

Protokoll



Datum: 23.04.2019
Uhrzeit: 19:30 Uhr bis 21:45 Uhr
Ort: Besprechungsraum Kurhaus
Teilnehmer: siehe Anwesenheitsliste

TOP 1: Definition und Festlegung „Regionales Produkt“

Der Begriff „Regionales Produkt“ ist bisher nicht näher definiert worden. Dies hat zur Folge, dass jeder ein beliebiges Produkt unter dem Label verkaufen kann, was nicht aus der Region stammt. Da nach dem Prinzip des Bottom-up-Prozesses die Akteure der Orte an den Entscheidungen zum Duftort beteiligt sind, werden Vorschläge für die Erstellung einer Definition vorgestellt.

Die Orte fühlen sich an dieser Stelle nicht zuständig und verweisen auf die regionalen Produzenten. Diese sollen sich finden und die Kriterien selbst definieren. Zur Vorbereitung werden praktische Beispiele im Vorfeld ausgegeben.

Betrachtet man den Kreis der regionalen Produzenten und die möglichen Kriterien dazu, so wären die Unternehmen Bühler und Primavera außen vor, weil sie ihre Rohstoffe außerhalb der Region beziehen und diese hier vor Ort lediglich veredeln und verarbeiten. Dadurch würde auch der Begriff selbst zu eng gefasst und zu wenige Produkte umfassen. Gleichzeitig wurde an die Außenwirkung des Duftortes gedacht, wobei Bühler und Primavera wichtige Duftort-Partner sind: Sie stellen zwei von vier Duftquellen.

Eine Umbenennung in den Begriff „örtliche Produzenten“ bezieht Bühler und Primavera mit ein und ist daher trefflicher.

Fazit: Der „Duftort“ fungiert als Plattform, es kann aber nur jemand Duftort-Partner werden, der die Kriterien erfüllt.

TOP 2: Eigener Duft Oy-Mittelberg

Einzelne Akteure fanden die Idee gut und streben danach, einen eigenen Duft – nur für ihr Haus – zu beauftragen. Andere Orte haben sich bereits einen eigenen Duft kreieren lassen ... - angestupst durch die Berichterstattung zum Beschluss vom 11.06.2018!

Macht es daher Sinn einen eigenen Duft für Oy-Mittelberg kreieren zu lassen? Wegen der Vielzahl der Düfte, die den Duftort ausmachen eher nicht, aber im Sinne von Kundenbindung und des Marketings macht es sehr wohl Sinn.

→ Angebot bei Primavera einholen und Klärung der Frage, welcher Endpreis pro Einzelfläschchen zu erwarten wäre.

TOP 3: Neues in Sachen Duftgastgeber und Marketing:

- Info aus den Gesprächen mit Primavera
- Festlegung der Vorschläge und weitere Vorgehensweise

Im ersten Quartal wurden mehrere klärende Gespräche mit den verschiedenen Abteilungen, Personen und zu verschiedenen Anlässen geführt:

- 7. Februar 2019: 9.00 Uhr – 11.45 Uhr
Nachfolge Gudrun Stirner (Leitung und Stellvertretung Shop)
- 25. Februar 2019: 9.30 Uhr – 11.15 Uhr
zusammen mit Bgm. Haslach bei Kurt Nübling, Leiterin Marketing
- 29. März 2019: 9.30 Uhr – 10.30 Uhr
Leiterin Marketing und Leiter Vertrieb

Wichtigste Punkte aus den Gesprächen:

- Herr Kurt Nübling sieht den Mini-Vertrieb seiner Produkte durch die Duftgastgeber nicht gerne.
→ Coupon für Gäste der Duftgastgeber (Leute sollen in den Shop gelockt werden)
→ Präsentabfüllung



PRIMAVERA besuchen!

Genießen Sie unser duftendes Naturparadies bei einem Einkaufsbummel oder bei einem Spaziergang durch unseren weitläufigen Rosen- und Heilkräutergarten. In unserem Erlebnisprogramm finden Sie aktuelle Termine unserer Workshops, Vorträge, Veranstaltungen, Firmen- und Gartenführungen. Infos unter www.primaveralife.com

Öffnungszeiten
PRIMAVERA Duft- & Naturkosmetikshop
Mo – Fr 9 – 18 Uhr | Sa 10 – 18 Uhr

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

Ihr Gastgeber

PRIMAVERA Duft- & Naturkosmetikshop
Naturparadies 1 • D-87466 Oy-Mittelberg
Tel +49 8366 8988-880 • www.primaveralife.com

A circular inset image shows a woman in a white apron serving a customer in a shop. In the foreground, there is a small bottle of Primavera perfume.

