©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

Laufener Seminarbeitr. 3/99 S. 67-71 • Bayer. Akad. Natursch. Landschaftspfl. - Laufen/Salzach 1999

Kleine Schriftenreihe des Tiroler Umweltanwaltes • Heft 16

# DIE LETZTEN VON GESTERN – DIE ERSTEN VON MORGEN

Walter BESLER

## I Branchenüberblick – Szenario

Tourismusentwicklung

😐 ☺ Der Markt hat sich grundlegend und einschneidend verändert ...

... trifft das auch für das strategische und operative Tourismusmarketing zu ...?

☹ Nicht´s wird mehr so wie es war!

? Bayern – ein touristischer Riese ...
... in der tourismuspolitischen Durchsetzung
eher ein Zwerg ↓

➔ Einheit & Einigkeit in der Vielfalt

➔ In den Boomjahren konnten wir nicht verhindern, daß der Tourismus gut lief

➔ Wann kippt der Tourismusort/eine Tourismusregion?

➔ Die touristische Entwicklung steht am Wendepunkt
konjuktureller und struktureller Wandel

➔ externe & „hausgemachte“ Gründe

➔ Hauptgefahren für die Weiterentwicklung des Tourismus

➔ Verlierer – Gewinner

©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)



## II Neues Denken im Tourismus

Gefragt sind: Philosophie & Phantasie

- ♦ WIR MÜSSEN DAS TOURISTISCHE MARKETING AUF DEN KOPF STELLEN!

1. TOURISMUSENTWICKLUNG
   muß nachhaltig, vorausschauend, kreativ sein.

   Jeder Ort braucht VISIONEN und eine neue, spezielle Philosophie! (profilieren, spezialisieren, gesunde Mischstruktur – dann besteht eine Chance gegen Sonnenziele!)

   Von den ZINSEN der Natur leben – nicht von der Substanz!

2. „TOURISMUSBAROMATER“ (Paxisbeispiel)
   Darstellung der Wirtschaftskraft des Tourismus
   Struktur – Situation – Ausgangsposition – Jahresziele – Konzeptlinie – incl. „Umweltbarometer“

3. ZUSAMMENSPIEL aller beteiligten Bereiche:

   Organisation / Instrumente zum Dialog über
   „Tourismus bis hierher – und wie weiter?“

   Forum Tourismus /Offenes Forum Tourismus (Praxisbeispiel)
   Zukunftswerkstatt / Ideenbörse / Marketing – Pool

4. LEITLINIEN + TOURISMUSKONZEPTE

   Besser ein eckiges ETWAS – als ein rundes NICHTS!

   „Leit(d)linie / Leitbild für eine gute Zukunft“

   (Unternehmens-, Tourismus-Kultur)
   „Wer das Ziel nicht kennt kann den Weg nicht finden“ [Seneca]

Praxisbeispiel:
ÖKO – MODELL HINDELANG (NATUR & KULTUR)
Zuerst belächelt – jetzt respektiert (und kopiert) & und ausgezeichnet
Eine Erfolgsstory mit beachtlichem Öko-Sponsoring
(eine endlose Geschichte ...)

©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)



## III Speziell zum Tourismusmarketing

„Marketing by Breaking the Rules“
(pfiffig, originell, kreativ, fröhlich)

♦ Touristische Vermarktung ♦

♦ ... ein Streifzug im Telegrammstiel ♦

♦ MARKETING = Marktkommunikation
= Verkauf/Vertrieb
= Kooperation
= emotional [„... aus dem Bauch ...“]

| ☹ ./. | ☺ + |
|---|---|
| „Unterlasser“ | Unternehmer sein heißt heute,<br>wieder schwimmen zu lernen |
| Verwaltung/Amt | > Gestaltung<br>Gäste – Service |
| Service – Wüste | Serviece – Oase<br>Kundenorientierung |
| „Was bringen uns die Gäste?“ | Tourismusgesinnung<br>„die Gäste mögen“<br>Stammkundenpflege<br>„Gäste werben Gäste“ |
| Kooperation<br>Organisation | marktgerecht<br>zeitgemäß<br>örtlich - regional<br>Marketing – Pool |

