SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

Naturfreude

Durchatmen in Sachsen-Anhalt

© Investitions-und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

STRATEGISCHE AUSRICHTUNG UND ZIELE ZUR STÄRKUNG DES „Tourismusmarketing“

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

- Grundausrichtung liegt darin, neben dem Kulturtourismus ein weiteres Geschäftsfeld „Aktiv/Natur“ weiter zu etablieren
- neben dem etablierten Geschäftsfeld Kultur- und Städtereisen wird das Geschäftsfeld Aktiv- und Naturtourismus deutlich ausgebaut und eigenständig in der Angebotsentwicklung und Kundenkommunikation bedient
- die konsequente Umsetzung der Schaffung von Reiseanlässen, auf deren Basis gäste- und trendorientierte Angebote entwickelt werden
- Starke Emotionale Vermarktung

Bildsprache | **Internet / Print** | **Storytelling**

© Investitions-und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

Schwerpunkte im Tourismusmarketing 2011
Urlaub mit Erholung und Aktivität

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

▶ Einführung und Positionierung als aktivtouristisches Reiseland

Dem Megatrend nach Heimatverbundenheit, Aktivität in der Natur, Bewusstsein für Gesundheit folgend, kann sich Sachsen-Anhalt in den nächsten Jahren als aktivtouristisches Reiseziel dem Wettbewerb im Deutschlandtourismus offen stellen.

Es gilt…

- … das Thema „Aktiv“ über Alleinstellungsmerkmale mit Marketingmaßnahmen, die nachhaltig zu gestalten sind, zu stärken,
- … die Themenetablierung über Markenbranding und Wiedererkennung vorzunehmen,
- … die Kernthemen Radwandern und Wandern weiter zu entwickeln,
- … eine zielgruppenorientierte Profilierung des touristischen Leistungsangebotes vorzunehmen,
- … Netzwerke zu stärken und die Serviceorientiertheit zu erhöhen.

© Investitions-und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

Schwerpunkte im Tourismusmarketing 2011
Urlaub mit Erholung und Aktivität

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

- die Strategie ist, mit den bereits etablierten Marken HARZ (Wandern) und ELBERADWEG zu werben → diese haben hier Leuchtturmfunktion
- in der Kommunikation wird die Akzentsetzung stark auf den Aktivitäten (Wandern, Radwandern) liegen
- Aktivitäten werden ebenso mit den touristischen Destination verbunden (u.a. Harz-Wandern, Mountainbike | Elberadweg| Weinregion Saale-Unstrut – Radwandern, Wasserwandern| Luther Bauhaus Gartenreich – Radwandern, Wasserwandern| Altmark- Reiten, Radwandern)
- die Naturräume werden dabei mit ihrer Angebotsvielfalt berücksichtigt und die Aktivität im jeweiligen Naturraum verortet
- bei der Zielgruppenansprache und den danach ausgewählten Marketinginstrumenten wird das primäre Reisemotiv betrachtet, die eigenständige Kundenansprache mit rad- und wandertouristischen Angeboten steht klar im Fokus
- die Produktentwicklung muss geschärft werden und den Anforderungen der Zielgruppe entsprechen
- im Marketing wird das Thema stark über das Internet beworben und interaktive Medien sowie Onlinemarketingmaßnahmen sind von zentraler Bedeutung

© Investitions-und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

Naturfreude

Durchatmen in Sachsen-Anhalt

© Investitions-und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

Schwerpunkte im Tourismusmarketing 2011
Zielgruppen Aktivtourismus

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

- Radfahren
  - Tourenradler, 50-80 km / Tag, Radfahren im Vordergrund
  - Genussradler, 30-50 km / Tag, Naturerlebnis + Kultur, Gesundheit, Besichtigungen
  - Familien mit Kindern, 15-40 km / Tag, Familienerlebnis
  - Radsportler (Sportive), 60-200 km / Tag, RTF Punkte, Mountainbiker mit unterschiedlichen Leistungsanforderungen (Höhenmeter, Länge, natur belassene Wege)
- Wandern
  - Gewandert wird unabhängig von Geschlecht und Alter (Ältere regelmäßiger, jüngere Wanderer ein- bis zweimal jährlich, ab 60 mehrmals im Monat)
  - materialistische Impulse (Bedürfnis haben, Preisorientierung, Anerkennung,)
  - hedonistische Impulse (Leidenschaft, Vergnügen, Risiko, Abenteuer)

