

Protokoll Regionsklausur 27./28. Mai 2014

Hotel Konkurrenz, Bad Kleinkirchheim/St. Oswald

Teilnehmer 27.5.: Maria Wilhelm, Ingeborg Schönherr, Thomas Michor, Günter Mussnig, Roland Sint, Helmuth Micheler (ab Mittag), Stefan Brandlehner, Stefan Heinisch, Christopher Gruber, Klaus Schenn. KW: Christian Kresse, Martin Doblhammer, Michael Umschaden, Barbara Tschöschner.
Projektbezogen: Ruth Göderle
Land Kärnten: Evelin Schaller-Siutz, Achill Rumpold (ab 15:00 Uhr)

Teilnehmer 28.5.: Maria Wilhelm, Thomas Michor, Günter Mussnig, Roland Sint, Helmuth Micheler, Stefan Brandlehner, Stefan Heinisch, Klaus Schenn, Markus Brandstätter (statt Christopher Gruber). KW: Christian Kresse, Martin Doblhammer, Michael Umschaden, Barbara Strobl, Barbara Tschöschner
Projektbezogen: Max Schintlmeister, Edith Sabath-Kerschauer
Land Kärnten: Achill Rumpold

Entschuldigt: Siggie Neuschitzer, Margit Thonhauser-Klösch

AGENDA:

TOP 27. Mai 2014, Beginn 10:00 Uhr

10:00 – 10:30: Begrüßung und kurzer Rückblick der Regionsklausur vom November:
Christian Kresse

10:30 – 12:30: Thema IT mit Trendmonitor, Onlinemarketing; Homepage, generischer content, Suchmaschinen: M. Umschaden und Ruth Göderle

13:30 – 13:45: Ergebnisse ÖW-Fokusgruppe Deutschland

13:45 – 16:30: Systeme der Strategischen Geschäftsfelder, Angebotsgruppen, Zukaufsmodele

15:15 – 15:30: Kaffeepause

16:30 – 18:30: Tourismusabteilung des Landes – Achill Rumpold: Stand Tourismusgesetz, Förderungen, pauschalierte Ortstaxe, Raumordnung

TOP 28. Mai 2014:

9:00 – 10:00: Max Schintlmeister, Thema Flugaufbindungen

10:00 – 10:30: Kooperation German Wings, Marketingplan

10:45 – 12:00: Allfälliges (10:45 – 11:15 Privatzimmer)

PROTOKOLL 27. 5. 2014:

Kresse begrüßt, informiert über den Modus der Klausur der im Detail mit Th. Michor ausgearbeitet wird (auf Basis der Statuten des Regionalforums). Vereinbart wurde bereits, dass im Sinne einer wertschätzenden und sachlichen Zusammenarbeit zwischen Kärnten Werbung und Regionen Inhalte bzw. Protokolle der Klausuren lediglich an jene Personen bestimmt sind, die bei den Klausuren anwesend waren.

Zimmerbuchungen, etw. Rahmenprogramme sollen künftig von der jeweiligen Region, wo die Klausur stattfindet, übernommen werden. Tagesordnungsplanung bei der KW in Abstimmung mit Regionssprecher.

Im Rückblick der Klausur von Nov. 2013 informiert Kresse über den status quo zur Expo. KW hat versucht, ob Kärnten den Österreich Pavillon des Ministerium mitbespielen kann. Derzeit noch keine Möglichkeit gefunden. ÖW plant Konzert in der Scala. Sobald sich neue Infos bzw. Möglichkeiten ergeben, ob im Rahmen der Expo etwas getan werden kann geben wir diese Info an die Regionen weiter. Ansprechpartnerin in der KW ist Johanna Novak.

Atb_experience 2015: ist ein Triangle zwischen Salzburg, Tirol und Kärnten (Nationalpark Hohe Tauern), lt. Mussnig findet noch ein Termin statt.

Schnittstellen Brandmaker – mapcore: wurde seitens der KW geprüft. Technische Möglichkeiten vorhanden, stehen jedoch in keiner Relation mit dem finanziellen Einsatz

Transformale 2015: Ausschreibung ist draußen; Workshop am 10. Juni

THEMA IT/IKT

Umschaden informiert über die Möglichkeit einer persönlichen Videobotschaft, eingebettet in den Kärnten Imagefilm. Info an Betriebe wurde verschickt. Doblhammer gibt Fazit zur Karmasin-Mafo: Tenor der Befragten war, dass der Film ein neues, positives Bild über Kärnten abgibt. Im gleichen System wird auch der Winterfilm angelegt.

