Anfragen nach Bildmaterial durch Partner und Presse

Am 17. Dezember 2012 trat die Online-Fachkraft Eva Gaudlitz M.A. ihre Vollzeitstelle an.

2.3.2 INNENMARKETING

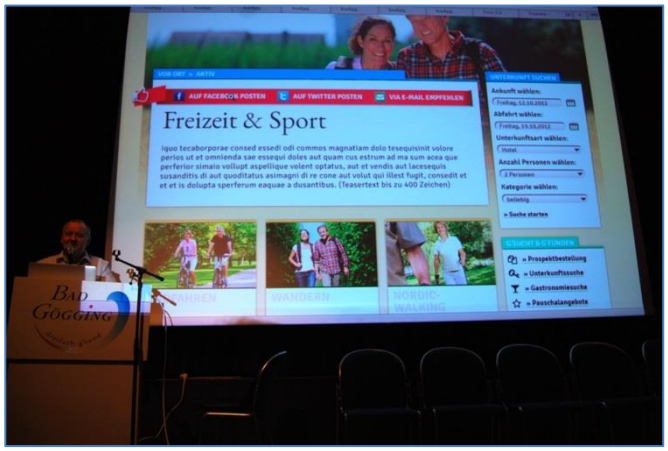
Touristischer Frühjahrsempfang

Zusammen mit dem Tourismusverband Bad Gögging lädt die **Tourist-Information** Gäste aus Geschäftswelt und Tourismus zu einem motivierenden Start in die Saison ins Kurhaus ein. Neues aus dem Verbandsgeschehen und die Aktivitäten der **Tourist-Information** stehen ebenso auf der Tagesordnung wie Informationen zu touristischen Trends und Zahlen. Hochkarätige externe Referenten bieten jährlich interessante Einblicke in Tourismus und Kurgeschehen. Bei Musik und einem kleinen Imbiss stellt sich im Anschluss schnell Geselligkeit ein.

Treffen der Touristiker im Landkreis Kelheim

Es ist schon gute Tradition geworden, das jährliche Treffen der Mitarbeiter aller Tourist-Informationen im Landkreis Kelheim. Dadurch werden die Vernetzung und die Zusammenarbeit untereinander gestärkt. Jeweils zum Beginn der Treffen wird immer eine der Tourist-Informationen im Landkreis besichtigt. Im Januar stellte Astrid Rundler die **Tourist-Information** Bad Gögging vor. Danach begab man sich zum fachlichen Austausch ins Kurhaus. Ein wichtiges jährliches Treffen, organisiert durch den Tourismusverband im Landkreis Kelheim.

Informations-Veranstaltung für alle Gastgeber



Am 26.11. wurden alle Gastgeber aus Bad Gögging zur jährlichen Informationsveranstaltung in das Kurhaus Bad Gögging eingeladen. An diesem Termin erhielten die Interessierten einen Rückblick auf die vergangene touristische Saison, einen Überblick über die durchgeführten Maßnahmen und deren Erfolg. Außerdem wurden das Konzept und das Layout des neuen Internetauftritts vorgestellt. Ergänzend erfuhren die Gastgeber alles rund um die geplanten Aktivitäten der **Tourist-Information** im kommenden Jahr und erhielten einen Überblick über die angedachten (Groß-)Veranstaltungen. Nach einem musikalischen Jahresrückblick folgte zum Abschluss ein reger Austausch.

Monatlicher Newsletter

Ein monatlicher E-Mail-Newsletter geht an alle Vermieter. Er enthält aktuelle Veranstaltungsinfos, Neuigkeiten aus der **Tourist-Information** und wichtige Branchennews.

Gästebefragung

Seit Herbst 2011 liegen an touristisch bedeutenden Orten und in Hotels in Bad Gögging Gästebefragungsbögen aus. Die Auswertung der wertvollen Gästemeinungen erfolgt halbjährlich und wird in diversen Infoveranstaltungen vorgestellt. Die **Tourist-Information** pflegt einen offenen Umgang mit Kritik und ist bemüht, Anregungen der Gäste umzusetzen oder an die zuständige Stelle weiterzugeben.

Fortbildungen

Die Mitarbeiterinnen der **Tourist-Information** bilden sich regelmäßig auf verschiedenen Fachgebieten fort. Im Jahr 2012 absolvierten vier Mitarbeiterinnen beispielsweise die Ausbildung zum Qualitäts-Coach, um die **Tourist-Information** für „Servicequalität Deutschland" zu qualifizieren.