© Investitions-und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

Schwerpunkte im Tourismusmarketing 2011
Zielgruppen Aktivtourismus

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

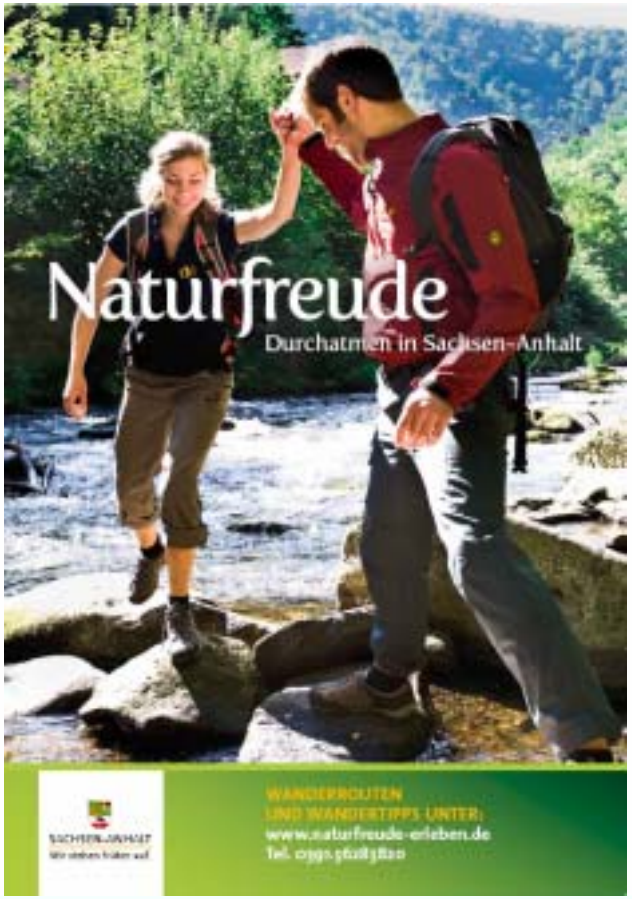
- Wasserwandern
  - Tourer, Wasserwandern im Vordergrund
  - Genussler, Naturerlebnis, Kultur, Gesundheit, Besichtigungen
  - Familien mit Kindern, Familien-/ Naturerlebnis
  - Sportler, Eventteilnehmer
- Reiten
  - Kinder, Jugendliche und junge Frauen bis um ca. 30 Jahre
  - Pferdebesitzer und Pferdefreunde
  - Natur affine Menschen
  - Reiten mit heilpädagogischem Schwerpunkt
  - Teilnehmer von Wettkämpfen (u.a. Rennen, Voltegieren,etc.)

