

Das Vulkaneum in Schotten – Leuchtturm einer Region

1. Zur Ausgangslage Dachmarke – Vernetzung – Marketing – Merchandising

Zur Geschichte:

Bereits am 05. Juli 2007 wurde in der Stadtverordnetensitzung einstimmig beschlossen, die Voraussetzungen für die Berücksichtigung eines Projektes „Vulkanerlebnismuseum“ zu prüfen. Am 04. Juni 2008 wurde im Magistrat mitgeteilt, dass der Antrag für ein Entwicklungskonzept „Vulkan Vogelsberg“ beim Wirtschaftsministerium eingereicht wurde. Nachdem feststand, dass die Erstellung dieses Konzeptes durch das Land Hessen gefördert wird, wurde der Bewilligungsbescheid am 29. August 2008 vom damaligen Minister Rhiel auf dem Hoherodskopf übergeben.

Was folgte, waren jahrelange Diskussionen, Weiterentwicklungen, Planungen und Sitzungen, bis am 15. August 2013 die offizielle und öffentliche Übergabe des Zuwendungsbescheides durch den damaligen Wirtschaftsminister Rensch in Schotten in der Alten Feuerwache erfolgte.

Unternehmerische Wegbereitung:

Zahlreiche Unternehmer aus den Bereichen Hotel, Gastronomie, touristische Einrichtungen und Gewerbetreibende / Einzelhandel vernetzten sich in den vergangenen Jahren, auch unter Führung der Schottener Gesellschaft für Tourismus und Stadtmarketing (GTS), um das Thema Vulkan mit Leben zu erfüllen und für Gäste und Kunden erlebbar zu machen. In einem touristisch geprägten Ort entstand somit eine ungewöhnlich enge und kooperative Zusammenarbeit zwischen den Leistungsträgern, und zwar aus der Kernstadt, den Ortsteilen und vom Erlebnisberg Hoherodskopf.

In diesen Jahren entstanden unter anderem kreative kulinarische Angebote zum Thema Vulkan (etwa Wein), das Vulkancafe des Vulkanbäckers, ein gastronomischer Vulkangarten in Rainrod, die Stadt Schotten selbst nennt sich „Stadt am grünen Vulkan“ in sämtlichen relevanten Auftritten nach Innen und Außen. Es wurden von Seiten der Leistungserbringer nicht unerhebliche Geldbeträge in die Hand genommen, um das Thema zu bespielen und zu besetzen.

Gleichzeitig beginnen GTS und dieses Netzwerk, gerade in Bezug auf das Vulkaneum eine große Reihe von Pauschalangeboten und darüber hinausgehenden Ideen zu entwickeln, die diese neue Institution passgenau in bestehende Angebote integrieren wird und gleichzeitig für Stadt und Region Neukunden gewinnen sollen.

Alleinstellungsmerkmal Vulkaneum:

Die touristische Strategie ist klar, nachvollziehbar und passt wie keine zweite in die Region. Der Vogelsberg ist das größte, zusammenhängende erloschene Vulkangebiet Europas. Die Dachmarke „Vulkan Vogelsberg“ ist unumstritten. Dies ist ein klarer Vermarktungsvorteil gegenüber zahlreichen anderen Destinationen im Bereich Mittelgebirge, die lediglich mit Wanderwegen, Rodelbahnen oder MTB

Strecken punkten können, also ebenso wie der Vogelsberg selbst. Darüber hinaus versuchen andere Regionen mit in den dortigen Bevölkerungskreisen höchst umstrittenen Kunstbegriffen wie „Frau Holle Land“ oder „Nibelungenland“ auf dem Markt wahrgenommen zu werden, was aber den touristischen Destinationskonzepten u.a. des Landes Hessen nicht entspricht.

Das Vulkaneum in Schotten wäre also der natürliche Leuchtturm der Region im gesamten Destinationsmarketing, es wäre der letzte und wichtigste Baustein einer seit Jahren verfolgten Strategie nicht zuletzt der Leistungserbringer und der touristischen Einrichtungen, wie oben erwähnt. Schotten wird endgültig zu der touristischen Hauptstadt der Region Vogelsberg und damit stets Ausgangspunkt von Reportagen und Berichten von Presse, Reisejournalisten und sonstigen Berichterstattem. An dem Standort Schotten käme keine PR mehr vorbei. Auch diesen Werbemehrwert gilt es zu bedenken.