IT-TRENDMONITOR

Folien der Präsentation von Umschaden stehen auf der www.touris.kaernten.at, Menüpunkt Regionsklausur, wieder mit persönlichem Kennwort zum Download bereit. Inhalte: Vormarsch von Tablets und Smartphones, Gamification, Veränderung der Geschäftsmodelle z.B. airbnb, UBER, Check Robin, Health Monitoring;

Zu Gamification in touristischer Anwendung: MAPCASE (Map to Snow) wird erweitert z.B. Map to Bike. Bei Interesse stellt Umschaden Kontakt her.

Zu airbnb: Kresse führt das Thema der Zweitwohnsitzbetten an; In Kärnten rd. 70.000 Zweitwohnsitzbetten. Kärntner Hotellerie verliert auch an diese Art von Unterkünften bzw. Buchungsportalen. Wichtig: rechtl. Situation klären und Vermieter informieren, dass dieses Geschäft ortstaxenpflichtig ist.

ONLINE-MARKETING

Die Folien von Ruth Göderle stehen auf der www.touris.kaernten.at, Menüpunkt Regionsklausur, wieder mit persönlichem Kennwort zum Download bereit.

Inhalte:

Inbound Marketing mit Beispielen, Content Marketing, Kärnten Tracker (Basis Kärnten Blog), Social Media Marketing, was macht eine gute Facebook Community aus, Suchmaschinen-Optimierung (SEO).

Veränderungen auch als Chance begreifen – auch und gerade im Marketing. „Pulling people in instead of pushing message out“, Content is king.

Thema E-Coach – Regionsergebnisse:

Umschaden appelliert an alle Regionen, die den Coach noch nicht einsetzen, dieses Angebot auch zu nutzen. Die Umfrage bei allen teilnehmenden Regionen ergibt ein sehr gutes Feedback zum E-Coach.

Gemeinsame Forschung, Entwicklung, Innovation – Kresse bietet Regionen an, diese Themen über die SIT gemeinsam zu steuern. Umschaden schreibt aus, wer an welchen Themen Interesse hat.

Fokusgruppen Deutschland:

Doblhammer präsentiert die Ergebnisse der Fokusgruppen-Interviews der ÖW am deutschen Markt (Folien wurden ausgeteilt).

Strategische Geschäftsfelder

Regionen haben die Entscheidung, in welches Geschäftsfeld sie eintreten und in welchen Bereichen sie sich für das Zukaufmodell entscheiden.

Bsp: Natur Aktiv Beileger – geht um Basisdarstellung jener Regionen, die nicht SGF Partner sind.

KW nimmt dies zum Anlass eine Diskussion zur Systematik der SGF zu führen. Brauchen klare Regelungen. Folgende Punkte:

Basisdarstellungen anderer Regionen in SGF Werbemitteln, wie sollen diese verpackt werden: Kartographie-Darstellung als Basis für alle, Produkte für Partnerregionen des jeweiligen SGF

Natur Aktiv/Urlaub am See: Auf Basis der Zwischenergebnisse des Urlaub am See-Prozesses soll Natur Aktiv „eingetaktet“ werden.

Definition SGF/Angebotsgruppe/Zukaufmodell:

Es wird vereinbart, eine grundsätzliche Definition – was ist Basis-Werbemittel der KW, was SGF, was Angebotsgruppe, was Zukaufmodell - gemeinsam zu erarbeiten.

Bisheriges Ergebnis:

Strategische Geschäftsfelder: Natur Aktiv Kärnten, Urlaub am See, Ski Plus

Definieren sich durch:

- 1.) gemeinsame strategische Ausrichtung und Zielsetzung
- 2.) Status quo Analyse
- 3.) Produktentwicklung
- 4.) Marketing und Vertrieb
- 5.) Controlling

Angebotsgruppen:

Definition: Betriebskooperation (Betriebe, Regionen, Kongresspartner, Golfanlagen...die sich zusammenschließen), gemeinsames Budget, Maßnahmen vom AG festgelegt, gemeinsame Qualitätsstandards, welche die Gruppe für sich ausmacht,

Camping

Golf

Motorrad

Convention

Kultur, Kulinarik

Flug (wird diskutiert)

Zukaufsmodell:

Zukauf bei umfassenden Marketing-Plattformen möglich für definierte Leistungsträger.

Beispiele:

Ski Alpin

Familie

Märkte außerhalb AUT und D (Sommer und Winter)

(keine Produktentwicklung)

Tourismusabteilung des Landes:

Achill Rumpold und Evelin Schaller informieren über die Novellierung des neuen Tourismusgesetzes. Novellierung soll im Herbst 2014 stehen.

Rumpold erklärt Grundsätzliches über die Aufgaben seiner Abteilung: Serviceeinrichtung für Dinge, die über Marketing und Verkauf hinausgehen (rechtliche Fragen etc...). Abteilung ist innerhalb der Gemeindeabteilung des Landes angesiedelt, sind Serviceeinrichtung für Regionen und Verbände, aber auch Aufsicht in Bezug auf behördliche Entscheidungen.

