

Marktgemeinde Lavamünd

9473 Lavamünd 65

**BHAK BHAS Wolfsberg**



**Maturaprojekt**

**Erfolgreiche Einführung und Betrieb  
des Nostalgieverkehrs auf der  
Bahnstrecke Lavamünd – St. Paul**



**Kerstin Kneschar, Sabine Plesiutchnig**



1	
<b>1</b>	<b>EINLEITUNG ..... 4</b>
1.1	Projektauftrag .....4
<b>2</b>	<b>IST-SITUATION UND GRUNDLAGEN..... 4</b>
2.1	Historischer Rückblick .....4
2.2	Lavamünder BahnbetriebsgesmbH (LBB) .....5
2.3	Betätigungsfeld der LBB .....6
<b>3</b>	<b>MARKTFORSCHUNG ..... 7</b>
3.1	Daten - Grundlagen .....7
3.1.1	Die Strecke .....7
3.1.2	Der geplante Nostalgieverkehr .....7
3.1.3	Die Garnitur .....7
3.2	Methoden .....8
3.2.1	Befragung/Gespräche .....8
3.2.2	Besichtigungen .....8
3.2.3	Internetrecherchen .....8
3.2.4	Video .....9
3.3	Analyse aufgrund der Recherchen sowie die daraus gewonnenen Erkenntnisse .....9
3.3.1	Möglichkeiten des Nostalgieverkehrs .....9
<b>4</b>	<b>MARKETINGPLAN..... 11</b>
4.1	Produkt .....11
4.1.1	Farbe .....12
4.1.2	Waggon .....12
4.1.3	Produktname oder Slogan .....12
4.2	Produktgestaltung .....13
4.3	Produkt: Zug und Zusatzangebote .....14
4.3.1	Angebote in Lavamünd .....14
4.3.2	Angebote am Bahnhof in Lavamünd und Ettendorf: .....16
4.3.3	Angebote entlang Bahnstrecke .....18
4.3.4	Attraktionen im Zug .....20
4.4	Vermarktung der Bahn .....21
4.5	Zielgruppen .....22
4.6	Vertriebswege .....24
4.7	Fahrpreis .....25

<b>5</b>	<b>PROMOTION</b> .....	<b>25</b>
5.1	Ziel der Werbung .....	25
5.2	Werbemittel .....	25
5.3	Werbeperiode .....	26
5.4	Zeitplan .....	26
5.5	Werbepartner .....	27
<b>6</b>	<b>ORGANISATIONS- UND ABLAUFPLAN FÜR DIE PRAXIS</b> .....	<b>27</b>
6.1	Aufgabe .....	27
6.2	Aufgaben, Zuständigkeiten der einzelnen Personen .....	27
<b>7</b>	<b>SCHLUSSWORTE</b> .....	<b>30</b>

## 1 Einleitung

### 1.1 *Projektauftrag*

Im Rahmen unserer Reife- und Diplomprüfung an der Bundeshandelsakademie und Bundeshandelsschule Wolfsberg (BHAK/BHAS), Gartenstraße 1, soll im Zusammenhang mit der Wirtschaft ein Projekt bearbeitet werden.

Aufgrund einer Anfrage bei der Marktgemeinde Lavamünd sind wir Kerstin Kneschar und Sabine Plesiutchnig zu unserem Maturaprojekt gekommen.

**Unser Auftraggeber:     Marktgemeinde Lavamünd**  
**Bgm. Hantinger Herbert**

**Ansprechpartner:        Amtsleiter Mag. (FH) Laber Martin**

Seitens der BHAK/BHAS Wolfsberg war es eine Vorgabe, ein Projekt zu erarbeiten, das in der Realität Verwendung findet und durchgeführt werden kann.

Bei dem vorliegenden Projekt geht es darum, ein durchführbares Marketingkonzept für einen Nostalgieverkehr auf der Bahnstrecke Lavamünd – St. Paul zu erstellen. Ziel des umfassenden Projektes war die Erstellung eines durchführbaren Marketingskonzeptes für die Nostalgiebahn in Lavamünd. Durch eine erfolgreiche Etablierung eines Nostalgie- bzw. Erlebnisbahnbetriebes soll sich die Lavamünder Bahn langfristig regional positionieren und somit deren Bestand gesichert werden.

## 2 Ist-Situation und Grundlagen

### 2.1 *Historischer Rückblick*

Für ein knappes Jahrhundert stellte die Bahnlinie über das heute in Slowenien gelegene Unterdrauburg (Dravograd) die einzige Schienenverbindung zwischen Unterkärnten und Klagenfurt dar.

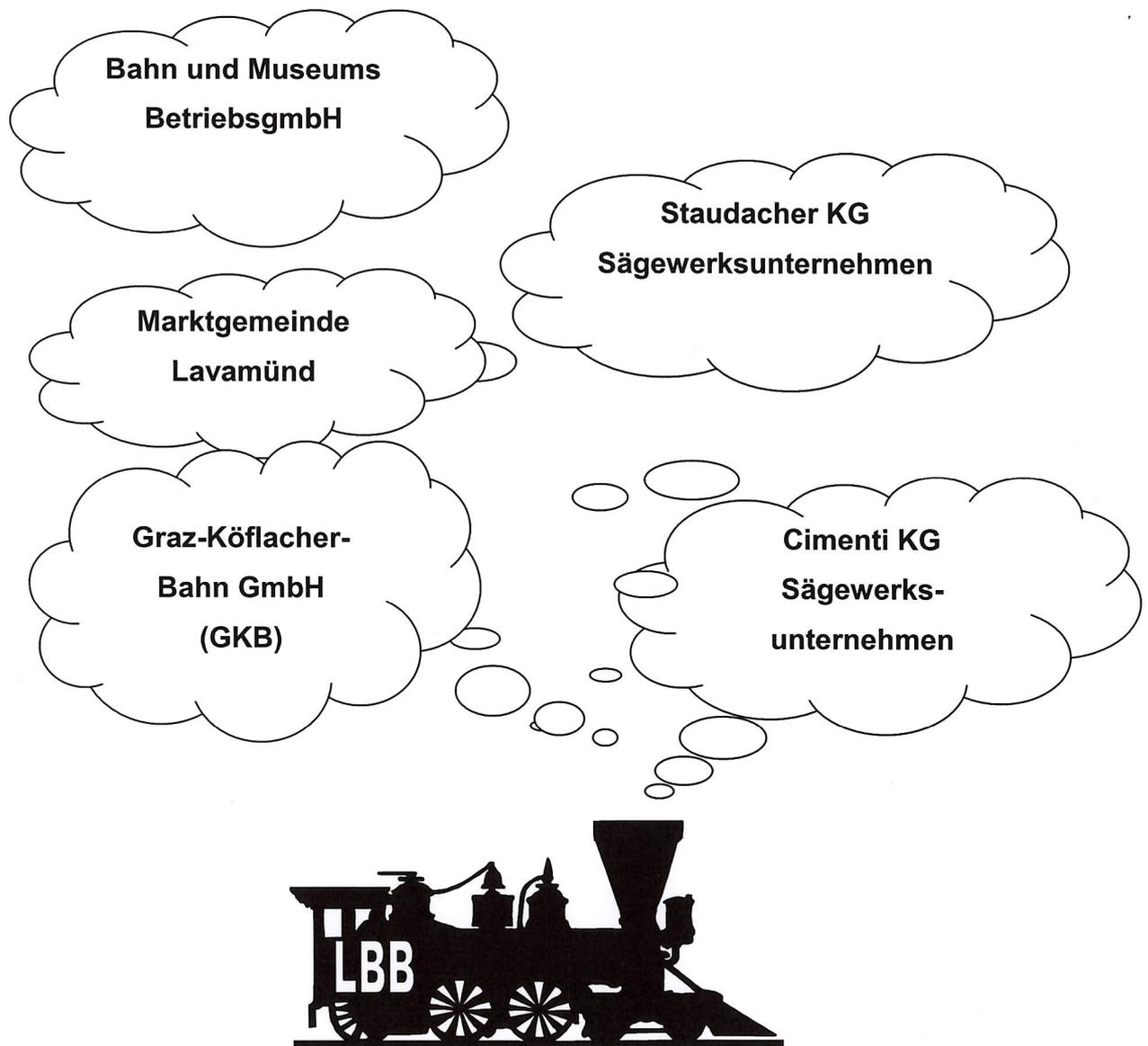
Durch die Eröffnung der Jauntalbahn 1964, die eine Direktverbindung zwischen Bleiburg - St. Paul darstellt, verlor die Verbindung Lavamünd und Unterdrauburg wieder an Bedeutung und wurde daraufhin eingestellt. Über Jahrzehnte hinweg wurde der verbliebene Personen- und Güterverkehr auf der Bahnstrecke Lavamünd – St. Paul weitergeführt, bis im Jahre 1997 der Personenverkehr von den Österreichischen Bundesbahnen mit dem Argument der zu geringen Auslastung eingestellt wurde.

Das selbe Schicksal ereilte den Güterverkehr, der im März 2001 aufgegeben wurde.

## 2.2 Lavamünder BahnbetriebsgesmbH (LBB)

Die Lavamünder BahnbetriebsgesmbH ist eines der ersten privaten Eisenbahnverkehrsunternehmen in Österreich nach dem Schema einer regionalen Betriebsgesellschaft. Das Besondere an diesem Projekt ist die Beteiligung sowohl von öffentlichen als auch privaten Gesellschaftern, wodurch eine extrem kostengünstige und flexible Betriebsführung ermöglicht wird. Die LBB wurde im Jahre 2002 mit dem Ziel gegründet, den Güterverkehr auf der Bahnstrecke Lavamünd – St. Paul wieder aufzunehmen und mit einem touristischen Nostalgieverkehr zu ergänzen.