2.3.3 KOOPERATIONEN

Im Bereich des touristischen Marketings setzt die Stadt Neustadt/Donau bzw. die **Tourist-Information** Bad Gögging nicht nur auf die eigenen Vermarktungsstrategien. Das kooperative Marketing mit touristischen Organisationen wird auch 2012 erfolgreich fortgeführt. Gerade für die ländlichen Räume ist überregionales Marketing von entscheidender Bedeutung.

Mit folgenden Organisationen besteht eine Kooperation und verbindet gute Zusammenarbeit:

Tourismusverband Bad Gögging e.V.	Der Tourismusverband vertritt die Interessen der touristischen Dienstleister in Bad Gögging und arbeitet eng mit der Tourist-Information zusammen.
TOURISMUSVERBAND IM LANDKREIS KELHEIM E.V.	Der Tourismusverband im Landkreis Kelheim e.V. ist einer der wichtigsten Partner bei der Vermarktung Bad Göggings innerhalb der Region „Bayerns Herzstück – Donaudurchbruch und Umgebung". Er liefert wichtiges Prospekt- und Informationsmaterial für unsere Gäste (Gastgeberverzeichnis, Ausflugsplaner, Brauereikarte usw.), ist Partner bei der Planung und Ausschilderung neuer bzw. bestehender Wander- und Radwege und zentraler Ansprechpartner für alle touristischen Belange im Landkreis Kelheim. Er setzt sich für die touristische Entwicklung der Region ein, vernetzt die touristischen Leistungsträger und Gemeinden und fördert den Austausch untereinander. Der Verband betreibt eine eigene Internetseite (www.tourismus-landkreis-kelheim.de), auf der auch die Angebote Bad Göggings (Ausflugsziele, Gastgeber, Veranstaltungen sowie aktuelle Meldungen) dargestellt

	werden.
BAYERISCHES GOLF & THERMENLAND OSTBAYERN www.ostbayern-tourismus.de	Seit März 2008 werden die beiden Vermarktungseinheiten Niederbayern zwischen Donau und Inn und das Bayerische Thermenland gemeinsam als Bayerisches Golf- und Thermenland beworben. Ein gebündeltes Marketingbudget, Fördermittel und aufeinander abgestimmte Marketingmaßnahmen führen dazu, dass das Bayerische Golf- und Thermenland, und damit auch Bad Gögging, von Anfang an als vielseitige Urlaubsregion regional und überregional beworben wird. Im Rahmen der Marketingoffensive werden hohe Reichweiten erzielt und definierte Zielgruppen angesprochen – in erster Linie die Best Ager unter den Gesundheitsurlaubern, Kurgästen, Genussradfahrern und Golfspielern. Dementsprechend sind die wichtigsten Themen des Bayerischen Golf- und Thermenlands Gesundheit, Golf, Radfahren und Kultur. http://www.bayerisches-thermenland.de/
Naturpark Altmühltal	Seit über vier Jahrzehnten gibt es nun schon die Erholungs- und Urlaubsregion Naturpark Altmühltal. Am 25. Juli 1969 wurde in Pappenheim der Verein „Naturpark Altmühltal (Südliche Frankenalb)“ ins Leben gerufen. Damit war der Naturpark Altmühltal gegründet, mit 3000 Quadratkilometern Fläche ist er einer der größten Naturparke Deutschlands. Zwei Anliegen stehen von Anfang an im Vordergrund: Den Schutz der Landschaft zu sichern und die Erschließung des Altmühltals für den Fremdenverkehr voranzutreiben. Das Naturparkgebiet erstreckt sich über fünf Regierungsbezirke, sieben Landkreise und eine kreisfreie Stadt. Heute ist der Naturpark Altmühltal eines der beliebtesten Urlaubsziele Bayerns, jährlich kommen mehrere Millionen Tages- und Urlaubsgäste in den Naturpark. Als touristische Attraktionen erweisen sich neben dem Radeln und Wandern das Bootwandern auf der Altmühl, die Schifffahrt auf dem Main-Donau-Kanal, die römischen Zeugnisse und die einmaligen fossilen Schätze aus den Jura-Steinbrüchen.