© Investitions-und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

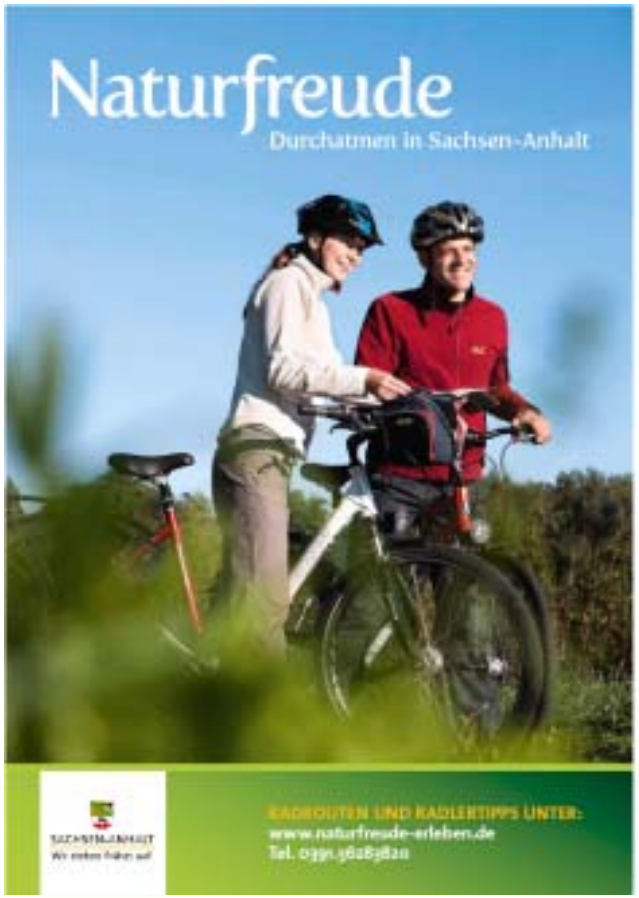
Schwerpunkte im Tourismusmarketing 2011
Kampagnenmotive

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

Wandern



Radfahren



© Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

Schwerpunkte im Tourismusmarketing 2011
Kampagne

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

Ziele:

- Weitere Etablierung des Aktivtourismus als Säule für den Sachsen-Anhalt-Tourismus
- Etablierung eines übergeordneten Mottos als kommunikative Klammer für die aktivtouristischen Angebote
- zielgruppenorientierte Profilierung des touristischen Leistungsangebotes
- Ansprache neuer Gästegruppen
- Zielgruppenorientierte Produktentwicklung und Vermarktung aktivtouristischer Angebote: TMSA
- **Vernetzung aktivtouristischer Angebote untereinander und mit den kulturtouristischen Markensäulen**

© Investitions-und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

Schwerpunkte im Tourismusmarketing 2011
Strategie – Potentiale / Angebotssäulen

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

Naturfreude
Durchatmen in Sachsen-Anhalt

Radwandern

Leuchtturm: Elberadweg als Deutschlands beliebtester Fernradwanderweg, 18 überregionale Radwanderwege, fast dreitausend Kilometer regionale Routen

Wandern

Leuchtturm: Harz, dichtes Wanderwegenetz

Wassertourismus / Blaues Band

Leuchtturm: Kanutourismus in der Weinregion Saale-Unstrut

Reiten

Leuchtturm: Altmark mit rund 1.600 Kilometern ausgeschilderten Reitwegen und gutem Service für Ross und Reiter

Naturlandschaften – Großschutzgebiete:

Nationalpark Harz, Biosphärenreservat Mittelelbe und Biosphärenreservat Karstlandschaft Südharz, Naturparke Drömling, Fläming, Harz, Unteres Saaletal, Saale-Unstrut-Trias Land und Dübener Heide

© Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

2011
www.naturfreude-erleben.de

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

- **Start: ITB Berlin**
- **Startseite, 5 allg. Inhaltstyp-Seiten, Touren- / Routendarstellung, Gewinnspiel,**

Integration alpregio mit Touren, Themen, Unterkünften und Tourenplaner per API

<u>Schritt 2</u>

Erweiterung Portal um weitere Seiten, u.a. für Aktionen und Community-Seiten, Blogbespielung

<u>Schritt 3</u>

Mobile Darstellung ausgewählter Seiten für Anzeige auf Smartphones

© Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

Schwerpunkte im Tourismusmarketing 2011
Kooperation mit Alpstein

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

seit Oktober 2010:

- Einpflegen von Routen auf dem "Aktiv Routen Portal"
- Möglichkeiten zur Einbindung regionaler Wege