Dazu Gedankenaustausch aus der Runde der Anwesenden:

Es wird vor evtl. Missbrauch gewarnt, dass Karten an andere Gastgeber weitergegeben werden oder sich gar zum Streuartikel entwickeln. ☞ Ein Mindesteinkaufswert könnte davor schützen.

Ansonsten muss im Stempelfeld „Duftgastgeber“ stehen und das Logo aufgebracht werden.

- Die Qualität der Primavera-Produkte ist sehr hoch, Primavera will die Duftgastgeber unterstützen und beraten → **Besuch der Duftgastgeber durch Angestellte von Primavera:**
 - Prüfen der Präsentation der Primavera-Produkte bei den Duftgastgebern, Originalware auf MHD und Deko-Material auf Aktualität.
 - Erlebnisprogramm muss bei den Betrieben ausgelegt werden
 - Duftgastgeber erhalten dadurch evtl. einen Diffuser geschenkt
- Wegen möglichen Missbrauchs des Einkaufsausweises soll der Ausweis Personenbezogen sein → dadurch reibungslose Bearbeitung im Shop möglich
- Sammel-Kundennummer für alle Duftgastgeber
- Bestückung der sogn. Aromabar mit Testern, noch keine Lösung, Entscheidung verschoben
- Email-Verteiler der Duftgastgeber geht an Primavera
- Teilnahme von Primavera-Angestellten bei Treffen der Duftgastgeber in Aussicht gestellt
- Partner vor Ort erhalten zeitnah Information über Sonderverkäufe, Verkaufsoffene Wochenende, Rosenfest

TOP 4: Gedanken im Nachgang zum Tourismusbund

Es wird noch einmal der Erlebnisrundgang Duft skizziert, damit keine Doppelungen zu den anderen Inhaltselementen entstehen. Zudem kann es sein, dass es in der Kartendarstellung eng und überfrachtet wirkt, durch zu viele Dufterlebnis-Stationen.

TOP 4: Erlebnisrundweg Duft Darstellung der Dufterlebnisstationen



• Welchen Duft kann der Besucher zu welchem Zeitpunkt an welchem Ort erleben

- regionale Produzenten
- natürlich vorkommenden Areale wie Wiesen, Wald- und Wegesäume, Beete etc.
- die Gärten von Primavera
- Hausführungen von Primavera
- Der Duft- und Spielgarten in Mittelberg
- Mühlbachweg (z.B. mit dem Duft des Seidelbast nach der Schneeschmelze)

→ Web, (Print)

23. April 2019

GAP, Kur- und Tourismusbüro

11

TOP 4: Erlebnisrundweg Duft Darstellung der Dufterlebnisstationen



„Dem Duft auf der Spur“

An welchen Stellen kann zu welcher Zeit welches Dufterlebnis erlebt werden? (Wo?, Wann?, Was?)

- Vorhandene Duftquellen regionaler Produzenten
- Ergänzung durch bereits existierende natürliche Dufterlebnisse (Duftwiesen, Moorareale, Sträucher etc.)

Vorhanden: Trilogierundgang

☞ fließt ein ins große Ganze

☞ **Abgrenzung zu den anderen Konzeptinhalten**
wie z.B. Duftgastgeber

☞ **Begriffliche Abgrenzung sehr wichtig!**

16. April 2019

GAP, Kur- und Tourismusbüro

12

Die bisher erarbeiteten Vorschläge sind als Ergänzung zu bereits bestehenden Werbetexten und Vorschlägen zu sehen. Es wird gefragt, ob grundsätzlich feste Routen vorgegeben werden oder nur die Dufferlebnisstationen abgebildet. Beides ist möglich, da auch bereits kleine Rundgänge schon existieren wie z.B. der Ortsrundgang der Wandertrilogie.

Vorschlag für ein einheitliches Beschilderungssystem. Wichtig ist das gleiche Layout und eine Formatvorgabe mit Angaben zum Größenverhältnis wie z.B. 2 : 3.

→ Gestaltung von Layout-Vorschlägen durch Gemeinde

→ Weitergabe an die Orte

→ Zuschüsse zur Beschilderung sind nur zu erwarten, wenn das vorgegebene Layout angewendet wird.