Die Gesellschafter der LBB:



Im Herbst wurde die Bahnstrecke Lavamünd – St. Paul durch Mittel der Schieneninfrastrukturgesellschaft und der Europäischen Union saniert und am 26.10.2002 für den Eisenbahnverkehr wieder geöffnet.

Durch den Betrieb dieser Eisenbahnlinie sollen bestehende Unternehmen in Lavamünd gesichert werden und somit soll der Wirtschaftsstandort Lavamünd für Betriebe attraktiver werden.

In Zukunft ist auch die Wiederaufnahme eines regulären Personenverkehrs geplant (zB Schülerzubringer zum Bahnhof St. Paul)

*Siehe dazu Punkt 2.3*

### **2.3 Betätigungsfeld der LBB**

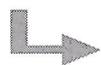
Am Nationalfeiertag dem 26.10.2002 wurde die Lokalbahn Lavamünd – St. Paul nach rund dreieinhalbjähriger Betriebspause wieder reaktiviert. Als erster Schritt wurde der Güterverkehr in Betrieb genommen.

Als weiterer Schritt ist die Aufnahme eines Nostalgieverkehrs geplant. Die dafür notwendige Zuggarnitur wird mit Hilfe von EU-Mitteln (Leader+ Projekt) restauriert. Sie soll im Sommer 2004 in Betrieb genommen werden und vor allem ein einzigartiges touristisches Angebot im Lavanttal und in unserer Region darstellen. Auch die Wiederaufnahme eines planmäßigen Personenverkehrs auf dieser Strecke ist in weiterer Folge denkbar. Eine mögliche Einbeziehung der Lavamünder Bahn in ein überregionales Gesamtverkehrskonzept wird im Zuge einer Gesamtverkehrsstudie für den Raum Unterkärnten in den nächsten Monaten geprüft.

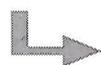
#### **Güterverkehr der Lavamünder Bahn: Organisation**



Die GKB verfügt über notwendige Konzession und bringt eisenbahnrechtliche Know-How ein.



Die Lokomotive wird vom Verein Nostalgiebahnen in Kärnten zur Verfügung gestellt.



Die Waggons werden je nach Bedarf von der ÖBB angefordert.

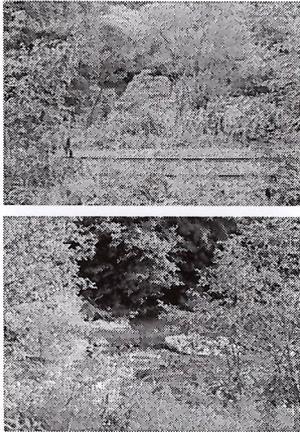


Der Güterverkehr wird durch freiwillige Mitarbeiter durchgeführt.

## 3 Marktforschung

### 3.1 Daten - Grundlagen

#### 3.1.1 Die Strecke



*Natura 2000 Gebiet*

Die untersuchte Bahnstrecke von Lavamünd bis St. Paul ist rund 10 km lang und verläuft zumeist in unmittelbarer Nähe zum Lavant-Fluss. Aufgrund des hohen ökologischen Wertes zählt das Lavanttal in diesem Abschnitt zu den Natura2000 Gebieten. Entlang der Strecke gibt es viele Sehenswürdigkeiten wie zB den „Faulen Felsen“ oder die „Römerstiege“. Während der Fahrt kann man immer wieder einen Blick auf den Lavantweg werfen, der teilweise direkt neben der Bahnstrecke verläuft. Für den Nostalgieverkehr sind Zwischenstopps bei den Sehenswürdigkeiten bzw. ein Stopp am Bahnhof in Ettendorf geplant, wo eine Labestation errichtet werden soll.

#### 3.1.2 Der geplante Nostalgieverkehr

Es ist beabsichtigt den Nostalgieverkehr von Anfang Juli bis Ende September durchzuführen, wobei die Bahn an 13 Wochenenden planmäßig jeweils 3 Mal pro Tag, verkehren soll.

Es sind somit 39 Fahrten in der Saison 2004 vorgesehen. Weiters sind Sonderfahrten zu verschiedenen Festen im Tal denkbar und die Bahn könnte auch als Zubringer zu Lavamünder Festen fungieren. Es wäre auch denkbar, den gesamten Zug an Betriebe, Vereine oder Privatpersonen im Charterverkehr zu vermieten.

Ein großes Potenzial ist auch bei den Radfahrern zu finden, da die Bahn auch als Radtransport- bzw. Radrückholzug eingesetzt werden kann. Der kostenlose Radtransport sollte dabei als ein spezielles Zusatzangebot angeboten werden. Bei der Fahrplangestaltung sollte beachtet werden, dass in St. Paul Anschlusszüge vorhanden sind. Überdies sollte bei der Fahrplangestaltung auf die Anschlusszüge der Jauntalbahn im Bahnhof St. Paul in Richtung Klagenfurt und Wolfsberg Rücksicht genommen werden.

#### 3.1.3 Die Garnitur

Die Zuggarnitur besteht aus einer Diesellok, zwei Personenwaggons sowie einem kombinierten Buffet- und Fahrradtransportwagen. Die Garnitur wird im Jahre 2003 durch den Mitgesellschafter den Nostalgiebahnen in Kärnten (NBiK) restauriert. Als Lokomotive soll eine ausgeschiedene Werkslok der „Stiegl“ – Brauerei der Baureihe 2061 zum Einsatz kommen.

## 3.2 Methoden

### 3.2.1 Befragung/Gespräche

Um bestmögliche Grundlagen für die Erarbeitung unseres Projektes zu bekommen, führten wir ausführliche Gespräche mit dem Kreis von Personen, die mit der geplanten Nostalgiebahn im engeren oder weiteren Sinne involviert oder beteiligt sind.

- 📁 Bürgermeister der Marktgemeinde Lavamünd, Herr Herbert Hantinger, Geschäftsführer der LBB
- 📁 Mag. Dr. Rudolf Kores, Geschäftsführer der LBB und Prokurist der GKB
- 📁 Ing. Burkhard Hager, NBiK Nostalgieverkehr in Ferlach
- 📁 Herr Peter Letschnig, NBiK Sektion Lavamünd
- 📁 Herr Friedolin Urban-Keuschnig, Obmann des Tourismusvereines Lavamünd
- 📁 Frau Margit Thonhauser-Klösch, Geschäftsführerin Regionalverband Lavanttal
- 📁 Herr DI Peter Plaimer, Geschäftsführer Regionalverband Südkärnten
- 📁 Herr Mag. (FH) Gerold Markgraf, Mitarbeiter der Niederösterreichischen VerkehrsorganisationsgesmbH
- 📁 Herr Johann Stingl, Zugbetreuer des Stainzer Flascherlzuges in Stainz/Stmk.
- 📁 Herr Gerhard Daxl, Mitarbeiter Marktgemeinde Lavamünd
- 📁 Bürgermeister der Gemeinde St. Georgen, Herr Karl Markut
- 📁 Amtsleiter der Marktgemeinde St. Paul, Herr Heinz Grillitsch
- 📁 Frau Mag. (FH) Gerhild Koitz, Assistentin des Stiftes St. Paul
- 📁 Herr Mag. Stefan Sander, AHS Geschichteprofessor

### 3.2.2 Besichtigungen

Um einen praktischen Einblick in die Abwicklung eines Nostalgieverkehrs zu bekommen besuchten wir die NBiK in Ferlach und den "Flascherzug" in Stainz.

### 3.2.3 Internetrecherchen

Um uns zusätzlich über das Angebot vergleichbarer Bahnen zu informieren, besichtigten wir verschiedene Homepages und informierten uns über vergleichbare Angebote und Attraktionen. Es gibt bereits ein reichhaltiges Angebot an Nostalgiebahnen in Österreich, trotzdem ist auf diesem Markt ein großes Potenzial zu erkennen, da die Kombination Nostalgie und Attraktion selten vorhanden sind. Ein reichhaltigeres Angebot an Nostalgiebahnen findet man in Deutschland.

Die von uns besuchten Internetseiten als Informationsquellen:

[www.stainz.at/stainz/zug.htm](http://www.stainz.at/stainz/zug.htm)

[www.erlebnisbahn.at/nbik/](http://www.erlebnisbahn.at/nbik/)

[www.erlebnisbahn.at](http://www.erlebnisbahn.at)

[www.swr.de/eisenbahn-romantik/archiv/index.html](http://www.swr.de/eisenbahn-romantik/archiv/index.html)

[www.swr.de/eisenbahn-romantik/](http://www.swr.de/eisenbahn-romantik/)

[www.jungfraubahn.ch/deutsch/pages/RE/RE\\_JnSG.htm](http://www.jungfraubahn.ch/deutsch/pages/RE/RE_JnSG.htm)

[www.stern-verkehr.at](http://www.stern-verkehr.at)

[www.kulturbahnhof.de](http://www.kulturbahnhof.de)

[www.museumsbahn.de](http://www.museumsbahn.de)

### 3.2.4 Video

Es wurden verschiedene Ausgaben des Fernsehmagazines „Eisenbahn-Romantik“ angeschaut und für die Ideenfindung verwendet.