Sternreiten in der Altmark

Grünes Band

Altmark-Rundkurs

Havel-Radweg, Aller-Radweg

Zuckerroute / Süße Tour

Saale-Radwanderweg

Mulde Radweg

Qualitätsradweg „Heide-Biber-Tour“

Lutherweg

Eike von Repgow, Dorf Reppichau

Verbund der Naturparke

„Eisernes Band“

Weinstraßen Saale-Unstrut

Weinstraße Mansfelder Seen

Historische Erlebnisroute um Lützen

Geolehrpfad Revierpark Profen

Radweg auf der ehem. Bahntrasse Zeitz Camberg

Selketal-Stieg

Harzrundweg

Karstwanderweg

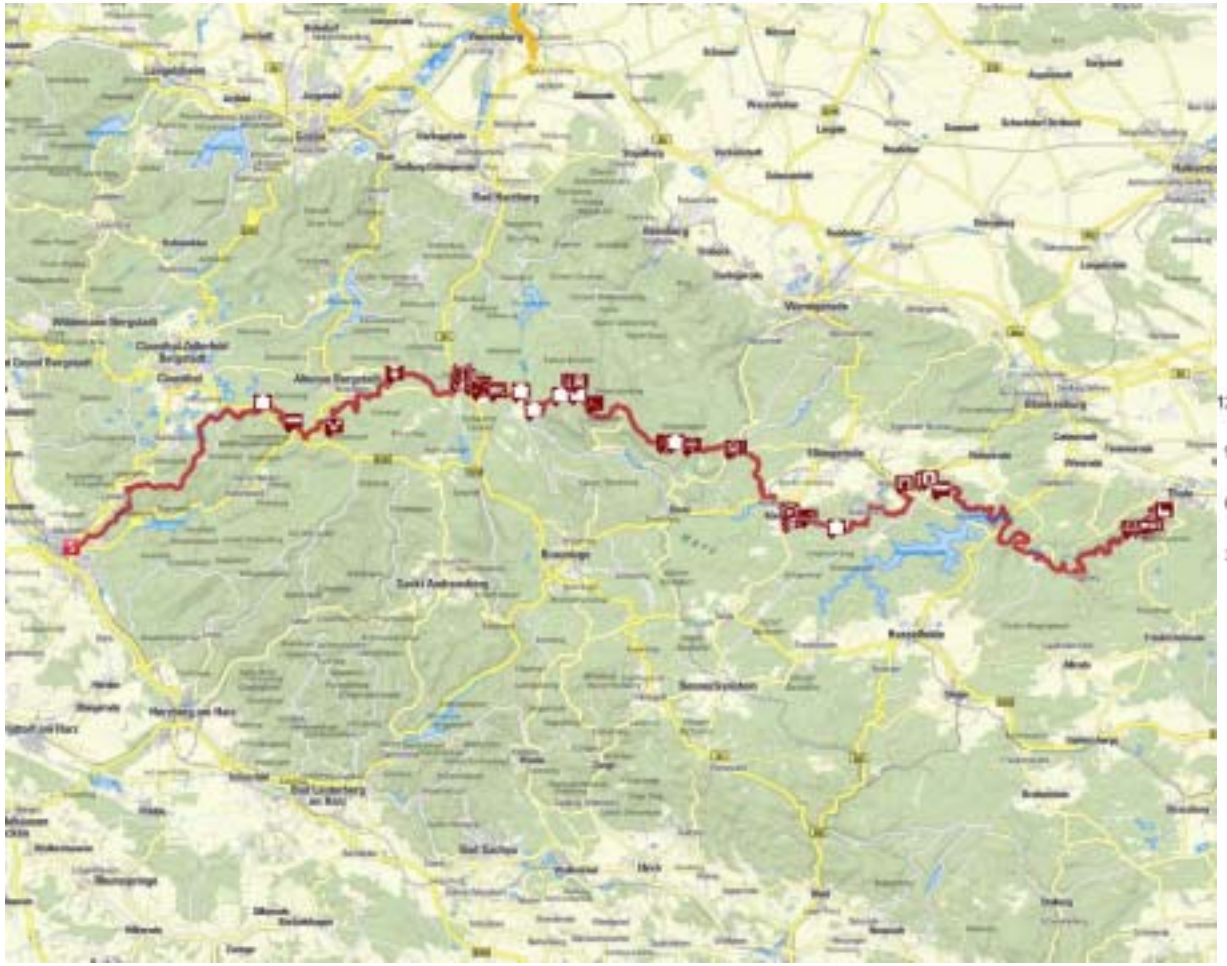
Fläming-Radweg

Elbe-Radweg

© Investitions-und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

Schwerpunkte im Tourismusmarketing 2011
Kooperation mit Alpstein

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft



© Investitions-und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

Schwerpunkte im Tourismusmarketing 2011
Kriterien zur Einstellung auf dem Aktivportal

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

Beschilderung / Leitsystem / Besucherlenkung

- eingestellten Routen liegt eine Beschilderung zu Grunde
  - u.a. nutzerfreundliche Markierungen, Wegweiserstandorte mit eindeutigen Bezug, Vernetzung mit markierten Routen

Wegebeschaffenheit

- detailliert beschriebene Wegebeschaffenheit muss gegeben sein
  - u.a. naturnahe, befestigte Wege und Pfade

© Investitions-und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

Schwerpunkte im Tourismusmarketing 2011
Kriterien zur Einstellung auf dem Aktivportal

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

Wegebeschreibung / Thematik / Kultur

- touristisch bedeutsame Routen mit thematischen Bezügen werden im System veröffentlicht
  - u.a. themenorientiert, attraktive Naturlandschaft, punktuelle Attraktionen, gefällige Ortsszenen, lokal und überregional bedeutsame Sehenswürdigkeiten

Anbindung / Zivilisation

- Infrastruktur an der Route / Tour muss ausgewiesen sein
  - u.a. Haltepunkte PKW o. ÖPNV, Gaststätten, Rastmöglichkeiten
