

TVB überprüft seine Vermarktungsstrategie

Dr. Robert Trasser

Der TVB Mieminger Plateau & Fernpass Seen setzt jedes Jahr zahlreiche Initiativen und Aktionen zur Vermarktung der touristischen Leistungen der Region. Um all diesen Maßnahmen einen verbindlichen inhaltlichen Rahmen zu geben, startete TVB-GF Hubert Trenkwalder im Frühjahr 2008 gemeinsam mit Vorstand und Aufsichtsrat des TVB Mieminger Plateau & Fernpass Seen unter fachlicher Begleitung von Dr. Robert Trasser (Trasser Markenberatung, Innsbruck) eine umfassende Überprüfung des derzeitigen Standes der touristischen Vermarktung.

Dr. Robert Trasser, Jahrgang 1968, ist seit November 2006 Eigentümer und Geschäftsführer der Trasser Markenberatung in Innsbruck/Tirol (www.trasser.at) und auf Marketing und identitätsorientierte Markenführung für Unternehmen und Institutionen in Tourismus und Dienstleistungswirtschaft sowie auf Standortmarketing und die Führung von Regionalmarken spezialisiert.

Die Marktposition Damit die Tourismusregion Mieminger Plateau & Fernpass Seen sich zukünftig noch besser von der Konkurrenz abheben kann, ist es entscheidend, eine eigenständige Position am Markt einzunehmen. Diese Position ist die Summe aller Attribute, die der Tourismusregion Mieminger Plateau & Fernpass Seen von den Gästen beigemessen werden: Reputation, Qualität, Nutzergruppen, Stärken und Schwächen, alle anderen ungewöhnlichen oder auffälligen Eigenschaften der Region und natürlich der Preis der Leistungen sowie der Wert, den ein Urlaub in der Tourismusregion Mieminger Plateau & Fernpass Seen für die Gäste repräsentiert. In mehreren Gesprächsrunden kristallisierten sich die inhaltlichen Schwerpunkte sowie Leitideen für die touristische Zukunft der Tourismusregion Mieminger Plateaus & Fernpass Seen heraus. Die Region wird sich demnach in Zukunft unter dem Motto "Mieminger Plateau & Fernpass Seen belebt - Natur vital erleben" verstärkt um neue und bestehende Angebote und Marketingaktionen bemühen.

Mit dieser eher "ruhigen" Positionierung grenzt sich die Tourismusregion Mieminger Plateau & Fernpass Seen klar von "lauten" Tourismusdestinationen wie Ischgl und Sölden ab. Dies weil sich in der Diskussion herausgestellt hat, dass die Tourismusregion Mieminger Plateau & Fernpass Seen diese Leistungen weder glaubwürdig anbieten kann noch diese Leistungen wirklich zur Region passen. Stattdessen sollen die Gäste der Region ihren Urlaub individuell und stressfrei erleben können und Erholung sowie neue Kräfte für den Alltag durch die belebende Wirkung der Produkte und Leistungen und der landschaftlichen Schönheit der Region erfahren. In der Selbstwahrnehmung beschreibt sich die Tourismusregion Mieminger Plateau & Fernpass Seen als charmant, weil sie es versteht, sensibel und einfühlsam ein "Wohlgefühl" zu vermitteln. Gäste fühlen sich schnell wie bei guten Freunden. Dennoch sollte die Tourismusregion Mieminger Plateau & Fernpass Seen mehr Ecken und Kanten bzw. stärker Konturen zeigen.



Die touristischen Themen

Für die Umsetzung dieser Gedanken gilt es insbesondere, die bereits in der Region vorhandenen Stärken bestmöglich einzubringen. Dazu wurden in zwei Workshop-Runden die erfolgsversprechenden touristischen Themen für die Region gemeinsam benannt und auf ihr touristisches Potential hin überprüft. Als derzeitige touristische Schwerpunktthemen für die Region wurden die Themen Golf, Klettern, Wandern, Nordic Walking und Wellness für den Sommer sowie Familienski fahren, Langlaufen, Winterwandern, Eis-Klettern und Wellness für den Winter festgelegt. Gleichzeitig gelang es, wesentliche Begriffe als "Leitgedanken" für die zukünftige Ausrichtung und eventuelle neue Themenschwerpunkte der Region festzuschreiben. Neuentwicklungen und Angebotsverbesserungen sollten sich primär um die Gedanken "Vitalität & Lebensfreude", "Natur hautnah erleben", "Kinderparadies" sowie "Römerstraße" drehen. Das Ziel, die Region als Ganzjahresdestination weiter auf- und auszubauen, wurde bestärkt.

Marktbearbeitung

Als Hauptherkunftsmärkte für die Region Mieminger Plateau & Fernpass Seen wurden die Schweiz, Deutschland, Österreich, Tschechien, Slowakei und die Benelux-Staaten definiert. Als wesentlichste Hauptzielgruppen wurden Familien mit Kindern (3-6 Jahre), rüstige 50+, Allergiker und Kletterer erkannt.

Basis für Erfolg

Mit der Erarbeitung und konsequenten Umsetzung dieser Positionierung wird eine größtmögliche Abstimmung und inhaltliche Geschlossenheit zwischen der Marketingarbeit des TVB Mieminger Plateau & Fernpass Seen und den Leistungen der Unternehmen in der Region sichergestellt. Dieser inhaltliche Schulterschluss bildet eine wesentliche Basis für den nachhaltigen Erfolg.