2. Der Ist-Zustand in Schotten Welche Potentiale bestehen ohnehin?

Hotelankünfte:

In Schotten gibt es derzeit 8 Betriebe mit mehr als 9 Betten, nur diese werden statistisch erfasst:

Hotel Sonneberg	Schotten	ca. 70 Betten
Parkhotel	Schotten	ca. 82 Betten
Landgasthof Kupferschmiede	Rainrod	ca. 32 Betten
Landhaus Appel	Betzenrod	ca. 52 Betten
Berggasthof Hoko	Breungeshain	ca. 30 Betten
Pension Bechthold	Rainrod	ca. 18 Betten
Landhotel zur Birke	Burkhards	ca. 34 Betten
Seminarhaus	Michelbach	ca. 20 Betten

Darüber hinaus gibt es im Stadtgebiet derzeit 45 Ferienwohnungen, davon 14 in der Kernstadt, 31 in den Ortsteilen.

Die Betriebe über 9 Betten erreichen im Jahr etwa 30.000 Gästeankünfte (und entsprechend darstellbare Übernachtungszahlen je nach Aufenthaltsdauer).

Alle Betriebe sind gewillt, in ihre Pauschalen einen Eintritt in das Vulkaneum anzubieten. Sollte nur ein Drittel dieses Angebot mitbuchen, wären unabhängig davon, ob der Kunde das Vulkaneum dann auch aufsucht oder nicht, 10.000 Eintritte verkauft!

Tagungen:

Schotten wird ebenso von einer Reihe von Firmen als Tagungsort aufgesucht. Auch die Tagungsteilnehmer können für das Vulkaneum gewonnen werden. Es würde dann abends öffnen und mit einem einheimischen Caterer die Tagungsgäste im Vulkaneum empfangen und eben ggf. auch verköstigen. Das Vulkaneum würde dann auch in den Abendstunden für diese Gäste öffnen, eine Führerin / ein Führer würden dazu gebucht.

Tagesausflugsziel Hoherodskopf:

Alleine im Informationszentrum Hoherodskopf, eine Einrichtung, die vom Naturpark und der GTS betrieben wird und ganzjährig 7 Tage die Woche geöffnet hat, werden jährlich etwa 35.000 Gästekontakte gezählt. Die ansässigen Betreiber diverser touristischer Einrichtungen gehen von mehr als 80.000 Besuchern insgesamt aus, die den Hoherodskopf und seine Einrichtungen aufsuchen. Kletterwald, Hochseilgarten, Rodelbahn usw. sind allesamt bereit, Kombitickets mit ihren Angeboten und einem Besuch des Vulkaneums anzubieten. Sie selbst suchen nach einer Schlechtwetteralternative für ihre Gäste. Sollten nur 10% aller zahlender Gäste ein solches Ticket erwerben wollen, wie es auch die Betreiber des Kletterwaldes nach ihren Erfahrungen in anderen Regionen für möglich halten, wären dies weitere 8.000 potentielle Besucher des Vulkaneums. Alleine eine massive Werbung auf dem Berg von Seiten der GTS und des Infozentrums würde viele Kunden nach Schotten locken, sofort oder später.

Jugendherberge:

Die Jugendherberge hat im Jahr etwa 8.000 Gästeankünfte. Darunter sind rund 5.000 Familien mit Kindern, Wandergruppen und dergleichen. Im vergangenen Jahr kamen 2.778 Schüler dazu. Knapp 1.500 aus den Klassen 1-4, etwa 1.250 aus den Klassen 5-10, 66 aus den Oberstufen. Die JHB wird selbstverständlich das Vulkaneum mit in ihre Angebote nehmen, insbesondere für Schulklassen. Aus diesem Potential sollten inklusive anderer Gäste der JHB etwa 4.000 Besucher des Vulkaneums gewonnen werden.

