

Produktblatt: Tourismus

Tourismusentwicklung – Wertschöpfung im ländlichen Raum

Das Thema

Der ländliche Raum weist an vielen Stellen höhere Potenziale für touristische Wertschöpfung aus, als derzeit realisiert werden. Sowohl durch Wecken von privatem Engagement als auch durch ein Zusammenspiel mit öffentlichen Stellen können neue Einkommensmöglichkeiten und verbesserte Lebensqualität erreicht werden.

Die Strukturen vor Ort und die individuellen Rahmenbedingungen stellen den zentralen Erfolgsfaktor für die Umsetzung von Investitionen im touristischen Bereich dar.

Die Einbindung von regionalen und lokalen touristischen Dienstleistern in die operative Umsetzung ist mit dem Augenmerk auf Kooperation zu gewährleisten. Die Finanzierung der Aktivitäten muss im Grunde, abgesehen von Anschubfinanzierungen z.B. durch Fördergelder, unabhängig gesichert werden.

Der Aufbau von Vermarktungsketten im ländlichen Raum hilft, breitere Wirkung zu erzielen.

Für eine touristische Vermarktung einzelner Kommunen sprechen vor allem die für den Tourismus allgemein konstatierten Trends. Diese weisen in Richtung auf kürzere aber häufigere Reisen, auf ein anspruchsvolleres Publikum und damit einhergehend auf einen höheren Bildungsanspruch. Geschichtslernen steht dabei hoch im Trend.

Neben der sehr guten Vorbereitung braucht das touristische Angebot die Kreativität der touristischen Dienstleister. Der regionale Bezug im Angebot, die Alleinstellung, das Besondere und die Konzentration auf Service und Qualität sind alternativlos.

Touristische Aktivitäten auf kommunaler Ebene sollten eine verbindliche, nachhaltige und wirtschaftlich vorteilhafte Zusammenführung von Ressourcen zum Ziel haben, um Kosten- und Effizienzsynergien zu realisieren. Voraussetzung dafür ist eine politisch getragene gemeinsame Entwicklungs- und Marketingstrategie.

Zielsetzung im Einzelnen kann sein:

- ◆ Optimierung der Tourismusorganisationen durch Stärkung und Institutionalisierung interkommunaler Zusammenarbeit
- ◆ Freisetzen von Mitteln für die Verbesserung von Infrastruktur, Marketing und Qualitätssicherung durch Schaffung von Synergien und Auflösung von Doppelstrukturen
- ◆ Erhöhung der Schlagkraft für Vermarktung und Vertrieb Nutzung der frei werdenden Ressourcen zur Verstärkung der Anstrengungen in Produktaufbereitung
- ◆ Qualitätssicherung, Gästeinformation und Service und damit: Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Regionen.

Die Vorgehensweise

- Sie vereinbaren mit uns ein unverbindliches Vorgespräch. Gemeinsam werden wir Ihre Ausgangslage und Ihre touristischen Potenziale analysieren und die Zielrichtung einer möglichen Zusammenarbeit klären.