

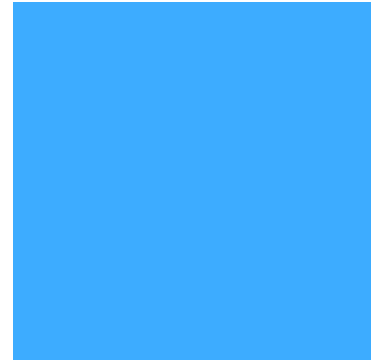
# Auf zu neuen Ufern? Produkte für die Zukunft

Workshop

tausend seenforum 06.11.2010

„Je individueller der Gast wird, desto intensiver müssen wir ihn betreuen“ und das ist nur sinnvoll möglich, wenn Sie sich auf Zielgruppen konzentrieren. Eine starke und klare Zielgruppenorientierung ist entscheidend für den Marketingerfolg. Dadurch können Sie Ihre Gäste effektiv ansprechen und Ihre Marketingmittel gezielter einsetzen.

Ein zielgruppengerechtes Angebot erhöht die Gästezufriedenheit deutlich, denn so bekommt der Gast das, was er erwartet.



# Faktoren für erfolgreiche Produkte



- Bedürfnisse und Motive der Gäste im Mittelpunkt
- Transparente Leistungsbeschreibung
- Erlebnisreichtum (z.B. kulinarische Höhepunkte)
- Zusatznutzen (überraschende Zusatzleistungen, hohe Qualität)
- Optimales Preis-/Leistungsverhältnis
- Authentizität des Produktes
- Einbindung von bekannten Orten
- Bequeme Buchbarkeit
- Ansprechende Präsentation

# Bausteine der Servicekette

## ■ Vor der Ankunft

- klare Informationen
- eindeutige Buchung
- gute Wegbeschreibung

## ■ Vor Ort

- guter Service
- durchgängige Qualität
- Ausflugsmöglichkeiten

## ■ Nach der Reise

- "Abschiedsgeschenk"
- Nachbetreuung
- Nach der Reise ist vor der neuen Buchung!



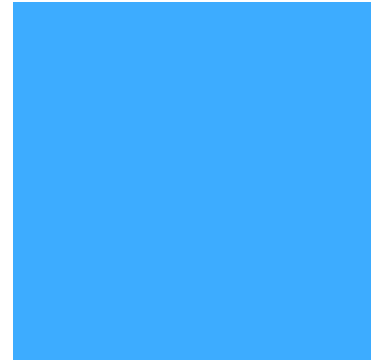
# Erfolgsfaktoren der Angebotsgestaltung

- einheitlicher Marktauftritt (Marke)
- Thematisierungsstrategie (USP)
- Einheitliches Serviceniveau (Standards)
- Attraktive Events
- Merchandising
- Emotionalisierung



# Motive des Leitbildes

- Größte Wasserdestination mit den Themen Gesundheits- und Naturtourismus so wie Kulturtourismus verbinden
- Landschafts- und Naturraum als wichtigste Basis erhalten und schützen
- Qualitätsverbesserung und Servicequalität



# Förderpolitik

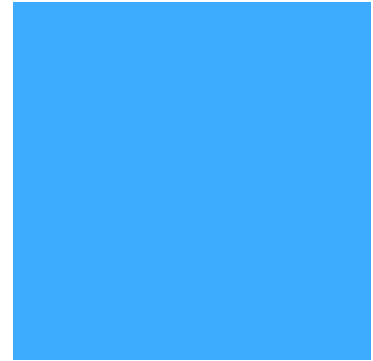
- ELER/EFRE - Keine Betten,  
aber touristische Infrastruktur!  
(siehe dazu: <http://www.investorenportal-mv.de>)

Liegeplätze

Maßnahmen zur Barrierefreiheit

Elektrotankstellen

Regionale Produkte und deren Vermarktung



# Mobilität

- Zu Wasser
  - Paddeln
  - Segeln
  - Hausboot
  - Surfen
- Zu Land
  - Radfahren
  - Reiten
  - Wandern
  - Walken
  - Pilgern





# Wandern

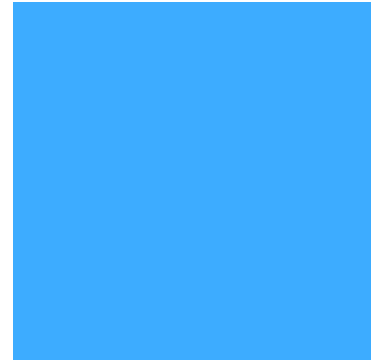
Die Zielgruppe der Wanderer bevorzugt Komfortunterkünfte sowie authentisches Essen und Trinken von hoher Qualität. Wandern entwickelt sich zunehmend auch zum Ganzjahresthema. Außerhalb der Hauptsaison gewinnt das Winterwandern, v.a. das Gehen mit Schneeschuhen durch verschneite Landschaft, an Bedeutung. Nordic Walking steht fast ganzjährig hoch im Kurs.