GESUNDES BAYERN ... natürlich gut beraten!	Der Bayerische Heilbäder-Verband wurde am 1. März 1948 gegründet und ist damit der älteste Regionalverband im deutschen Bäderwesen. Ein Hauptziel des Bayerischen Heilbäder-Verbandes ist die Förderung der Gesundheit durch qualifizierte Kuren, Reha-Maßnahmen und gesundheitsbetonte Urlaubsprogramme. Dabei kümmert sich die Organisation seit ihrer Gründung erfolgreich um das entsprechende Marketing im In- und Ausland. Der Verband vertritt die Interessen der bayerischen Heilbäder in den verschiedensten Bereichen – insbesondere gegenüber den Parlamenten, Ministerien, Sozialversicherungen, Krankenkassen und anderen Institutionen in Deutschland sowie auch auf europäischer Ebene. Um die hohe Qualität des Angebots in allen Bereichen zu sichern, fördert der Verband die Kurortmedizin, die Kurortwissenschaft und die Bäderwirtschaft. Er engagiert sich außerdem dafür, dass die typischen Naturheilmittel der jeweiligen Orte Qualitätspfeiler des Gesundheitsangebotes bleiben. http://www.gesundes-bayern.de
DEUTSCHE DONAU	Die Arbeitsgemeinschaft Deutsche Donau, ist ein Zusammenschluss einzelner Verkehrsämter und regionaler Tourismusverbände zu einem großen Konsortium, das sich um die Belange der fremdenverkehrsspezifischen Themen um die Donau kümmert. U.a. sind in der Deutschen Donau vertreten die Tourismus-Verbände Schwäbische Alb, Bayrisch-Schwaben, Ostbayern, Oberbayern sowie die beiden Dachverbände Bayern und Baden-Württemberg. Die Arbeitsgemeinschaft bringt also, ähnlich wie der Naturpark Altmühltal, viele Verbände unter einen Hut - somit stellt das Projekt eine Regionalisierung des Tourismus an der Donau in vollem Umfang dar. Mit der ARGE ist auch Neustadt/ Donau mit Bad Gögging auf Messen und Workshops im In-und Ausland vertreten. http://www.deutsche-donau.de
	Mit inzwischen 93 Städten, Märkten und Gemeinden sowie zahlreichen Landkreisen und Touristikgemeinschaften als Mitglieder unterhält der Verein unter dem Vorsitz des Oberbürgermeisters der Stadt Aalen nicht nur die Deutsche Limes-Straße, sondern auch den danach eingerichteten Deutschen Limes-Radweg. Damit gelang es dem Verein, zwei

	wichtige Routen zu etablieren für die touristische Erschließung und Vermittlung des Obergermanisch-Raetischen Limes, der 2005 zum UNESCO-Welterbe erklärt worden ist. Mit Information und Marketing will der Verein für seine Routen und damit für das einzigartige archäologische Denkmal im In- und Ausland Interesse wecken. Darüber hinaus hat es sich der Verein zur Aufgabe gemacht, Mitgliedsorte und Museen am Limes bei Veranstaltungen durch Öffentlichkeitsarbeit zu unterstützen. http://www.limesstrasse.de
Neustadt in Europa	Eine Städtefreundschaft Städte mit dem Namen „Neustadt" oder „Nové Mésto" gibt es viele in Europa. 37 Städte und Gemeinden mit diesem Namen aus Deutschland und Österreich, den Niederlanden, aus Ungarn, der Slowakei, Tschechien und Polen haben sich in dieser Arbeitsgemeinschaft zusammengeschlossen. Seit 1979 finden jährliche Neustadt-Treffen statt. "Neustadt in Europa" möchte zur Bildung von Freundschaften über Stadt- und Landesgrenzen beitragen. Daneben soll es die heimische Gastronomie sowie den Einzelhandel in "Neustadt" fördern. Die Arbeitsgemeinschaft ist auf dem Gebiet des Fremdenverkehrs die größte internationale gemeindliche Werbegemeinschaft unter dem Motto "Werben auf Gegenseitigkeit".

2.4 INFRASTRUKTURMASSNAHMEN

Die **Tourist-Information** bemüht sich, Verbesserungen der Infrastruktur im Ort im Sinne der Gäste zu erreichen.

2.4.1 RÖMISCHES MUSEUM FÜR KUR- UND BADEWESEN

Das Museum ist ein wertvolles Kleinod in Bad Gögging, das viel über die interessante Geschichte des Ortes aussagt und bei den Gästen sehr beliebt ist. Es verleiht dem Römerthema in Bad Gögging zusätzlich Profil und Relevanz. 2012 wurden die Räume auf Initiative der **Tourist-Information** gestrichen und mit neuen Möbeln und Blumen ausgestattet. Das Erscheinungsbild ist aber trotz dieser kleinen Renovierung verbesserungsbedürftig.

Auf das Museum sollte mehr Augenmerk gelegt werden, eine Modernisierung und eine Ausweitung der Öffnungszeiten sind mehr als wünschenswert, jedoch von der Tourist-Information derzeit nicht zu stemmen.

