

Westallgäuer Käsestraße e.V.

Perspektiven und Zielsetzungen
für das Jahr 2009

Vorlage zur Jahresversammlung 2008

Datum 21. November 2008

Betreff Perspektiven 2009 zur Vorlage auf der Jahresversammlung

Innenmarketing

- Aktivierung der Mitglieder über Infoveranstaltungen
- Herausgabe regelmäßigen Vereinsnachrichten via e-mail
- Hinzugewinnung von neuen Mitgliedern
- Hinzugewinnung von Sponsoren und Förderern der WK

Aussenmarketing

- Regelmäßige Aktualisierung des Internetauftritts mit beispielhaften Inhalten
 - wie Auslobung von touristischen Angeboten
Tagesausflüge: Besichtigung einer Käserei,
 - Brauereibesichtigung, Gasthausbesuch,
Ausklang mit Käseschule etc.
 - Wochenendarrangements: Besichtigungen,
Käseschule, Wandern, Radeln, Übernachten
im Heu, Einkehren, Genießen etc.
 - Einrichtung eines virtuellen Heumilch-Käseladens
mit Versandservice an Endverbraucher
 - Versandservice im Auftrag von Westallgäuer
Firmen: "Das Käsebrett aus dem Westallgäu"
beispielsweise als Kundengeschenke zu Weihnachten

Der Natur verpflichtet



Westallgäuer
Käsestraße

Die Straße zum Genießen

Allgäu
ALPENLAND BOVENSSE

Westallgäuer Käsestraße e.V.

URL

www.westallgaeuer-kaesestrasse.de

e-mail

service@westallgaeuer-kaesestrasse.de

- Einrichtung einer Gästeforums in Verbindung mit einem Gewinnspiel: „Ihre Urlaubsgeschichte auf der WK“
- Relaunch und Anmeldung des Markenlogos Westallgäuer Käsestraße
- Gestaltung und Beschaffung von Verpackungs- und Werbematerial für die Käsereien wie
 - Tragetüten
 - Einwickelpapier
 - Fahnen
 - Spruchbänder
 - Wirtshausschilder
 - Hinweisschilder
 - Messeequipment
 - Herausgabe eines Messeflyers
- Herausgabe einer Vereinszeitung "Käsblatt" als Sprachrohr der WK für Einheimische und Touristen mit folgenden Inhalten:
 - Warenkunde Heumilchkäse
 - Geschichten rund um die Westallgäuer-Sennerien.
 - Touristische Attraktionen und Angebote. Z.B. Westallgäuer Wanderkarte zu den Sennereien etc.
 - Klatschseite: Prominente im Käsladen
- Pressereise durchs Westallgäu im Mai 2009. Vorstellung der Leitlinien der WK, Präsentation der Erstaussgabe „Käsblatt“, Vorstellung der touristischen Angebote auf der WK
- Einladung von Persönlichkeiten auf die WK. Z. B. kommt Staatssekretär Dr. Gerd Müller auf die WK
- Koordinierung und Wahrnehmung von Messeauftritten Beispiel Grüne Woche Berlin
- Anbringen von Hinweisschildern zu den Sennereien:
- Nutzung der Westallgäuer Kreisverkehre zur Werbung für die Ferienregion Westallgäu mit Einbindung der Westallgäuer Käsestraße

■ Vision: Anschaffung eines nostalgischen Käsbusses, der im Sommer zwischen den Sennereien auf der Westallgäuer Käsestraße verkehrt. (Die Hohentwiel im Westallgäu)

Kommunikation spezial

■ Gewinnung und Aktivierung der Kommunen, der Gästeämter und der Öffentlichkeit für die Ziele und Inhalte der Westallgäuer Käsestraße. Das heißt beispielsweise auf folgendes aufmerksam machen:

An vielen Orten im ländlich geprägten Raum wird inzwischen mit erheblichen finanziellen Mitteln und Förderungen versucht die Direktvermarktung, den Dorfladen, den Bauernmarkt (z.B. Hindelang, Thalkirchdorf) zurückzuholen bzw. wiederzubeleben. Mit mehr oder weniger Erfolg.

Im Westallgäu hat sich glücklicherweise mit unseren sieben Heumilchsennereien eine solche ländlich herbeigesehnte Struktur noch gehalten. Unsere handwerklich betriebene Klein-Sennerei sind heutzutage nicht nur ein beschauliches touristisches Ziel sondern zugleich auch noch der Dorfladen am Ort. Dieses rar gewordene Gut einer Kulturlandschaft nicht untergehen zu lassen sonder vielmehr aktiv zu fördern sollte Aufgabe und im Sinne aller Westallgäuer sein.