Eine eigene Homepage und ein Handbuch zum Tourismusgesetz sind in Vorbereitung.

Landestourismusstrategie: Vernetzung der Bereiche der KW, Regionen und Verbände mit Raumplanung, Landwirtschaft etc. Stellung des Tourismus im gesamten Wirtschaftsraum soll gestärkt werden.

TOP 28.5.:

Airline Marketing:

Schintlmeister präsentiert Folien zur Bedeutung der Fluganreise. Internationaler Trend in den Metropolen ist, dass durch rückläufige Autokäufe ein reduziertes Potenzial der Autoanreisen zu erwarten ist. Verstärkter Wettbewerb der Regionen aufgrund der steigenden Bedeutung der Fluganreise. Charter: meistens saisonal, Reiseveranstalter übernimmt Risiko. Linie: Fluglinie trägt das Risiko, diese brauchen daher positive Signale, dass die Auslastung stimmt. Meistens ganzjährige Anbindungen, Incoming und Outgoing. Charterverbindung kann aber Basis für Entwicklung von Linienverkehr sein.

Marketing, Hinweis zur Fluganbindung: Muss auf allen Ebenen passieren. Nicht nur KW - auch Regionen, Betriebe.

Ticketpool: frühzeitig Kontingent einkaufen (Bsp. BKK); Großeinkauf führt zu besseren Preisen.

Mobilitätskonzept: indiv. Shuttlebusse machen Anreise eher teuer; brauchen gutes Mobilitätskonzept. Michor sagt, dass ausgearbeitets Konzept (im Bereich Naturerleben, 8 Regionen dabei, für Anreise mit ÖBB ausgearbeitet, aber auch 1:1 umsetzbar für Fluganreise, grundsätzliche Zustimmung vom Land erforderlich.

London: Schintlmeister sagt, dass Flughafen und KW in Verhandlungen sind; Braucht Signale für Fluglinie. Ticketeinkauf, Kooperationen mit brit. Reiseveranstaltern: Interessierte Regionen sollen sich bei der KW melden. Wäre eine ganzjährige Linie, hätten Partner, die auch Kooperationen mit RV zulassen.

Auf die Frage von Schintlmeister welche Märkte für Kärnten/Regionen interessant wären sagt Kresse, dass das Ziel der KW ist, die Strecken in D abzusichern und gut auszulasten. Interessant sind zudem England und ein Moskau Charter im Sommer.

Bei GB braucht die KW wie bei D auch die Kooperationsbereitschaft der Regionen. Kresse betont, dass KW starkes Engagement in die Fluganreise setzt und appelliert an die Wichtigkeit eines starken Zusammenhaltes von KW, Regionen und Betrieben.

Kresse bittet Regionen mit ihren Betrieben zu reden. Wenn jede Region 8 – 10 Betriebe hat, die Tickets abnehmen wäre viel getan.

Schintlmeister betont, dass sich Kärnten mit dem Thema „bequeme und serviceorientierte Anreise“ positionieren könnte.

Airline Marketing:

Doblhammer präsentiert die Ziele und Schwerpunkte der einzelnen Teilbereiche des Flug-Marketings 2014 (Präsentation auf touris.kaernten.at).

Thema Sommermagazin 2015: Fisch – Flüsse, Seen, besondere Plätze, besondere Geschichten rund um das Thema Fisch, Kulinarik, Menschen, Produkte....

Thema wurde seitens der Regionen gut angenommen.

Privatzimmer:

Kerschbaumer informiert, dass sie für ein halbes Jahr den Prozess für ein landesweites PZ-Konzept mitbegleitet und präsentiert die bisher gesetzten Überlegungen im Segment Privatzimmer. Es erfolgt eine Abfrage zur jeweiligen Bedeutung des Privatzimmersegments in den Regionen. In der Steuerungsgruppe PZ wird Stefan Brandlehner seitens der Regionen teilnehmen. Q-Coach Stefan Wunderle aus BKK.

Allgemeines:

Doblhammer informiert, dass ÖW Herbstkampagne im Inland macht. Thema: Aktive Bewegung und Genuss

Brandlehner: Argument für Gäste auf Regions-Website zu buchen. Landesweites Thema? Wenn Regionen zusätzliche Leistungen in die Angebote hinsetzen dann regionales Thema. Nehmen Anregung in Protokoll auf, über ein landesweites Thema nachzudenken.

Termin für die nächste Klausur:

25. – 26. November; Hohe Tauern – die Nationalpark Region in Kärnten. Mussnig informiert über Möglichkeiten.

Ende der Klausur