©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)



| | |
|---|---|
| Doppel- und Mehrgleisigkeit [... wir sind WM im Papier- und Prospekt-ausstoß ...] | klare Aufgabenteilung weniger Papier d.h. auch weniger Ortsprospekte noch besser = |
| Imagewerbung ist gut | „Verkaufen“ konkret/kreativ Zielgruppenmarketing |
| 08/15 Werbung - austauschbar - | Fokussierung „Thema schlägt Destination“ Profilierung – auch landschaftsbezogen – |
| Macht der Gewohnheit (z. B. Messebesuche) | alte Zöpfe abschneiden Neue Wege, Ziele, Taten |
| „Buntes Allerlei“ (kunterbunt/zufällig) | Marketing – Mix (fundiert) |
| ... beeinflußt von Tüchtigkeit und Provision der Vertreter ... | >... man braucht einen Hammer, um einen Nagel einzuschlagen ... < |
| Gästekarte | Adressenmarketing „Call-Center“ (Regionalverbund mit externen Profis) |
| Haupturlaub | ... die 2./3. Urlaubsreise |
| Aufenthaltsdauer | gehört dem Inland |
| Ausflugsverkehr | ... haben wir den Kampf um den Ersturlaub verloren? |
| Kurzlebige Modetrends | echte Modetrends |
| Exotenmärkte | echte Marktnischen |
| „... ewig Zielgruppen nachlaufen, die wir nie erreichen können ...“ | |

*... aus der Praxis, für die Praxis ...*

©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

**Die Veranstaltung und vorliegende Broschüre wurden mit Mitteln der Europäischen Union gefördert.**

Die mit dem Verfassernamen gekennzeichneten Beiträge geben nicht in jedem Fall die Meinung der Herausgeber wieder. Die Verfasser sind verantwortlich für die Richtigkeit der in ihren Beiträgen mitgeteilten Tatbestände.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge sind urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung der AutorInnen oder der Herausgeber unzulässig.

Bildnachweis:
Titelbildgestaltung: Josef Heringer unter Verwendung einer Briefmarke der Deutschen Bundespost;
Carl Spitzweg, Der Sonntagsspaziergang (5), Duan Hanson „Plastic-life-tourists“ (23); Josef Heringer „born to be wild ...“ (24); Josef Heringer (24, 25-29, 32, 33, 35,); Christine Gollner (39); Gisela Müller (42, 43); Michael Schödl (46); Strandfoto: Quelle unbekannt (57); Klaus Michor (60-64); Christine Gollner (6, 11, 16, 17, 22, 36, 43, 48, 50, 56, 71, 75)

Das vorliegende Heft erscheint mit entsprechender Numerierung innerhalb der beiden Schriftenreihen:

**Laufener Seminarbeiträge 3/99**
Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)
ISSN 0175-0852
ISBN 3-931175-50-2

**Kleine Schriftenreihe des Tiroler Umweltanwalts, Heft 16**

Die Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege ist eine dem Geschäftsbereich des Bayerischen Staatsministerium für Landesentwicklung und Umweltfragen angehörende Einrichtung.

Bearbeitung und Satz: Bernhard Nicolussi Castellan
Redaktionelle Betreuung beim Druck: Dr. Notker Mallach (ANL)
Druck: Fa. Kurt Grauer, 83410 Laufen; Druck auf Recyclingpapier (100% Altpapier)

# ZOBODAT - www.zobodat.at

Zoologisch-Botanische Datenbank/Zoological-Botanical Database

Digitale Literatur/Digital Literature

Zeitschrift/Journal: Laufener Spezialbeiträge und Laufener Seminarbeiträge (LSB)

Jahr/Year: 1999

Band/Volume: 3_1999

Autor(en)/Author(s): Besler Walter

Artikel/Article: Die Letzten von gestern - die Ersten von morgen 67-71