Quelle: DTV

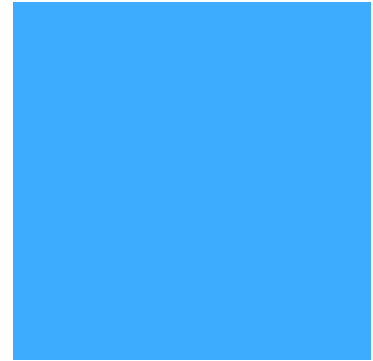


# Umweltverträglichkeit

- Naturlandschaften bewahren und sanft erschließen
- Öffentliche Verkehrsmittel
- CO<sub>2</sub>-Ausstoß verringern, Neubauten als neutral planen



# Kultur



- Kleinteilige Adventsangebote: „Advent in den Höfen“ (Sachsen-Anhalt)

2x Übernachtungen m.F., 1 Adventsmenü (3 Gänge), Stadtführung mit Besuch in den Höfen, Eintritt ins Museum, Eintritt in ein abendliches Adventskonzert und eine kleine Erinnerung.

125,00 € p.P. im Doppelzimmer im 3 Sterne-Hotel

175,00€ p.P. im 4 Sterne Hotel

- Fotosafari ...

# Gesundheit

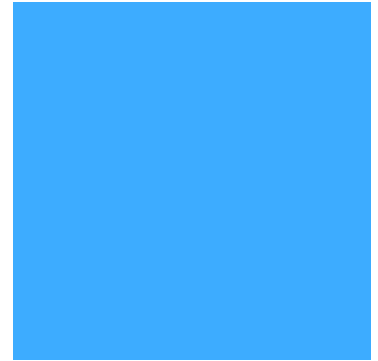
## Erfolgreiche Wellnessprodukte

- 3-4 Tage
- Wellnessspezifische Grundleistungen
- zusätzlich buchbare Einzelleistungen
- Drei bis fünf-Sterne Hotelunterkunft
- anschauliche Leistungsbeschreibung
- Kommunikation und Vertrieb über verschiedene Medien und Kanäle



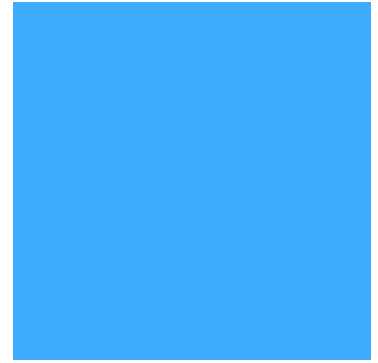
# Elemente Gesundheit

- Gesunde Ernährung, vegetarische Kost, Kräuter, Fasten
- Bewegung, aktiv sein, Fitnessangebote
- Naturnahes Wohnen
- Entspannung und Stressbewältigung, Kurse und Seminare, Meditationen
- persönliche und individuelle Betreuung



# Regionale Produkte

- Erzeugermanufakturen
- Erlebnishöfe
- Märkte
- gastronomische Angebote



# Kommunikation

- Eigene Broschüren oder Flyer
- Veröffentlichung oder Anzeige in Broschüren von Tourismusorganisationen
- Internet
- Veranstalterkataloge
- Anzeige in Tageszeitungen, Reisezeitschriften und Fachmedien
- Berichterstattung in Tageszeitungen, Zeitschriften oder Wochenmagazinen
- Sponsoring und Event-Marketing, Product-Placement



# Zur Kontrolle: Die W-Fragen

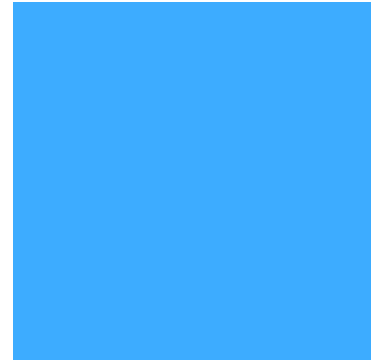
- Warum haben Sie ein Produkt aufgelegt?
- Wer ist der Veranstalter?
- Wen spricht das Produkt an?
- Welche Leistungen beinhaltet das Reiseangebot?
- Wann ist der Reisezeitpunkt?
- Wie haben Sie den Preis kalkuliert?
- Sind auch alle relevanten Kosten enthalten?
- Wie vermarkten Sie das Produkt?
- Wie erfolgt das Controlling und die Evaluierung Ihrer Angebote?





# Kalkulation

- Feststellung Betriebskosten (fixe und variable Kosten)
- Leistungsunabhängige Kosten: Abschreibungen, Zinsen, Instandhaltung, Versicherungen, Miete, Löhne
- Leistungsabhängige Kosten: Steuern, Werbung, Broschüren, Wareneinsatz, Strom, Telekommunikation
- Provisionen für Vertrieb (5% bis 25%)



# Vielen Dank für ihr Interesse!

Für weitere Fragen und Anregungen stehe ich  
ihnen gerne zur Verfügung.

[consulting@koepcke-media.de](mailto:consulting@koepcke-media.de)