2.4.2 KASTELL ABSUINA

Das Römerkastell im wenige Kilometer entfernten Eining ist ein weiterer wichtiger Besuchermagnet in Bad Gögging, der im Zusammenhang mit der römischen Geschichte steht. Einen Großteil der Unterhaltung und Verwaltung des Geländes übernimmt die **Tourist-Information**. Bei den Römertagen und bei Führungen wird ersichtlich, wie groß das Interesse der Besucher an diesem Thema ist. Um eine bessere Erreichbarkeit für Gäste ohne PKW zu gewährleisten, wurde 2012 eine Bushaltestelle am Kastell angelegt.

2.4.3 ÖFFENTLICHE WCS

Ein öffentliches barrierefreies WC und ein zusätzlicher Parkplatz bei der **Tourist-Information** wurden lange gefordert, 2012 umgesetzt und daraufhin sehr gut angenommen.

2.4.4 ÖFFENTLICHER NAHVERKEHR

Die Mitarbeiterinnen der **Tourist-Information** werden persönlich, schriftlich, telefonisch oder durch die Gästebefragung immer wieder mit der Unzufriedenheit der Gäste über den öffentlichen Nahverkehr konfrontiert. Besonders die vielen älteren und gehbehinderten Gäste vermissen öffentliche Verkehrsmittel, um zum Bahnhof Neustadt, zu Ausflugszielen in der Umgebung oder zum Einkaufen zu gelangen. Auch innerhalb des Ortes (zwischen altem und neuem Kurzentrum) fehlen Transportmittel.

Der Tourismusverband Bad Gögging fordert einen eigenen Shuttlebus, um dieses Problem zu entschärfen, das Bad Gögging regelmäßig Minuspunkte bei der Gästezufriedenheit einbringt. Die **Tourist-Information** würde dies begrüßen.

Schriftliche Gästekommentare aus dem Jahr 2012 (Auswahl):

„Würde einen Busverkehr benötigen, der Weg vom Ortskern zur Therme und ins Kurkonzert ist zu beschwerlich!"

„Schlechte Busverbindung."

„Bitte etwas mehr Einkaufsmöglichkeiten, denn ohne Auto hat man kaum eine Möglichkeit."

„Der Bahnhof Neustadt ist viel zu weit und nicht besetzt für Beratung […]"

„Großer Nachteil für Gäste ohne KFZ: Keine Busverbindung nach Neustadt!"

2.4.5 WANDER- UND RADWEGE

Wander- und Radwege sind ein wichtiger Teil der Bad Gögginger Infrastruktur, denn viele Gäste kommen primär zum Radfahren oder Wandern in den Ort. Leider landen häufig Beschwerden über mangelhafte Beschilderung und Beschaffenheit der Wege in der **Tourist-Information**. Gegen Ende des Jahres wurde deswegen eine Kooperation mit dem Tourismusverband im Landkreis Kelheim begonnen. Ziel war die Verbesserung und Vereinheitlichung der Radwegbeschilderung.

Außerdem stellte die **Tourist-Information** Überlegungen an, einen Wanderwegewart auf Basis geringfügiger Beschäftigung anzustellen. Die Realisierung erfolgt 2013.

2.5 ALLGEMEINE ORGANISATIONS- UND VERWALTUNGSAUFGABEN

- Pflege der Dekoration und der Bepflanzung in den Innen- und Außenbereichen von Tourist-Information und Kurhaus im jahreszeitlichen Wechsel
- Kasse (Tagesabrechnungen, Kassenbuchführung)
- Erstellung/Druck der Plakate für sämtliche Aktivitäten und Veranstaltungen
- Aushang der Plakate, des Monats- und Wochenprogramms in der **Tourist-Information**, im Kurhaus, an Bushaltestellen und weiteren Orten
- Plakatverteilung an Vermieter
- Versand des Veranstaltungsmagazins „Carpe Diem“
- Abrechnung der Referenten/der Abendveranstaltungen
- Organisation der Kurgastehrungen
- Ausstellen von Meldescheinen für Vermieter ohne PC
- Verwaltung von Büromaterial
- Meldewesen/Abrechnung Kurtaxe

IMPRESSUM

Herausgeber

Erschienen: 10.4.2014
Tourist-Information Bad Gögging
Heiligenstädter Str. 5
93333 Bad Gögging
Tel: 09445/9575-0
E-Mail: tourismus@bad-goegging.de

Redaktion: Astrid Rundler, Eva Gaudlitz M.A.
Grafik: Eva Gaudlitz M.A.

Fotos

DH Studio Dirk Holst
Tourist-Information
Tourismusverband im Landkreis Kelheim
Stadt Ingolstadt
Stadt Regensburg
pieknikphoto
Achim Graf
Hans Pirthauer
Foto Mayer Neustadt