## **3.3 Analyse aufgrund der Recherchen sowie die daraus gewonnenen Erkenntnisse**

Durch die umfassenden Recherchen in Form von Befragungen, Besichtigungen und anderer Methoden konnten zahlreiche Ideen gesammelt werden, die in dieses Konzept eingearbeitet wurden. In Lavamünd sollte nicht auf einen reinen Nostalgieverkehr gebaut werden, sondern die Bahn sollte als Package, bestehend aus Attraktionen in und um Lavamünd, die sowohl am Bahnhof als auch im Zug vermarktet werden. Lavamünd hat den Vorteil durch die Nähe zu Slowenien und Italien zentral zu liegen und ist über die Autobahn (A2) leicht und schnell erreichbar. Aufgrund dieser Recherchen sammelten wir folgende Ideen:

### 3.3.1 Möglichkeiten des Nostalgieverkehrs

#### **Attraktionen im Zug**

- Themenzug: Für jede Zugfahrt soll ein Schwerpunkt gesetzt werden
- Souvenirwaggon: Vermarktung von heimischen Produkten und Verkauf von Souvenirs
- Unterhaltung: Die Möglichkeit von Live Musik im Zug
- Buffetwaggon: Versorgung von Gästen im Zug
- Gästebuch: Möglichkeit für Touristen sich zu verewigen
- Telegrafnamt: Postkarten könnten im Zug aufgegeben werden; Versendung von Morsezeichen
- Kleidung: Bedienstete der Bahn sollen originale Uniformen von Früher tragen

## **Integrierende Angebote zum Nostalgieverkehr: Angebote in Lavamünd – Produktideen:**

- Flößerei:** Soll als zweite Tourismusattraktion neben der Nostalgiebahn in Lavamünd dienen. Geplant ist die Flößerei von Lavamünd nach Dravograd zu betreiben.
- Kraftwerk:** Das Kraftwerk der Verbund AHP in Lavamünd könnte für Besucher offen stehen. Es befindet sich in der Nähe des Bahnhofes und ist leicht zu Fuß zu erreichen.
- Dreifaltigkeitskirche:** Für Besucher in Lavamünd. Der Weg zur Kirche ist relativ weit, dieser Besuch geht sich während der Pause zur Rückfahrt nicht aus. Eine Besichtigung der Dreifaltigkeitskirche bietet eine Entspannung mit einem herrlichen Panoramablick über Lavamünd.
- Geologischer Lehrpfad:** Als Attraktion in Lavamünd. Der Lehrpfad ist sehr lang und sehr anstrengend zu gehen, man muss sich mindestens einen Tag Zeit lassen.

## **Zusätzliche Angebote am Bahnhof in Lavamünd und Ettendorf**

Um den Erlebniswert der Bahnfahrt zu steigern, empfehlen wir an den Bahnstationen zusätzliche Attraktionen wie zB:

- Jubiläumsfest:** Einmal im Jahr (Saisonbeginn) soll ein großes Fest zu verschiedenen Themen veranstaltet werden.
- Modelleisenbahn:** Als Attraktion am Bahnhof in Ettendorf könnte eine Modelleisenbahn im ehemaligen Gasthof Ehmann ausgestellt werden.
- Schienenfahrräder:** Könnten eine Alternative zur Nostalgiebahn sein. Dieses Gefährt wird auf die Schienen aufgesetzt und wie ein Rad betätigt.
- Informationstafel:** An wichtigen Punkten werden darauf die Sehenswürdigkeiten der Umgebung beschrieben.
- Spielplatz:** Als Attraktion für die Kinder während der langen Wartezeiten.
- Streichelzoo:** Als Alternative für Kinder.
- Glückshafen:** Kann in Verbindung mit Zugkarten in Form einer Tombola stattfinden.
- Grillfeste:** Kann bei den Stationen von Vereinen veranstaltet werden.
- Fotomontagen:** Möglichkeit sich als Indianer, Goldgräber, Eisenbahner oder Schaffner zu verkleiden.

## Angebote Bahnstrecke

Fotostopp:	Scheindurchfahrt des Zuges.
Kneippstopp:	Erfrischung für die Insassen in der Lavant.
Fauler Felsen:	Beschreibung des Felsens und die Bedeutung von Fossilien.
Natura2000 Gebiet:	Beschreibung des Gebietes während der Zugfahrt.
Westernüberfälle:	Spezielle Attraktion für Kinder während der Zugfahrt.
Felssturz:	Insassen müssen Strecke selbst räumen.
Römerstiege:	Historische Attraktion mit einer Labestation
Schnapsbrennerei:	Angebot der Mostbarkeiten; Führungen vereinbaren
Wasserspiele:	Entlang der Lavant für Kinder.

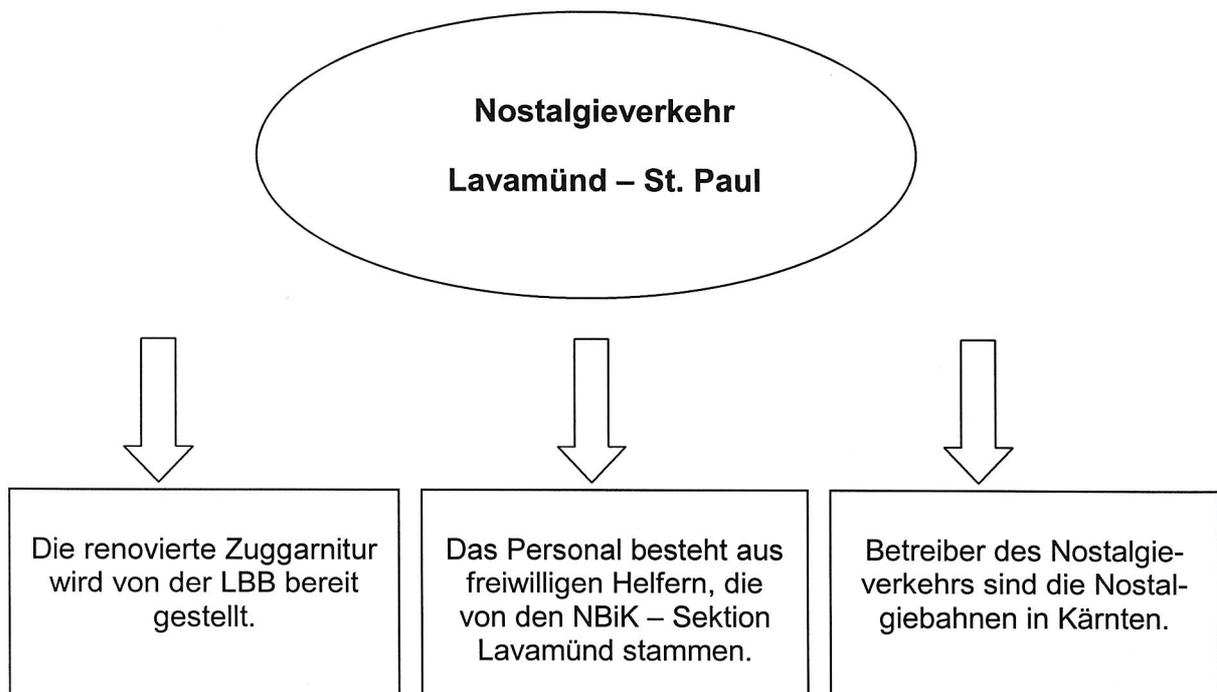
Die näheren Beschreibungen sind unter Punkt 4.3 "Produkt: Zug und Zusatzangebot" zu finden.

## 4 Marketingplan

### 4.1 Produkt

Geplant ist die Einführung eines Nostalgiebahnverkehrs auf der Bahnstrecke Lavamünd – St. Paul. Diese Bahn besteht aus zwei Personenwaggons, einem kombinierten Buffet- und Radwaggon sowie einer bereits einsatzfähigen roten Diesellok.

Die Waggons werden zur Zeit noch in Ferlach vom Verein Nostalgiebahnen in Kärnten renoviert, wobei mit dem Abschluss der Arbeit im Frühjahr 2004 gerechnet werden kann.



Bei der Produktgestaltung sollte auf die äußeren Merkmale, wie Farbe der Zuggarnitur und innere Merkmale beispielsweise die Qualität des Speise- und Getränkewaggons geachtet werden.

#### 4.1.1 Farbe

Teil der Renovierung ist auch die Farbgestaltung des neuen Nostalgiezuges. Dazu sind einige konkrete Vorschläge von betriebserfahrenen Personen vorhanden.

Blau, gelb: Da es sich bei dem Bahnbetrieb auch um eine Beteiligung der LBB handelt und diese auch mit den Gemeindefarben wirbt, sollte auch das Erscheinungsbild der Bahn nach außen nicht geändert werden. Man erkennt die Kombination der Farben und verbindet es sofort mit Lavamünd.

Rot, beige: Diese Farbkombination wird damit begründet, dass es sich hierbei um Nostalgie- bzw. Traditionsfarben handelt.

Grün, schwarz: Auf Vorschlag des Tourismusverbandes Südkärnten sollte die Zuggarnitur unbedingt in den ursprünglichen Farben gehalten werden, um die Bahn, trotz der fehlenden Dampflok, als Nostalgiebahn verkaufen zu können.

#### 4.1.2 Waggon

In den Waggons sollte sich das Design wie ein roter Faden durchziehen. Hierbei sollte besonders darauf geachtet werden, dass die Waggons nostalgisch ausgestattet werden. Die Dekoration kann themenspezifisch gewählt werden.

Vereine haben auch die Möglichkeit eigene Produkte im Speisewaggon mittels einer dafür vorgesehenen Vitrine zu vermarkten. (Verein der Mostbarkeiten)

#### 4.1.3 Produktname oder Slogan

Der Name soll ein Produkt individualisieren. Dabei sollte er werbewirksam, einprägsam, unverwechselbar sein und positive Assoziationen hervorrufen.

Mit dem Ziel einen geeigneten Namen für die Bahn zu finden veranstalteten wir ein Brainstorming und befragten auch unsere Interviewpartner.

-  Lavantwurm
-  Lavantblitz
-  Mosti
-  Dschungelexpress
-  Lavanttaler Bummelzug
-  Dieselcraft
-  Tuff
-  Nostalgikus
-  Lokologo
-  Dieselwiesel
-  Lavanttalerino
-  Gleis-Shuttle

Vorschläge - Slogan

-  Jetzt sind wir am Zug

## **4.2 Produktgestaltung**

Wichtig ist, dass die Bahn nicht als Einzelprodukt gesehen wird, sondern dass alle Möglichkeiten ausgeschöpft werden.

Angestrebt wird deshalb die organisatorische Einbindung der Region Südkärnten (Region Klopeiner- und Turnersee) und die projektbezogene Kooperation mit anderen (regionalen) Initiativen. Ziel sollte es sein, den Bekanntheitsgrad der Bahn zu erhöhen und mehr Besucher zu gewinnen.