Es gibt zwei Arten von Schildern:

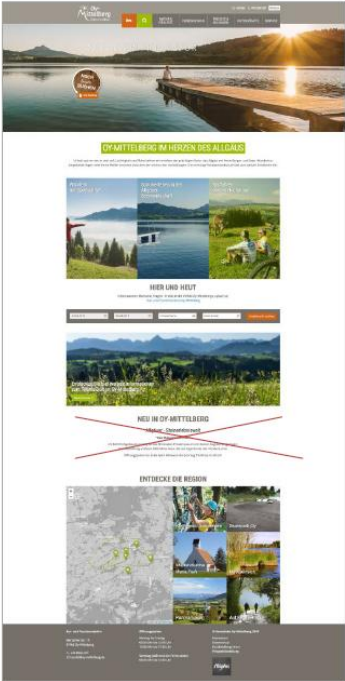
1. kleine Schilder zur Ausweisung von Kräutern
2. größere Schilder für Informationen

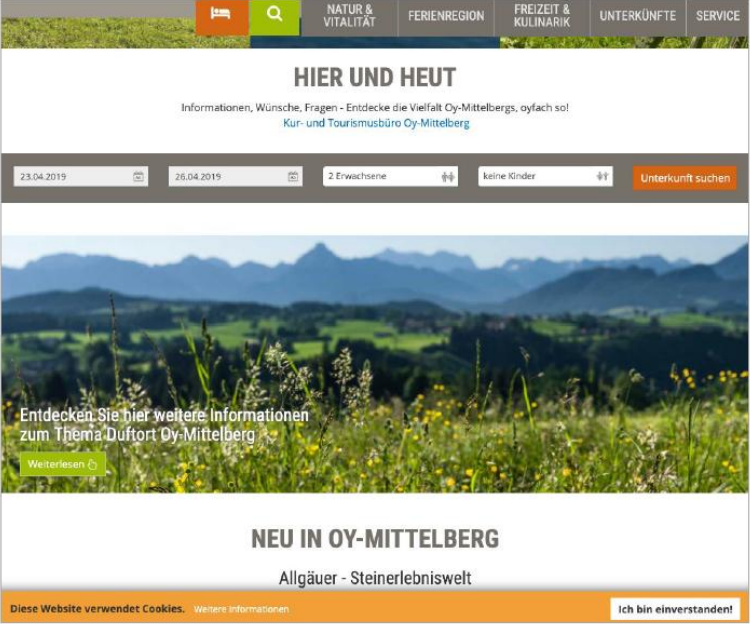
☞ Die Notwendigkeit von Informationsschildern wird dabei bekräftigt, da vertiefende Informationen auf der Homepage allein nicht ausreichen.

Anschließend wird ein erster Eindruck über die Gestaltung auf der Webseite vorgestellt

Duftort: Darstellung auf Startseite







23. April 2019

GAP, Kur- und Tourismusbüro

17

TOP 5: Anschlagtafeln in den Orten

Es wird eine Liste mit Betreuern für die einzelnen Anschlagtafeln im Gemeindegebiet vorgestellt. Es geht um die Pflege, Betreuung und Ordnung der Anschlagtafeln. Die Vorstandschaften überprüfen in den einzelnen Weilern, ob diese Handhabe gelebt wird und ob die Zuständigkeit aktuell ist.

In der Diskussion wird festgestellt:

- die Plakate müssen einen touristischen Aspekt zum Inhalt haben
- Gemeindliche Veranstaltungen haben Priorität

TOP 6: Routenverlauf Bodensee-Königsee-Radweg (BKR) innerhalb des Gemeindegebietes

Es stehen widersprüchliche Aussagen im Raum, ob der BKR wieder auf die vorherige Route – über die Schnakenhöhe – zurückverlegt werden soll.

Diskussionsbeiträge:

- Für den Routenverlauf ist bereits bei Haag eine „gewaltige“ Steigung eingebaut. Von dieser Stelle aus, hat man ebenfalls eine gute Aussicht auf das Bergpanorama.
- Man müsste bei der Argumentation „existenziell abhängig zu sein von BKR-Gästen“ auch an anderen Gastronomie-Betrieben vorbei leiten
- Die Versorgung ist im Hauptort Oy für Radler ideal
- Viele Radler sehen die Streckenführung über die Schnakenhöhe als Umweg. Nehmen daher oft Abkürzung über die Wertach-Schlucht. Allgemein ist die Route über Maria Rain sehr gefährlich, es sind dazu schon Unfälle bekannt

Fazit:

Alle sind sich einig, dass es wenig sinnvoll ist, wegen der gefährlichen Streckenführung, die Route über die Schnakenhöhe zu führen; einfach Variante wählen ist besser. Die Strecke so belassen wie sie aktuell ist.

TOP 7: Sonstiges

Keine Beiträge oder Anträge

Gez. Gabriele Postner
Kur- und Tourismusbüro
26.04.2019