Vogelpark:

Der Vogelpark in Schotten wurde im laufenden Jahr von etwa 75.000 Besuchern aufgesucht. Die Leiterin der Sozialen Dienste als Betreiberin des Vogelparks hält es ebenso wie die GTS für durchaus realistisch, dass mindestens 10% der Besucher bereit wären, ebenfalls mit einem vergünstigten Kombiticket das Vulkaneum mit zu buchen. Die ergeben weitere 7.500 potentielle Besucher.

Geopark- und Stadtführungen:

Jährlich finden Dutzende Naturpark-Führungen verschiedener Trägerschaften statt. Hierbei sollte es eine Selbstverständlichkeit sein, dass ebenso wie bei den Stadtführungen das Vulkaneum direkt mitgebucht werden kann. Das Potential hierbei könnte bei mindestens 1.500 Besuchern liegen. Naturpark oder Geopark-Führungen könnten auch generell mit einem Vortrag und einer Führung im Vulkaneum beginnen, buchbar und darstellbar mit Busunternehmen wäre auch dies.

Die Potentiale in Schotten selbst lassen also derzeit als Besucherzahlen kalkulieren:

aus Hotelankünften	etwa 10.000
vom Hoherodskopf	etwa 8.000
aus der Jugendherberge	etwa 4.000
aus dem Vogelpark	etwa 7.500
aus diversen Führungen	etwa 1.500

Diese Zahlen ergeben 31.000 potentielle und vor Ort befindliche Gäste, die durch Eintrittserlöse aus Ticketangeboten verschiedener Leistungserbringer das

Vulkaneum bereichern. Dazu müssen nicht alle wirklich in die Einrichtung gegangen sein.

Neues Hotel am Stausee:

Das neue Hotel am Stausee gehört zur Gruppe der „carehotels“ bzw. „sonnenhotels“. Laut Auskunft der Geschäftsführerin der Gruppe werden ca. 160 Betten realisiert. Die Gruppe verfügt über mehr als 300.000 Kundenkontakte und hat den Standort Schotten wohl überlegt gewählt (Nähe zu den Metropolregionen, Anfahrtswege, Angebote vor Ort). Ein Hotel sollte etwa 60% Belegung haben, um eine Wirtschaftlichkeit darzustellen. Sollte das Hotel zu 50% belegt sein, wären dies im Jahr etwa 29.000 Belegungen. Mit der Geschäftsführerin ist eine Zusammenarbeit im Blick auf das Vulkaneum längst verabredet. Die Kette wird die Einrichtung in alle Pauschalen aufnehmen. Mindestens 10.000 Besucher sind hierbei zu erwarten.

Vernetzung:

Das neue Hotel wird wie alle anderen in Schotten „Vulkaneum Partner Betrieb“. In dieser Plattform werden weitere Angebote entwickelt. „Vulkaneum Partner Betrieb“ sollen auch die Sozialen Dienste sowie zahlreiche Freizeiteinrichtungen werden.

Vernetzungen mit anderen musealen Einrichtungen wie das Mathematikum in Gießen, das „Begehbare Herz“ in Fulda oder das Senckenberg Museum in Frankfurt sind bereits am Beginnen. Die Zusammenarbeit soll über gegenseitige Prospektauslage hinausgehen. Gemeinsame Auftritte (z.B. Messen) als besondere Museen in Hessen sind hier möglich.

3. Perspektiven in der Region Welche Potentiale birgt die Tourismusregion schon jetzt?

Gästekünfte:

In der Region Vogelsberg, der vom Land Hessen anerkannten Destinationsebene, kamen im Jahr 2012 insgesamt 330.000 Gäste an. Hierbei werden natürlich auch Klinikaufenthalte gerechnet (etwa Bad Salzhausen), die allerdings weitere Besucher mit sich bringen. Die Region Vogelsberg-Touristik möchte zusammen mit der GTS Schotten auch anderen Betrieben außerhalb der Stadt Schotten anbieten, Vulkaneum Partner Betrieb zu werden. Hausgästen aus Lauterbach, Alsfeld, Schlitz, Nidda oder Büdingen soll ebenso in Pauschalen das Vulkaneum in Schotten als Highlight der Region mit angeboten werden. Sollten also nur 5% aller Besucher der Region, und das nicht nur bei schlechtem Wetter, auf die Idee kommen, das Vulkaneum zu besuchen, weil es in dieser Form bundesweit nahezu einzigartig ist, liegt das Besucherpotential hier bei mindestens 16.000 Gästen jährlich! Da diese Besucher mit riesiger Mehrheit jährlich andere sind, kann man diese Zahl als konstant ansehen, anders also als Besuchergruppen aus Fulda, Gießen oder Hanau, wo natürlich ebenfalls entsprechen geworben wird.

Die Potentiale aus der Region liegen also knapp kalkuliert bei:

aus der Region Vogelsberg Touristik etwa 16.000
plus die Potentiale aus Schotten Ist Zustand etwa 31.000

macht zusammen erreichbare Kunden von etwa 47.000 im Ist Zustand, also ohne Neukundenwerbung, Busse, Themenaffine Zielgruppen usw. (ohne das neue Stausee-Hotel mit etwa 10.000 Besuchern wie erwähnt)

Dies verdeutlicht, dass sich das Vulkaneum tragen kann, ohne bereits über neue Kunden gesprochen und diese gewonnen zu haben. Anders als bei der Keltenwelt gibt es hier nämlich herausragende touristische Strukturen, Potentiale und Vernetzungen sowie bestehende Gästestrukturen in Ort und Region!

Schlechtwetteralternative:

Die gern zitierte Möglichkeit, Kunden zu generieren, sei nur am Rande erwähnt. Sie ist natürlich schwer zu kalkulieren, aber eher schlechtes Wetter, für die Region nicht gerade der große Ausnahmezustand in Frühling oder Herbst, wäre dem Vulkaneum sicher nicht abträglich.

4. Neukundengewinnung – der Zusatznutzen Welche Potentiale können angesprochen werden?

Die Lage zwischen den Metropolregionen:

Die Stadt Schotten hat im Umkreis von 200 bis 250 km etwa 20 Millionen potentieller Gäste, die in gut zwei Stunden für einen oder mehrere Tage die Region aufsuchen könnten. Diese Rechnung legt auch das neue Stausee-Hotel für seine Kalkulation zu Grunde, wie oben erwähnt. Die Metropolregionen Rheinland Köln – Bonn; Ruhrgebiet; Frankfurt Rhein – Main und Mannheim Rhein – Neckar liegen in diesem Kreis. Mit dem Vulkaneum bietet Schotten eine Einrichtung, die konkurrierende Mittelgebirge zunächst einmal nicht vorhalten können. Erreichte man nur jeden 2.000sten Menschen in diesen Regionen, würde man auf 10.000 Menschen kommen!

Bustourismus:

Aufgabe der GTS wird die Akquise von großen Busunternehmen wie etwa Felix-Reisen in Köln sein, die gerade in diesen Metropolen bereit sind, das neue Angebot aus Schotten, nämlich Vulkaneum plus welche Bausteine auch immer (je nach Wunsch) in ihr Jahresprogramm aufzunehmen. 200 Busse im Jahr hören sich vielleicht ambitioniert an, es wären aber nur zwei am Wochenende und einer bis zwei unter der Woche. Bei einer Auslastung von 40 Mitfahrern ergeben sich daraus 8.000 neue Besucher des Vulkaneums, die ohne diese Einrichtung weder Schotten noch die Region aufsuchen würden.

Themenaffine Gruppen:

Zum Thema Geologie oder Vulkanismus bzw. allgemein gesprochen zur Thematik Naturwissenschaften gibt es bundesweit zahlreiche Vereine, Verbände oder sonstige interessierte Gruppen. Diese gilt es zu recherchieren und ihnen passende Angebote zu unterbreiten, ihren Jahresausflug nach Schotten zu machen. Diese Gruppen können dann ebenso zahlreiche touristische Bausteine der Region je nach Wunsch

dazu buchen. Die Recherche ist am Anfang, somit kann man diese Potentiale jetzt noch nicht in Zahlen darstellen.

Schulen und Universitäten:

Alle Schulen im Umkreis von mindestens 100 bis 150 Kilometern werden über das neue Angebot informiert. Ziel muss es sein, dass es sich mit den Lehrplänen vereinbaren lässt, das Vulkaneum zu besuchen. Dazu werden Materialien für den Unterricht entwickelt, die den Lehrern zur Hand gegeben werden können, um mit den Schülern den Besuch vorzubereiten. Dieses Potential ist ebenso unermesslich!

An den Hochschulen und Universitäten in Frankfurt, Fulda, Gießen und Marburg, um nur die näheren zu nennen, gibt es zahlreiche naturwissenschaftliche Studienfächer. Studenten und Studentinnen sollen dazu gewonnen werden, auf Honorarbasis nach entsprechenden Schulungen durch das Vulkaneum zu führen. Dies hat ausgezeichnete Synergieeffekte. Die Zusammenarbeit mit Universitäten soll vertieft werden, um ebenso Wissenschaftsjournalismus zu besetzen und Wissenschaftstourismus zu fördern.

Kulturtourismus:

In diesem Segment ist Schotten derzeit nicht am Markt. Es wäre neu und ausführlich zu bearbeiten. Hieraus ergeben sich neue Kundenpotentiale sowie neue Werbeplattformen.

5. Über den Tourismus hinaus Welchen Zusatznutzen gibt es noch?

Das Vulkaneum soll als besonderer Ort einer besonderen Region auch Begegnungs- und Veranstaltungsstätte sein. Was spricht dagegen, hier eine besondere Feierlichkeit oder gar eine Hochzeit stattfinden zu lassen. Wechselnde Ausstellungen aus der Region im Bereich des Foyers bringen Medieninteresse und Zuschauer aus der Region nach Schotten.

Generell gilt: das Vulkaneum ist bestens geeignet, jegliche PR, Werbe- und Öffentlichkeitsarbeit auszuweiten, zu professionalisieren und den Kreis interessierter Medienvertreter und Publikationen deutlich zu erhöhen, der mediale Fokus auf Schotten steigt immens. Jeder Fachbericht in Rundfunk oder Zeitschriften beginnt textlich mit „Schotten“, nicht mit „Vogelsbergkreis“ oder dergleichen. Jeder Reise- oder Fachjournalist wird von GTS, Region oder Naturpark im Vulkaneum Schotten empfangen. Noch ein Beispiel für die Kinder: wenn man interessante Angebote zu Fragestellungen macht und dem WDR die Lokation unterbreitet, ist sogar „Die Sendung mit der Maus“ schneller in Schotten als manche denken mögen. Dies nur als ein Beispiel einer kompletten Vermarktungsstruktur, die von der GTS derzeit angedacht und weiter entwickelt werden wird!

6. Fazit

Es ist zu diesem Zeitpunkt genug gesagt. Eine Zahl zum Schluss: 122,-- Euro! Soviel gibt jeder Übernachtungsgast, egal ob schon gewonnen oder neu zu akquirieren, im Schnitt am Tag in der Region Vogelsberg aus. Darunter fallen Unterkunft, Verpflegung im Gastgewerbe, Lebensmitteleinkauf, sonstiger Einkauf, Freizeit / Unterhaltung, Lokaler Transport und sonstige Dienstleistungen.

Zum Vergleich: im Chiemgau sind es 103,30 Euro, im Waldecker Land 115,60 Euro, in Hamburg natürlich mehr, nämlich 203,20 Euro.

Diese Zahlen sind aus dem Jahr 2010, bis heute kaum verändert und stammen aus zahlreichen Untersuchungen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (dwif e.V.). Die Broschüre heißt „Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland“ von Dr. Bernhard Harrer und Silvia Scherr, ist die Schriftenreihe Nr. 53 / 2010 des dwif e.V. und hat die ISBN Nr. 978-3-928-128-48-3.

Diese Zahlen sollten zunächst genügen.

Danke für Ihre Aufmerksamkeit
GTS Schotten im November 2014
Markus Hoßfeld
Geschäftsführer