

Der Reisende - Positionierung im Zeitalter der Nachhaltigkeit



Dr. Harald Keck – Gmunden, 9.11.2011

KECK
CONSULTING

Stimmungsbild – Umfrage bei der Bevölkerung

„Ohne Tourismus ist Gmunden tot!“
(Ein Bewohner aus Gmunden)

„So ein schönes Plätzl.“

„Leute, die Geld ausgeben.“

„Junge Leute,
Rucksacktouristen.“

„Aussteigen und entdecken.“

Segeln, Angeln, Radfahren, Wandern

„Übernachten am Boot.“

„Wochenmarkt am Dienstag.“

„Ältere Leute, Pensionisten. ...“

„Wir sind die Keramik Stadt“

„Graue Tage und fade Winter beleben.“

Traunstein raft: „Kam doch auf!“

„Touristen brauchen Gmunden!“
(Junge Frau, die in Gmunden arbeitet)

Die Zielgruppen sind vielfältig!

- 1) Pauschalurlauber / Badeurlauber (20%),
- 2) Gewohnheitsurlauber (16%),
- 3) Kulturreisende (15%),
- 4) Familienorientierte Urlauber (14%),
- 5) Natur- und Outdoor-Urlauber (14%),
- 6) Fun- und Action-Reisende (11%),
- 7) Entdecker und Individualisten (10%)

Quelle: Institut für Sozialökologische Forschung, 2005

... welche Touristen sollen kommen?

Die wichtigsten Trends

- Nicht nur ein Urlaub pro Jahr (Mehrfachurlaub)
- Dauer pro Urlaub wird kürzer, aber intensiver
- Kurzurlauber geben mehr aus als Langzeiturlauber
- Nahtourismus wird populär
- Qualitätsanspruch steigt (auch 1-Stern hat Qualität!)
- Der Anteil der älteren und vermögenden Gäste steigt
- Die Nachhaltigkeitsideologie schwappt auch auf den Tourismus über

Die Schnittmenge aller Urlauber Typen



... sind die sogenannten

„LOHAS“

Lifestyle of Health and Sustainability

Trend: Gesundheit und Nachhaltiger Lifestyle



Der nachhaltige Konsument will sich **W-O-H-L-F-Ü-H-L-E-N!**

- Körper:** gesundes Essen, Bio, Entspannung, regenerieren, Ursprünglichkeit, ...
- Geist:** Inspiration, Gut-Mensch-Gefühl, faires Umfeld, Anregungen, positive Erfahrungen, No Stress, ...
- Seele:** intakte Natur, Ausbruch aus dem täglichen Leben, beflügelt sein, nicht ausgebeutet werden, Rast, Einkehr, ...

Stimmige Architektur und Raumerlebnis



Beispiel Boutique Hotel Stadthalle Wien, Familienbetrieb,
das erste Null-Energie-Bilanz-Hotel der Welt.

Die Zirbenhütten sind in den hohen Bergen zu Hause!

-10%
Green Bonus
Arrival by train or bicycle
[more Details](#)

Ausgefallene Angebot schaffen

- „Einwohner“ auf Zeit (Thema Viralmarketing)
- Radtouren für Behinderte
- Thema Keramik in allen Facetten
- Mythos Traunsee und Traunstein: Kraft der Natur
- Kulinarischer Genuss und Schmankerln aus der Region sind obligatorisch
- Ungewöhnliche Nächtigungsformen
- Sportevents mit Nachhaltigkeitsbezug
- Weg von der klassischen Samstag-auf-Samstag oder 12-bis-12 Buchung
-



Was ist nachhaltiger Tourismus?



Ein nachhaltiges Denken ist gefragt

- Qualitatives statt quantitatives Wachstum
- Werte statt Besucherfrequenzen
- Authentizität statt Show und Täuschung
- Ehrlichkeit statt Profitgier
- Stakeholderdenken statt Eigennutzen



Positionierung! Aber wie?

- Klare Vorstellung vom Wunsch-Touristen
 - wie reisen sie?, was sind ihre Interessen? was mögen sie und was nicht?, ...
- Einbeziehung aller Stakeholder
- Bestehende Gmunden-Konzepte auswerten
- Stärken von Gmunden bewusst machen
- Schräge und schrille Ideen zulassen und fördern
- Weg der kleinen Schritte
- Viralmarketing (Thema Kommunikation)
- Konsequente Umsetzung

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!



Harald Keck