- Anbieter, ÖPNV werden wie auch touristische Anlaufpunkte als POI´s dargestellt

© Investitions-und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

Schwerpunkte im Tourismusmarketing 2011
Kriterien zur Einstellung auf dem Aktivportal

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

Zuständigkeit der Route ist geklärt

- User mit Zugang für die jeweiligen Routen
- Hierarchie: IMG > Regionalverbände > Unterredakteure
  - Wege in Schutzgebieten werden nur veröffentlicht, wenn diese vom Schutzgebietsträger bestätigt sind

Erwartungshaltung wird erfüllt ?

© Investitions-und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

Schwerpunkte im Tourismusmarketing 2011
Kooperation mit Alpstein

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

- Integration Tiscover (Buchungsportal)

- Einbindung auf www.sachsen-anhalt-tourismus.de

© Investitions-und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

Schwerpunkte im Tourismusmarketing 2011
derzeitige Kampagnenmaßnahmen / Umsetzung 2011

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

- Online Kampagne der „Aktiv“ Seiten auf relevanten WebSits
- Google Display
- Besuch von weiteren themengeeigneten Messen (Vertrieb)
- Definieren von Crossmarketing Partner
- redaktionelle Pressearbeit
- Pressereisen / Einzelpressereisen
- Forcierung von Routen- / Toureneinstellung
- „Aktivtage an Saale und Unstrut“ ausbauen zu „Aktivtage Sachsen-Anhalt“ (ab 2012)
- Beirat (2 x jährlich)
- Nutzung der Kooperation BUGA 2015 zur Positionierung aktiv- touristischer Angebote
- Blogbespielung

© Investitions-und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit !

SACHSEN-ANHALT

Investitions- und Marketinggesellschaft

IMG Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

Am Alten Theater 6, 39104 Magdeburg
Fon: 0049 (0) 391 567 7080 Fax: 0049 (0) 391 567 7081

www.sachsen-anhalt-tourismus.de / www.investieren-in-sachsen-anhalt.de / www.naturfreude-erleben.de

© Investitions-und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH