

Bike-Region Hunsrück-Nahe (BRHN)

Tourismusausschuss Langenlonsheim-Stromberg

Das LEADER-Projekt

- Februar 2021 – Juni 2023
- Kooperation HT & NLT
- Ziel:
 - Qualitativ hochwertiges Angebot
 - Überregionale Marktsichtbarkeit der Gesamtregion
 - Marketingstrategie unter gemeinsamer Dachmarke

Erfolgskriterien Radregionen

BIKE-REGION*
HUNSRÜCK-NAHE



Hohe Qualität
entlang der gesamten Customer Journey

Zielgruppenorientierung
bei Infrastruktur, Angeboten und Produkten



Regionale Anstriche
die die Region originell erlebbar machen – Angeboten & Vermarktung

Hohe Professionalität
in Marketing & Organisation



Zielgruppen BRHN

BIKE-REGION*
HUNSRÜCK-NAHE

**TourenradlerIn
RadwandererIn &
„GenussradlerIn“**
mit und ohne E-Bike



MTBlerIn
AMEN & Tour
mit und ohne E-Bike



RennradlerIn



GravelbikerIn

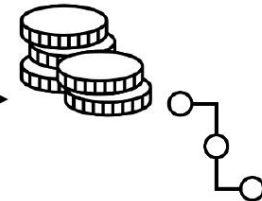
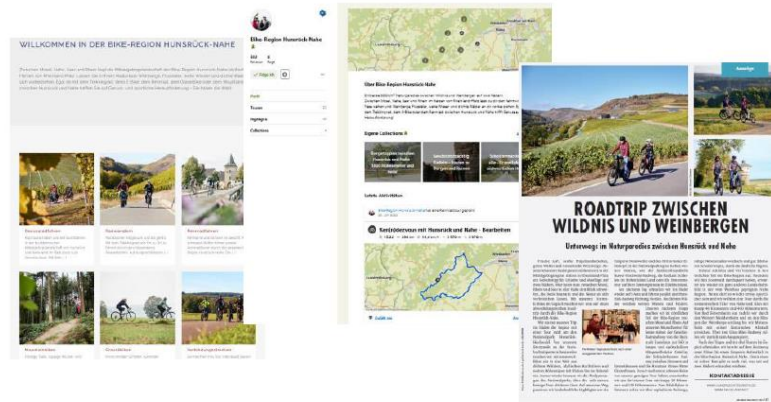


Umgesetzte Maßnahmen

BIKE-REGION* HUNSRÜCK-NAHE



© Vincent Dornier



Finanzierung

- Überführung fördermittelabhängige in fördermittelunabhängige Stelle
- Prämisse: Finanzen folgen Aufgaben

2 Innenmarketing & Koordinierung insgesamt



Personal- und Sachkosten

- 1,0 VZÄ
- Eingruppierung aktuell orientiert an TVöD 9b/2
- Inflationsausgleich
- Lohnnebenkosten

→ rd. 55.000 € (AG brutto)

Marketingkosten

BIKE-REGION*
HUNSRÜCK-NAHE

Erste Annäherung/Erfahrungswerte (!) aus vergleichbaren Projekten

Zur Einordnung:
Umgesetzt Maßnahmen 2022
in 6 Monaten Koordinierungsstelle
= rd. 30.000 EUR*

Basis

Marketingumlage:
rd. 9.300 EUR/Jahr

Personalaufwand:
rd. 6-8 Stunden/Woche

Unsere Empfehlung

Standard

Marketingumlage:
rd. 50.500 EUR/Jahr

Personalaufwand:
rd. 10-12 Stunden/Woche

Premium

Marketingumlage:
rd. 77.800 EUR/Jahr

Personalaufwand:
rd. 20-30 Stunden/Woche

Zum Vergleich:
Marketingbudget Wanderbüro
Saar-Hunsrück 2022:
135.500 EUR

© BTE 2022, * für 2. HJ 2022 weitere 10.000 EUR geplant, Budget ohne Mittel für umfangreiches Fotos-Shooting – hier gesonderte Finanzierung über Tourismusorganisationen Hunsrück/Naheland
Wichtig: Bei allen heute gezeigten Zahlen, handelt es sich um vorläufige Werte, die basierend Erfahrungswerten und ersten Einschätzungen ermittelt wurden

Gesamtkosten

BIKE-REGION*
HUNSRÜCK-NAHE

Vorläufige ermittelter Aufwand = Personalkosten + Sachkosten

Grundfinanzierung für die
Bike-Region Hunsrück-Nahe
rd. 109.500 EUR



Wichtig: Bei allen heute gezeigten Zahlen, handelt es sich um vorläufige Werte, die basierend Erfahrungswerten und ersten Einschätzungen ermittelt wurden.

+

Erwirtschaftung von Erträgen im Sponsoring und Kooperationsmarketing mit Leistungsträgern

Umlage auf die Kommunen Paritätisches Modell

BIKE-REGION*
HUNSRÜCK-NAHE

RG	Kreis	Verwaltungseinheit	Partitatische Umlage
Naheland	Bad Kreuznach	Bad Kreuznach	4.977 €
		VG Bad Kreuznach	4.977 €
		VG Kirner Land	4.977 €
		VG Langenlonsheim-Stromberg	4.977 €
		VG Nahe-Glan	4.977 €
		VG Rüdesheim	4.977 €
	Birkenfeld	VG Baumholder	4.977 €
		VG Birkenfeld	4.977 €
		VG Herrstein Rhaunen	4.977 €
		Idar-Oberstein	4.977 €
	Gem.-freie Gemeinde	Nohfelden	4.977 €
	Mainz Bingen	Bingen	4.977 €
VG Rhein-Nahe		4.977 €	
Hunsrück	Bernkastel-Wittlich	EG Morbach	4.977 €
		VG Thalfang	4.977 €
	Cochem-Zell	VG Zell	4.977 €
	Rhein-Hunsrück	VG Hunsrück-Mittelrhein	4.977 €
		VG Kastellaun	4.977 €
		VG Kirchberg	4.977 €
		VG Simmern-Rheinböllen	4.977 €
	Trier-Saarburg	VG Hermeskeil	4.977 €
		VG Saarburg Kell	4.977 €
SUMME		109.500 €	

Qualitäts- und Wegemanagement

Entwicklung Monitoringkonzept

BIKE-REGION*
HUNSRÜCK-NAHE



- Grundlage für zielgruppenspezifische Qualität
- Inkl. Workflow mit Baulastträgern
- Einfacher Kriterienkatalog (Wartung, Instandhaltung, Qualitätskriterien BRHN)
- Festlegung von Fristen zur Mängelbehebung
- Entscheidungsinstrument Marketing

Vorteile für Langenlonsheim-Stromberg

BIKE-REGION*
HUNSRÜCK-NAHE

- Professionalität und Zielgruppenorientierung als Erfolgsfaktoren
- Überregionale Bedeutung durch Vernetzung der Kommunen
- Relevante Marktsichtbarkeit durch Synergieeffekte, Leuchtturmprojekte, gemeinsames Marketingbudget
- Profitieren von einer starken Dachmarke
- Koordination des Gesamtangebots (Qualitätsmanagement, Doppelstrukturen)
- Erhalt der bisher aufgebauten Strukturen
- Professionelles Marketing in zielgruppenspezifischen Kanälen
- Professionelle Beratung der Kommunen
- Profitieren vom Gesamtangebot der Region