Dabei erscheinen uns folgende Kooperationen interessant:

-  Stift St. Paul
-  Mostbarkeiten (ist eine bäuerliche Initiative, ausgehend vom Mostland St. Paul)
-  Buschenschänke
-  heimische Vereine
-  Regionalverband Lavanttal
-  Regionalverband Südkärnten
-  Tourismusvereine
-  Gastwirte
-  Beherbergungsbetriebe

Um eine optimale Ausnutzung der Bahn zu gewährleisten, können auch Sonderzüge bei zeitgerechter Reservierung der Garnitur für regionale Feste eingesetzt, sowie Sonderfahrten zu speziellen Feiertagen durchgeführt werden.

Geplant sind außernatürliche Fahrten zu folgenden Festen:

-  Apfelfest, Gemeinde St. Georgen
-  Kolomonimarkt, Stadtgemeinde Wolfsberg
-  Geflügelfest (Gackern), Stadtgemeinde St. Andrä

Um das Zusatzangebot zu erhöhen, könnten weiters folgende Sonderfahrten durchgeführt werden:

-  Nikolozug
-  Muttertagsfahrten
-  Verkaufsfahrten
-  Wandertage
-  Adventfahrten

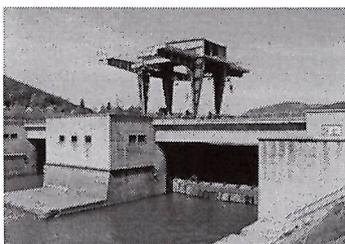
Es gibt auch die Möglichkeit, den Zug an Vereine bzw. Privatpersonen für Hochzeiten, Geburtstage, Jubiläumsfeiern von Vereinen oder für Betriebsfeiern zu vermieten.

### **4.3 Produkt: Zug und Zusatzangebote**

Das Produkt besteht aus dem Zug und verschiedenen Attraktionen in und um Lavamünd sowie Angebote im Zug selbst.

#### **4.3.1 Angebote in Lavamünd**

##### Kraftwerksbesichtigung:



*Kraftwerk Lavamünd*

Aufgrund seiner zentralen Lage in unmittelbarer Nähe zum Ortszentrum, soll das Kraftwerk in Lavamünd für Touristen zugänglich gemacht werden. Die Verbund Austrian-Hydro-Power (AHP) könnte sich und das Kraftwerk durch Führungen, Schautafeln etc. zum Thema: „Vom Wasser zum Strom“ dabei als Stromerzeuger aus Wasserkraft präsentieren. Für die Verbund AHP wäre es eine sehr gute Imagepflege.

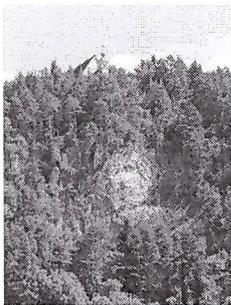
#### Flößerei:

Lavamünd hatte früher eine große Bedeutung durch die Flößerei und diese soll im Jahr 2004 durch die Marktgemeinde in Kooperation mit Slowenien wieder reaktiviert werden. Der Holztransport wurde früher mittels Flöße durchgeführt. Diese Flößerei würde auch auf die Bevölkerung von Lavamünd positiv wirken, da an die Geschichte von Lavamünd erinnert wird.

Gepplant ist die Flößerei auf der Strecke von Lavamünd nach Dravograd zu betreiben. Das Problem hierbei ist der Rücktransport des Floßes und der Passagiere.

Zur Überbrückung bis zur Einführung des Flößereibetriebes könnte man ein nach Originalplänen gebautes Floß am Drauspitz ausstellen. Dieses Floß soll für Touristen begehbar sein. Am Drauspitz könnte man auch die Geschichte der Flößerei präsentieren. Man sollte typische Eigenheiten von den Flößern (er)finden wie zB ein Flößertrunk oder Flößersterz.

#### Dreifaltigkeitskirche:



*Dreifaltigkeitskirche  
Lavamünd*

Die Dreifaltigkeitskirche ist ein schönes Ausflugsziel und Zusatzangebot, das mit einem Fußmarsch verbunden ist, sich in der Umgebung des Bahnhofes befindet und von dort aus auch sichtbar ist. Auf der Kirche können Tafeln mit der Geschichte der Kirche sowie Sagen von Lavamünd aufgestellt werden.

Hierzu müsste die Aussicht bei der Kirche durch Schlägerung von einigen Bäumen verbessert werden.

Die Dreifaltigkeitskirche würde sich als Ausflugsziel für Tagestouristen eignen.

#### Geologischer Lehrpfad:

Der Geologische Lehrpfad ist ebenfalls als Zusatzangebot für Tagestouristen zu sehen, da die Wanderung sehr anstrengend ist und vor allem sehr zeitaufwendig.

Dieser Pfad wäre für Wanderfreunde geeignet die anschließend mit der Bahn fahren.

Der Weg ist ziemlich verwildert und die Beschilderung ist schlecht. Der Lehrpfad müsste erneuert werden.

#### 4.3.2 Angebote am Bahnhof in Lavamünd und Ettendorf

##### Jubiläumsfest:

Jedes Jahr sollte die Saison mit einem besonderen Fest eröffnet werden. Da verschiedene Themen für den Zug geplant sind, könnte es ein Jahresthema geben. Dieses Thema könnte man dann am Fest besonders stark zelebrieren. Als Veranstalter sollten Gastwirte oder Vereine fungieren.

##### Themenzüge:

Um den Nostalgieverkehr anregender zu gestalten, gibt es die Möglichkeit von Themenzügen.

Diese Themenzüge könnten auf zwei verschiedene Weisen gestaltet werden:

Für jede Saison könnte ein neues Thema gefunden werden. Dieses Thema, zB Goldgräber, wird dann das ganze Jahr hindurch bearbeitet. Die Vorstellung des Themas könnte beim Eröffnungsfest erfolgen.

Eine zweite Möglichkeit wäre bei jeder Fahrt ein anderes Thema zu finden. Hier ergibt sich aber das Problem der Durchführung und der Themenfindung. Eine Frage, die sich aufwirft, ist ob das schnelle Wechseln der Themen für Besucher nicht zu verwirrend ist.

Da durch die Bahn ein großes Publikum angesprochen wird, ist es unserer Meinung nach nicht nötig die Themen so oft zu wechseln.

##### Grillfahrten:

Wirte präsentieren ihre besten Gerichte vom Grill.

Für den **Kulinarischen Zug** würden Gastwirte in Frage kommen. Sie haben dort die Möglichkeit Köstlichkeiten der Region wie zB Spargel oder Fisch zu kredenzen. Dieser Zug könnte mehrere Zwischenstopps einlegen. Bei jedem dieser Stopps wird ein Gang des Menüs ausgegeben.

Das Problem hier ist die organisatorische Durchführbarkeit sowie die örtlichen Gegebenheiten.

##### Märchenfahrten:

Diese Fahrt soll speziell Familien mit Kindern gewidmet sein, wobei Kinder auf ihre Kosten kommen. Ein Geschichtenerzähler im Zug soll Kindern Märchen erzählen bzw. die Sagen um Lavamünd näher bringen. Es könnten auch entlang der Strecke verschiedene Märchenfiguren aufgestellt werden, die die Kinder in Verbindung eines Gewinnspieles erraten müssen.

Sie bekommen Unterlagen, in denen sie die einzelnen Figuren eintragen können. Am Ende der Fahrt können sie diesen Zettel am Bahnhof abgeben und bekommen dafür ein kleines Geschenk wie zB eines der Souvenirs.

 Dämmerungsfahrten; Frühschoppenfahrten:

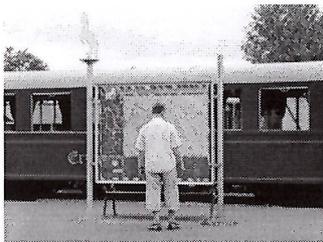
Heimische Musikgruppen könnten die Fahrt nach St. Paul musikalisch umrahmen. Am Bahnhof in Ettendorf könnte ein Wirt einen Frühschoppen organisieren.

Die Dämmerungsfahrt könnte ebenfalls mit Musik umrahmt werden. Auf der Strecke könnte es dann ein Lagerfeuer geben, wo jeder selbst sein Essen (Kartoffel oder Würste) brät.

 Modelleisenbahn:

Da wir den Eisenbahnfans in Lavamünd keine Dampflok bieten können, wäre eine Modelleisenbahn sicher gefragt. Gespräche bezüglich der Nutzung der Bahn und der Räumlichkeiten im stillgelegten Gasthaus in Ettendorf wären seitens der Gemeinde mit dem Besitzer der Modelleisenbahn Herrn Töffel und Frau Ehmman zu führen.

 Informationstafel:



*Informationstafel am  
Bahnhof in Stainz*

Ein Informationsstand kann am Bahnhof in Lavamünd errichtet werden, bei dem man sich kurz über die Lavamünder Geschichte informieren kann. Weiters wäre noch eine Beschreibung der Sehenswürdigkeiten inklusive Wanderkarte empfehlenswert, damit sich die Besucher auch über Tagesausflüge informieren können.

Auf diesen Tafeln kann sich Lavamünd präsentieren mit Schwerpunkt auf die Radwege, die Möglichkeit zu fischen sowie die ausgebauten und reichhaltigen Wanderwege darstellen. Es könnte auch die Geschichte sowie Sagen aus der Umgebung in zeichnerischer und textlicher Form dargestellt werden.

 Spielplatz und Streichelzoo:

Kinder sollten sich während der Wartezeiten beschäftigen können. Vielleicht würde sich ein heimischer Bauernbetrieb bereit erklären, verschiedene Tierarten zur Schau zu stellen. Hier würde sich auch der Bahnhof in Ettendorf eignen, da Grundflächen ausreichend vorhanden sind.

#### 📌 Glückshafen und Wettbewerbe:

Eine Tombola kann in Verbindung mit Zugkarten stattfinden. Auf jeder Zugkarte befindet sich eine Nummer. Am Ende der Fahrt werden ein paar Lose gezogen. Die Gewinner bekommen kleine Sachpreise, wie zB Souvenirs, Ansichtskarten oder auch eine Freifahrt für die Bahn.

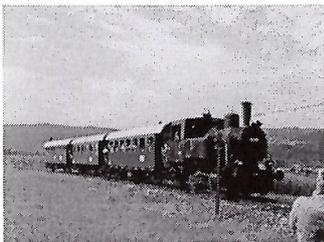
#### 📌 Fotomontagen:

Bei der Fotostation besteht die Möglichkeit, sich in das Jahr der Bergarbeiter zurück zu versetzen. Kinder können originale Kleidung anziehen und Erinnerungsfotos machen. Das Problem hier ist, originale Kleidung zu finden. Weiters müsste dieses Gewand in verschiedenen Größen bereitgestellt werden.

Eine bessere Möglichkeit wären hier Fotomontagen: Es wird einfach eine Tafel aufgestellt die Goldgräber, Bahnarbeiter oder Schaffner zeigt. Anstelle des Gesichts befindet sich ein Loch. Die Besucher brauchen nur ihren Kopf durch dieses Loch zu stecken und schon hat jeder sein persönliches Erinnerungsfoto aus dieser Zeit.

### 4.3.3 Angebote entlang Bahnstrecke

#### 📌 Fotostopp:



*Fotostopp in Ferlach*

Empfehlenswert wäre ein Fotostopp bei der alten Eisenbahnbrücke. Fotografen können aussteigen, der Zug schiebt zurück und fährt nochmals an. Besonders Hobbyfotografen, Eisenbahnfreunde und Familien werden von so einem Stopp angesprochen. Denn sie haben dort eine gute Möglichkeit Erinnerungsfotos der Familie, Freunde oder vom Zug während der Fahrt zu machen. Zu beachten ist, ob die Brücke der geeignete Platz dafür ist. Es muss genug Platz für die Fotografen vorhanden sein und die Bahn muss gut sichtbar sein. Weiters ist darauf zu achten, dass die Umgebung sehr ansprechend ist.

#### 📌 Kneippstopp mit Wasserspiele:

Als Aufmunterung und Erfrischung soll ein Kneippstopp dienen, die Insassen haben dabei die Möglichkeit im Natura2000 Gebiet die Lavant mit allen Sinnen zu genießen. Dieser Kneippstopp wäre einzubauen, da das Gesundheitsbewusstsein der Gesellschaft stark am Steigen ist und so etwas sicher gut angenommen wird.

Kinder können in dieser Zeit mit Steinen beschäftigt werden (Bemalen von Steinen). Eine andere Idee wäre, dass ein Führer den Kindern die Tier- und Pflanzenwelt der Lavant etwas näher bringt.

Sicherheitsvorkehrungen müssen getroffen werden. Eine fachgerechte Betreuung ist unbedingt notwendig.

#### Westernüberfall und Felssturz:

Dies wäre eine spezielle Attraktion für Kinder. Hier könnte eine Reitergruppe engagiert werden, die diese Westernüberfälle durchführt. Sie könnten als Cowboys oder auch als Indianer verkleidet die Bahn durch ein Feuer am Gleis oder einen Felssturz stoppen. Im Zug selbst könnten sie die Schaffner überfallen und einige Insassen fesseln.

Bei einem Felssturz könnten die Insassen besonders eingebaut werden, indem sie die Strecke frei räumen müssen.

Dieses Konzept hat sich besonders erfolgreich auf der Lokalbahn Lambach – Maag (NÖ) bewährt ([www.stern-verkehr.at](http://www.stern-verkehr.at)).

Für die Statisten sollte der Reiterhof Dachberg oder der Reiterhof Hasenbichler am Weißenberg kontaktiert werden.

#### Römerstiege:



*Römerstiege*

Geplant ist ein Stopp auf der Bahnstrecke in St. Paul. Die Insassen müssen dann ein Stück über einen Acker wandern und die Lavant überqueren um zur Römerstiege, die sich in der Gemeinde St. Paul befindet, zu gelangen.

Dort könnte ein Gasthaus aus St. Paul eine Labestation im römischen Stil betreiben. Bei der Römerstiege sollte auf die Bedeutung dieses Fundes genau eingegangen werden und die Römerzeit so identisch wie möglich dargestellt werden. Ideen wären zB: Römerspiele, Römeressen, Rollenspiele um das Leben der Römer darzustellen.

Zu diesem Zweck ist die Gemeinde St. Paul zu kontaktieren. Mit ihnen ist zu klären, ob sie sich dazu bereit erklären würden, diese Labestation zu errichten, die Brücke zu bauen, die Schautafeln aufzustellen und die Römerstiege etwas ansehnlicher zu gestalten.

#### 4.3.4 Attraktionen im Zug

##### Souvenirwaggon:

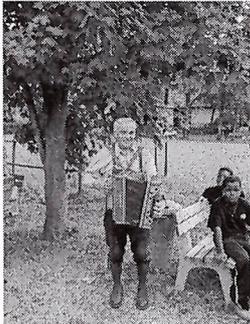


*Souvenirwaggon in Stainz*

Vermarktung von heimischen Produkten und Verkauf von Souvenirs. Produkte aus der Mostbarkeitenvitrine, Feuerzeuge, T-Shirts, Schlüsselanhänger, Jojo`s, Rezeptbücher aus der Gegend, Bücher, Videos, Ansichtskarten,...

Diesen Souvenirwaggon könnte ein Verein, Privatmann aus der Region betreiben oder die LBB.

##### Unterhaltung:



*Alleinunterhalter in Stainz*

Live-Musik im Zug durch Alleinunterhalter.

Aufgrund der zu lauten Fahrgeräusche des Zuges hat sich eine Lautsprecheranlage mit Musik im Waggon nicht bewährt.

##### Buffetwaggon:



*Buffetwaggon in Stainz*

Die Gäste sollten im Zug sehr gut versorgt werden, dies kann auch durch ein Servierpersonal erfolgen.

Als Betreiber des Buffetwaggons kämen die NBiK oder Gastwirte aus Lavamünd in Frage.

##### Gästebuch:

Die Gäste sollten die Möglichkeit haben, sich während der Fahrt zu verewigen. Dabei soll ein Buch im Waggon aufliegen, indem alle Touristen Einsicht haben und es mit einem kleinen Eintrag versehen können.

#### Historische Einrichtungen im Zug:

Personal des Nostalgiezuges sollen originale Uniformen von Früher tragen, um das nostalgische Ambiente aufrecht zu erhalten.

#### **4.4 Vermarktung der Bahn**

Um die Bahn optimal zu vermarkten, ist die Einrichtung einer zentralen Auskunftsstelle notwendig. Für die Lavamünder Nostalgiebahn ist eine zentrale Servicestelle einzurichten (regelmäßige telefonische Erreichbarkeit, Anfragebeantwortung, Auskunft, Buchung). Für das Einführungsjahr 2004 wäre die Marktgemeinde in dieser Funktion passend. Nach dem Einführungsjahr könnte in Abhängigkeit von der Entwicklung eine Stelle im Rahmen des Bahnerlebnisses eingerichtet werden. Es ist auf Mehrsprachigkeit zu achten, da die Nähe des Nachbarstaates Slowenien eine große Rolle spielt und den Drauradweg viele Slowenen und Italiener nutzen.

Ideal ist die Kombination des Bahnangebotes mit anderen kulturellen Attraktionen. Am Besten dafür eignen würde sich das Stift St. Paul. Als großes Touristenmagnet zieht es jährlich etwa 15.000 Besucher an. Die Lavamünder Bahn würde davon profitieren, wenn St. Pauler Gäste die Eintrittskarte des Stifts in Kombination mit einer Bahnfahrt nach Lavamünd erwerben könnten.

Radpackage: Laut Empfehlungen des Tourismusverbandes Südkärnten sollte die Vermarktung der Bahn hauptsächlich Radtouristen auf den Draur- bzw Lavantradweg ansprechen. Da bei Radtouristen noch große Zuwächse zu erwarten sind, wären auch diese eine wichtige Zielgruppe. In diesem Package sollte nicht nur die Bahn von Lavamünd vermarktet werden sondern auch alle Sehenswürdigkeiten auf der Strecke von Klopein bis Lavamünd und weiter nach St. Paul. Die Nostalgiebahn sollte dabei einen Schwerpunkt bilden.

Weitere Kooperationspartner wären:

-  Mostlandexpress
-  Mostbarkeiten
-  Nachbargemeinden
-  Regionalverband Lavanttal
-  Regionalverband Südkärnten

Um die Gäste bestmöglich zufrieden zu stellen, muss der Fahrradtransport dementsprechend organisiert sein. Der Gast sollte sorgenfrei in den Zug ein- bzw. aussteigen, ohne dass er sich selbst um den Radtransport kümmern muss.

Probleme beim Radtransport:

Zu viele Radfahrer könnten sich am Bahnhof einfinden, wobei die Kapazitäten für den Radtransport nicht ausreichen könnten. Für die Radfahrer sollte die Möglichkeit bestehen, kleinere Reparaturen durchzuführen (Mitführen von einer Luftpumpe, Werkzeugsatz,...). In der Nähe befindet sich die Firma Sander in Lavamünd, ein Fahrradfachhandel und -werkstätte.

#### **4.5 Zielgruppen**

Die Zielgruppe sollte keine spezielle sein, sondern ein breit gefächertes Publikum sollte angesprochen werden. Verschiedene Zielgruppen erhöhen den potenziellen Kundenkreis.

##### **Folgende Zielgruppen wären für den Betrieb der Nostalgiebahn sinnvoll**

Eisenbahnfreunde und Nostalgiefans

Bei dieser Zielgruppe ist ein großes Potenzial zu erkennen, da sie durch das reine Interesse an Zügen angelockt werden. Hierbei ist aber zu beachten, dass in Lavamünd keine Dampflok zum Einsatz kommen wird und deshalb das Interesse nicht so hoch sein wird.

Am Besten könnte man diese Personen durch einschlägige Fachzeitschriften wie „Schienenverkehr aktuell“, „Eisenbahn Österreich“ u.a. ansprechen. Weiters wäre eine Mailingliste auf der Homepage der Nostalgiebahn empfehlenswert, in der sich Interessierte eintragen können und in bestimmten Abständen Informationsmaterial zugesandt bekommen.

Bei dieser Zielgruppe ist besonders zu beachten, dass sie sicherlich an der technischen Seite des Zuges interessiert sind. Das Personal der Bahn muss in diese Richtung ausreichend Informationen geben können.

Familien und Kinder

Sie müssen durch spezielle Attraktionen (Westernüberfälle, Spielplatz...) besonders für Kinder angesprochen werden. In den Werbemitteln sollte besonders auf die jüngste Zielgruppe geachtet werden, da diese meist mitentscheiden, wohin der Ausflug führt. Die Frage stellt sich, ob ein reiner Nostalgiezug für Kinder interessant genug ist. Bei der Vermarktung muss ein guter Mittelweg zwischen Kinderzug und Nostalgiebahn gefunden werden. Das Angebot sollte für Kinder interessant gestaltet werden, ohne dabei Erwachsene auszuschließen.

 Personen 50+

Auch diese Zielgruppe gilt es durch die Nostalgiebahn anzulocken, da man unserer Meinung nach im höheren Alter mehr Wert auf Erholung und stressfreie Tage in der Natur legt.

Diese Gruppe ist an der Geschichte der Bahn sicherlich interessiert, auch Schautafeln mit Bildern aus den Anfängen der Bahn wären hier zu empfehlen.

Wir glauben, dass diese Zielgruppe auch speziellen Kinderattraktionen positiv gegenüber steht, solange diese nicht Oberhand nehmen. Ein weiterer Aspekt ist der, dass Großeltern oft mit ihren Enkeln etwas unternehmen und deshalb diese Kombination gut aufgenommen wird. Die Schicht 50+ reist hauptsächlich mit Reisegruppen, deshalb wäre es hier empfehlenswert solche Reiseveranstalter anzusprechen.

#### Radfahrer

Die Radfahrer sind speziell mit dem bereits erwähnten Package anzusprechen und auch mit der Möglichkeit des Radrücktransportes.

Für die Radfahrer könnten ganze Programme (Eintagesausflüge, Wochentouren) erstellt werden. Hier ist eine enge Zusammenarbeit beispielsweise mit der Firma Strafinger zu empfehlen da diese Firma bereits solche Packages anbietet. Die Kontaktaufnahme ist aber erst sinnvoll wenn Informationsmaterial (Folder, Homepage) fertiggestellt ist und die Fahrtzeiten und -preise fixiert sind.

#### Touristen in und um Lavamünd

Besonders ist hier die Region um den Klopeinersee zu beachten, da sich Lavamünd für einen Tagesausflug, auch mit dem Rad oder als Schlechtwetterprogramm, bestens eignet.

Hier sollte der Tourismusverband Klopeiner- und Turnersee angesprochen werden.

In den Hotels dieser Region sowie im Informationszentrum sollten Folder der Nostalgiebahn aufliegen und geeignete Werbekampagnen durchgeführt werden.

#### Vereine, Betriebe

Sie haben wie bereits erwähnt die Möglichkeit den Zug für verschiedene Feiern zu mieten, bzw. bei den Themenzügen mitzuarbeiten. Diese Kooperation mit den Vereinen wäre sehr empfehlenswert, da die Vereine eine breite Basis bilden und erforderliches Bewusstsein erzeugen. Die Vereine könnten einmal im Monat so einen Themenzug organisieren. Das positive hierbei ist, dass durch den Verein bereits Leute angesprochen werden und dass für den Verein ebenfalls geworben wird.

#### Schulen

In der letzten Ferienwoche machen Schulen im Rahmen der Alternativtage sehr viel Ausflüge. Hier wäre die Bahnfahrt besonders anzupreisen, zB in Verbindung einer Wanderung hier in Lavamünd.

#### **4.6 Vertriebswege**

Um unsere Zielgruppen bestmöglich anzusprechen, gibt es verschiedene Möglichkeiten, Vertriebswege zu wählen. Für die Nostalgiebahn wären in diesem Fall folgende Vertriebswege sinnvoll:

##### Reisebüro und Busunternehmen

Im Rahmen unseres Maturaprojektes haben wir auch schon Vorarbeit geleistet und bei den Reisebüros und Busunternehmen in Kärnten Anfragen gestellt, ob sie bei der Einführung der Bahn bereit wären, die Nostalgiebahn in ihr Angebot aufzunehmen. Ab dem Jahr 2004 sollte es zu engeren Kooperation kommen, da dann auch schon die entsprechenden Werbefolder vorhanden sind und ein Konzept vorgelegt werden und somit auch unsere Bahn im Package angeboten werden kann.

##### Gastronomie

Besonderes Augenmerk ist auf die Gastronomen in Lavamünd zu legen. Jeder Wirt sollte sowohl Informationsmaterial besitzen das an die Gäste weiter gegeben werden kann als auch genaue Auskunft geben können über die Fahrzeiten sowie die Anschlusszüge in St. Paul. Falls eine Homepage vorhanden ist, sollte sich auf dieser ein Link zur Nostalgiebahn befinden. Der Gastwirt sollte in seinem Speisen- und Getränkeangebot besonders auf die Radfahrer und Zugfahrer eingehen (spezielle Speisen, Getränke).

##### Informationspavillon

An der Gemeindegrenze zu Neuhaus befindet sich der gerade neu gebaute Informationsstand für Radfahrer. Dieser Pavillon ist in erster Linie für Radfahrer gedacht um sich über den umliegenden Ort zu informieren. Empfehlenswert wäre, dass auch Informationen über die Nostalgiebahn aufliegen, wie zB der aktuelle Fahrplan.

##### Tourismusverbände

Mit dem Regionalverband Lavanttal und dem Regionalverband Südkärnten wurden bereits Gespräche geführt. Um auch landesweit bekannt zu werden, sollte unser Werbefolder in den Informationszentren des Tourismusverbandes aufgelegt und zugleich auch die Nostalgiebahn zusammen mit dem Lavanttal vermarktet werden. Weiters ist auch die Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Südkärnten geplant.

#### 4.7 Fahrpreis

Aufgrund von Erfahrungswerten wurden die Fahrpreise für den geplanten Nostalgieverkehr auf der Bahnstrecke Lavamünd – St. Paul bereits gestaltet:

	Erwachsener:	Kinder:
Einfache Fahrt	Euro 5,00	Euro 2,50
Hin- und Retour	Euro 8,00	Euro 4,00

### 5 Promotion

#### 5.1 Ziel der Werbung

Ziel der Werbung sollte es sein, dass möglichst viele Personen bereits vor Einführung von der Werbung angesprochen und inspiriert werden und das Angebot der Nostalgiebahn in Anspruch nehmen. Es sollten nicht nur spezielle Zielgruppen beworben werden, sondern es sollte auch die breite Masse der Bevölkerung über die Möglichkeiten der Nostalgiebahn in Lavamünd informiert werden. Durch die Werbung sollte Aufmerksamkeit erreicht werden um das Produkt fest im Gedächtnis der Umworbenen zu verankern. Ein Unique-Selling-Proposition-Ansatz muss geschaffen und vermittelt werden, warum sich diese Bahn von Konkurrenzbetrieben deutlich abhebt. Deshalb muss der Bekanntheitsgrad dieser touristischen Einrichtung erhöht werden, Informationsmaterial zielgerecht verteilt werden und es muss eine hohe Akzeptanz der Vereine, Bürger und der Betriebe geschaffen werden.

#### 5.2 Werbemittel

Werbemittel sind eine Zusammenfassung von all den Angeboten der Bahn die eine Werbewirkung auslösen sollen.

#### Erfolgreiche Werbemittel zur Einführungswerbung

- 📺 Werbespots (zB Kärnten Heute)
- 📻 Radiospots (zB Radio Kärnten, Antenne Kärnten)
- 📰 Pressemitteilungen (zB Wolfsberger Zeitung, Unterkärntner, Kronen Zeitung, Kleine Zeitung, Kärntner Woche, Kärntner Monat, Jauntaler Zeitung, Bahnzeitschriften,...)
- 📄 Flyer zum Verteilen in anderen Tourismuszentren
- 🗣️ Pressekonferenzen
- ✉️ Mailing Lists
- 📧 Postwurf an jeden Haushalt
- 📅 Erhaltungs- und Erinnerungswerbung

-  Broschüren
-  Homepage
-  Inserate in Tourismusbrochüren und Bahnzeitschriften
-  Eigenes Briefpapier
-  Werbematerial wie Kugelschreiber, Feuerzeuge, Sticker,...
-  Souvenirs
-  Mailing Lists für spezielle Feste an Vereine und Fans
-  Transparente entlang des Radweges (Lavantradweg und R1) bzw. des Ortes

### **5.3 Werbeperiode**

Der Betriebszeitpunkt der Bahn beginnt mit Anfang Juli und endet mit Ende September. Zu beachten ist, dass die Werbemittel möglichst kostengünstig, dafür aber möglichst effizient eingesetzt werden. Das Ziel sollte sein, mit den vorhandenen Mitteln des Werbebudgets einen größtmöglichen Nutzen und Werbeeffekt zu erzielen.

### **5.4 Zeitplan**

Die Homepage sollte so schnell wie möglich ins Netz gestellt werden. Sie sollte als Link auf der Homepage Lavamünd und der NBiK erscheinen.

Empfehlenswert ist, dass die Aktivierung der Homepage auch in den Zeitungen steht, damit die Leute über die Nostalgiebahn informiert werden.

Auf der Homepage sollte eine Mailinglist eingerichtet werden, wo jeder Interessierte seine E-Mailadresse hinterlassen kann und dann auch Informationen bei speziellen Angeboten zugeschickt bekommt.

Anfragen um die Aufnahme in Tourismusbrochüren und Bahnzeitschriften können bereits jetzt gemacht werden.

#### Mai

Druck der Folder und Verteilung an die Tourismusbüros, an Sehenswürdigkeiten wie das Stift St. Paul, Hoteliers,...

Druck von Plakaten die im Bezirk Wolfsberg und im Raum Klopeiner See aufgehängt werden. Transparente in Lavamünd und auf den R1 können ebenfalls Ende Mai angebracht werden.

## Ende Juni

Vor der großen Eröffnung können Flyer in Tourismuszentren verteilt werden. Mit der Versendung von Pressemitteilungen sollte begonnen werden und eine Pressekonferenz sollte durchgeführt werden.

Für die Eröffnung sollen Werbespots im Radio laufen (Radio Kärnten, Antenne Kärnten) und von Vorteil wäre wenn sich auch der ORF mit Kärnten Heute daran beteiligen würde.

## **5.5 Werbepartner**

Da Werbung eine Kostenfrage ist empfehlen wir Partner zu finden, die die gleiche Zielgruppen haben. Die Werbepartner sollen vom Nutzen dieser Kooperation überzeugt werden und eventuell gleichzeitig als Sponsoren fungieren. Für die Nostalgiebahn Lavamünd bietet sich an:

-  Brauerei „Stiegl“ – da die Lok eine ehemalige Stiegelok ist
-  Wirte in Lavamünd
-  Nachbargemeinden – da die Bahn auch als Zubringer für andere Feste geplant ist
-  Vereine – können die Labestation bzw. die Events in und um den Zug abhalten
-  Slowenien – Zusammenarbeit durch die geplante Flößerei
-  Kärntner Monat, Kleine Zeitung – durch Abo-Aktionen
-  Stift St. Paul – durch eine Kombinationskarte
-  Fa. Strafinger – hat das erforderliche Know-How für die Organisation von Radausflügen und Radurlauben

## **6 Organisations- und Ablaufplan für die Praxis**

### **6.1 Aufgabe**

Durch einen Organisations- und Ablaufplan sollte der Nostalgieverkehr bestmöglich vorbereitet und aufgenommen werden. Dabei spielt die Tätigkeit eines jeden einzelnen Beteiligten an diesem Projekt und die Zeit eine wichtige Rolle. Es ist dabei wichtig, dass die für eine reibungslose Einführung und den späteren Betrieb durchzuführenden Arbeiten auf den einzelnen Personen aufgeteilt werden, um eine dementsprechende Verantwortung zu schaffen.

### **6.2 Aufgaben, Zuständigkeiten der einzelnen Personen**

In diesem Abschnitt sind die verschiedensten Aufgaben, die vor bzw. nach der Einführung und Aufnahme des Nostalgieverkehrs zu erledigen sind, enthalten.

### **Herr Mag. Dr. Kores (Geschäftsführer LBB)**

- Gespräche mit den Gemeinden St. Paul und St. Georgen über geplante Kooperationen (Römerstiege, Angebot am Bahnhof in St. Paul, Zubringer zum Apfelfest ) führen
- Kooperation mit dem Stift St. Paul aufbauen
- Die Brauerei Stiegl als Sponsor für die Bahn gewinnen (Theke und Ausstattung im Waggon)
- Firmen als Werbepartner gewinnen

### **Herr Peter Letschnig (NBiK – Sektion Lavamünd)**

- Personalrekrutierung für den Nostalgiezug sowie eventuell Buffetwagen – freiwillige Helfer
- Bewirtung des Buffetwaggons klären (NBiK oder heimischer Wirt)
- Organisation der Labestation am Bahnhof in Lavamünd und Ettendorf (Gespräch mit Frau Ehmman, Gastronomiebetrieben oder Vereinen zwecks Bewirtung)
- Errichtung einer Informationsstelle (Informationen über Fahrzeiten, Preise, Reservierungsmöglichkeiten, Anmietung des Zuges ...)
- Organisation der Sonderfahrten (Jubiläumsfest, Themenzüge, Grillfahrten,...) und der Angebote auf der Bahnstrecke bzw. am Bahnhof (Glückshafen, Wettbewerbe, Fotomontagen, Fotostopp, Gästebuch, Zwischenstopps, Unterhaltung,...)
- Pressearbeit: Pressekonferenzen, Pressemitteilungen
- Aktualisierung der Werbemittel (Folder,...)

### **Herr Amtsleiter Mag. (FH) Martin Laber**

- Gestaltung der Homepage und Organisation der Werbemittel

### **Herr Bürgermeister Herbert Hantinger (Geschäftsführer LBB)**

- Gespräche über mögliche Kooperationen mit Slowenien (Flößerei)
- Ansprechperson der Medien, da er der Geschäftsführer der LBB ist
- Gespräche führen, inwieweit die Besichtigung des Kraftwerkes machbar ist
- Kooperation mit den Mostbarkeiten in die Wege leiten
- Akzeptanz in der Region sowie den umliegenden Gemeinden schaffen
- Organisation der Modelleisenbahn (Gespräch mit dem Besitzer Herrn Töffler)

### **Herr Friedolin Urban-Keuschnig (Tourismusobmann Tourismusverein Lavamünd)**

- Organisation der Attraktionen auf der Bahnstrecke und in Lavamünd (Kraftwerk, Dreifaltigkeitskirche, etc.)
- Suchen von Personen bzw. Vereinen die diese Attraktionen betreuen
- Auswählen der Attraktionen
- Information der Gastwirte, Vereine und Betriebe im Ort
- Zusammenarbeit mit den Regionalverbänden Lavanttal und Südkärnten
- Werben der Zielgruppen in Verbindung mit der lokalen Tourismuswerbung

### **Nostalgiebahnen in Kärnten – Ferlach**

- Enge Zusammenarbeit mit den NBiK – Sektion Lavamünd
- Gemeinsame Bewerbung mit der Sektion Lavamünd
- Unterstützung der organisatorischen Maßnahmen

## 7 Schlussworte

Am Anfang des heurigen Jahres (2003) und in der Mitte unseres Schuljahres bekamen wir im Gegenstand Marketing unter Frau Prof. Mag. Edith Jäger die Aufgabe gestellt, ein Thema für unser Maturaprojekt zu finden.

Wir wandten uns an die Marktgemeinde Lavamünd und bekamen von Herrn Bürgermeister Herbert Hantinger sofort eine Zusage, ein Projekt bearbeiten zu können.

Unser Arbeitsauftrag hieß, ein durchführbares Marketingkonzept für die Nostalgiebahn Lavamünd zu erstellen. Wir konnten diese umfangreiche Arbeit im Rahmen eines Ferialpraktikums in der Gemeindeverwaltung Lavamünd absolvieren, in der wir vom 11. August bis 5. September 2003 beschäftigt waren.

Dieses Marketingkonzept soll ein Hilfsmittel für die Einführung des Nostalgieverkehrs sowie den weiteren erfolgreichen Betrieb auf der Bahnstrecke Lavamünd - St. Paul sein.

Die vorliegende Arbeit beinhaltet eine Vielzahl von Vorschlägen, die wir im Rahmen unseres Projektes gesammelt und aufbereitet haben. Die durchgeführten Gespräche sowie die Besichtigungen vergleichbarer Bahnen waren dafür die Grundlage. Zusätzliche Informationen bekamen wir durch den Besuch von einschlägigen Homepages. Aus dieser Fülle von Ideen sind nun die aus unserer Sicht am besten durchführbaren Vorschläge in dieser Projektarbeit zusammengefasst. Hier empfehlen wir vor allem verschiedene Kooperationen sowie die Zusammenarbeit mit den umliegenden Gemeinden (St. Paul, St. Georgen),

den ansässigen Vereinen, den Tourismusverbänden Lavanttal und Südkärnten, dem Tourismusverein Lavamünd und der Gastronomie.

Dieses Projekt ist ein große Chance für Lavamünd und die umliegende Region sich als Ausflugsziel zu etablieren. Um diese Chance zu nützen, sollte unserer Meinung nach eine große Akzeptanz in der Bevölkerung geschaffen werden. Jeder, vor allem die Gastwirte, sollen vom Nutzen und ihrem eigenen Profitieren überzeugt werden. Dabei soll vor allem bei den Gastwirten der entstehende Nutzen aufgezeigt werden und das erforderliche Verständnis bei der Bevölkerung und den beteiligten Institutionen und Organisationen geweckt werden. Die Nostalgiebahn ist kein Projekt der LBB allein, sondern ein Projekt von Lavamünd. Jeder Bewohner soll das Gefühl bekommen, dass die Nostalgiebahn ein wichtiger Bestandteil der Gemeinde darstellt.

Unserer Meinung nach sollte die Bahn keine reine Nostalgiebahn sein. Sie soll genauso eine Erlebnisbahn darstellen, da dies besonders Kinder anspricht. Die Waggons sollten in nostal

gischen Farben gehalten werden, da ein großer Minuspunkt die fehlende Dampflokomotive ist. Es sollten nicht nur bestimmte Zielgruppen allein angesprochen werden sondern die Bahn als Produkt mit ihren Zusatzangeboten ein unvergessliches Erlebnis für die Personen in den unterschiedlichsten Altersklassen sein. Ein möglichst großer potentieller Kundenkreis sollte damit erschlossen werden.

Die Projektgruppe Zugvögel, die aus Kerstin Kneschar und Sabine Plesiutchnig besteht, möchte sich bei der Marktgemeinde Lavamünd bedanken.

Wir danken für diese große Chance ein solches Projekt in Angriff nehmen zu können und für das große Vertrauen das in uns gesetzt wurde.

Ein besonderer Dank gilt dem Herrn Amtsleiter Herrn Mag. (FH) Laber Martin der uns mit Rat und Tat beiseite stand und uns alle erforderlichen Unterlagen über die Bahn zur Verfügung stellte.

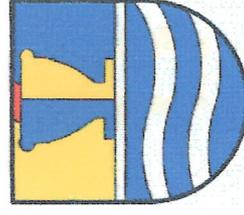
Die Arbeit war aufregend und interessant zugleich, die Realisierung des Projektes stellte aber eine große Herausforderung dar. Wir näherten uns unserem großen Ziel in kleinen Schritten, wobei das vorliegende Marketingkonzept das Ergebnis unseres Projektes zusammenfassen soll.

Das große Ziel für uns ist, dass Teile unseres Konzeptes und die darin enthaltenen Ideen umgesetzt werden können und dass diese Bahn den gewünschten Erfolg bringt und sich zum Ausflugsziel Nummer eins dieser Region entwickelt.

# Maturaprojekt



## Erfolgreiche Einführung und Betrieb des Nostalgieverkehrs auf der Bahnstrecke Lavamünd – St. Paul



Dieses Projekt wird von  
der  
Europäischen Union, vom  
Bund und Land Kärnten  
kofinanziert.



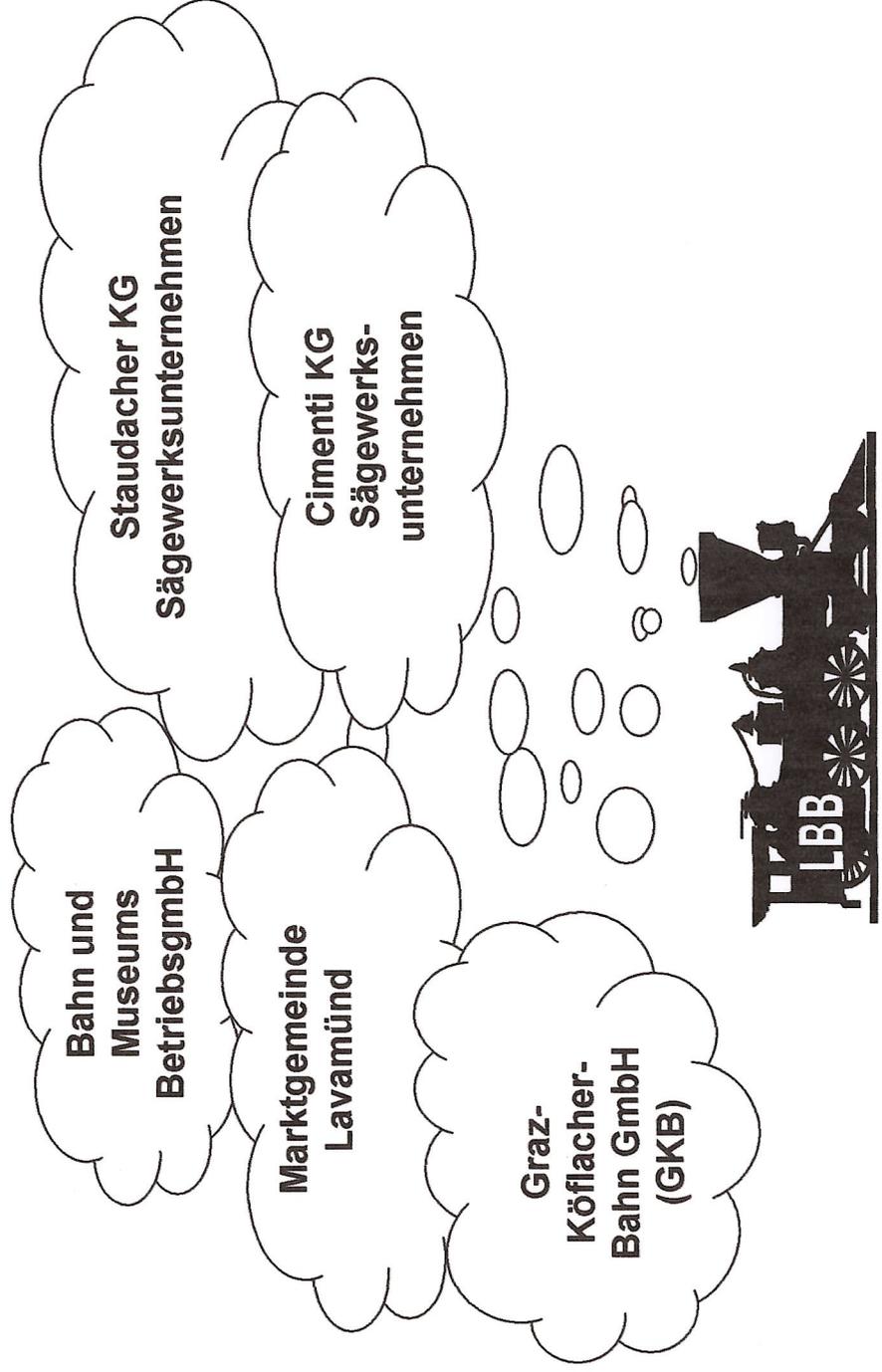
## Unser Team ...



Kerstin  
Kneschar

Sabine  
Plesiutschnig

# Lavamünder BahnbetriebsgesmbH (LBB)



## Betätigungsfeld der LBB

-  Eröffnung der Lokalbahn  
Lavamünd – St. Paul am 26.10.2002
-  Aufnahme des Nostalgieverkehrs  
im Sommer 2004
-  Geplante Einführung eines  
Personenverkehrs

# Marktforschung

 Befragung und Gespräche

 Besichtigungen

 Internetrecherchen

 Video



# Daten - Grundlagen

---



## Die Strecke

-  Bahnstrecke von Lavamünd bis St. Paul
  -  Länge ca. 10 km
  -  Verlauf entlang der Lavant
  -  Natura2000 Gebiet
-

# Daten - Grundlagen

---



## Der geplante Nostalgieverkehr

 Einführung der Bahn - Saison 2004

 Fahrt an 13 Wochenenden

 Sonderfahrten zu Veranstaltungen im

Lavanttal

---

# Daten - Grundlagen

---



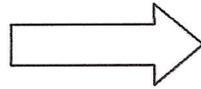
## Die Garnitur

-  Diesellok – Werkslok der „Stiegl“-  
Brauerei
-  Zwei Personenwaggons
-  Ein kombinierter Buffet- und  
Fahrradtransportwagen

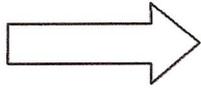
# Marketingplan



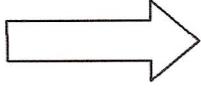
## Das Produkt



Die renovierte  
Zuggarnitur wird von  
der LBB bereit  
gestellt.



Das Personal besteht  
aus freiwilligen  
Helfern, die von den  
NBiK – Sektion  
Lavamünd stammen.



Betreiber des  
Nostalgieverkehrs  
sind die  
Nostalgiebahnen in  
Kärnten.

# Marketingplan

---



## Produktname

 Lavantwurm

 Lavantblitz

 Lavanttalerino

 Lavamünder-Bimmel-Bahn („LBB“)

 Dschungelexpress

 Nostalgikus

 Dieselwiesel

---

# Marketingplan

---



## Kooperationen

-  Stift St. Paul
  -  Mostbarkeiten
  -  Buschenschänke
  -  Tourismusvereine
  -  Heimische Vereine
  -  Regionalverband Lavanttal
  -  Regionalverband Südkärnten
  -  Gastwirte/Beherbergungsbetriebe
-

# Marketingplan

---



## Angebote in Lavamünd

 Kraftwerksbesichtigung

 Flößerei

 Dreifaltigkeitskirche

 Geologischer Lehrpfad

---

# Marketingplan

---



## Angebote in Lavamünd und Ettendorf

-  Jubiläumsfest
  -  Themenzüge
  -  Grillfahrten
  -  Märchenfahrten
  -  Dämmerungsfahrten/Frühschoppenfahrten
  -  Modelleisenbahn
  -  Informationstafel
  -  Spielplatz und Streichelzoo
  -  Fotomontagen
-

# Marketingplan

---



## Angebote entlang der Bahnstrecke

 Fotostopp

 Kneippstopp mit Wasserspielen

 Westernüberfall und Felssturz

 Römerstiege

---

# Marketingplan

---



## Attraktionen im Zug

 Souvenirwaggon

 Unterhaltung

 Buffetwaggon

 Gästebuch

 Historische Einrichtungen im Zug

---

# Marketingplan

---



## Zielgruppen

-  Eisenbahnfreunde und Nostalgiefans
  -  Familien und Kinder
  -  Personen 50+
  -  Radfahrer
  -  Vereine, Betriebe
  -  Schulen
-

# Marketingplan

---



## Vertriebswege

-  Reisebüros und Busunternehmen
  -  Gastronomie
  -  Informationspavillon
  -  Tourismusverbände
-

# Promotion

---



## Werbemittel

 Werbe- Radiospots

 Pressemitteilungen

 Flyer, Postwurf

 Pressekonferenz

 Mailing Lists

 Broschüren, Inserate

 Homepage

 Werbematerialien

 Transparente

---

# Promotion

---



## Werbepartner

-  Brauerei „Stiegl“
  -  Wirte in Lavamünd
  -  Nachbargemeinden
  -  Vereine
  -  Slowenien
  -  Abo-Aktionen
  -  Stift St. Paul
  -  Fa. Strafinger
-

# Probleme

---

-  Entmutigung von betriebserfahrenen Personen
  -  Überlastung des Netzwerkes
  -  Namensfindung
  -  Negative Stimmen gegenüber dem Projekt
  -  Unsere Rechtschreibung
-

