

GZSZ Branchentalk Tourismus

- **Eigenvermarktung steigern**
- **Auslastung erhöhen**
- **Förderungen generieren**

26. April 2012 | 18:00 – 21:00 Uhr

Gründer- & Servicezentrum Fürstenfeld | Wallstraße 26 | 8280 Fürstenfeld

„Branchentalk heißt, miteinander reden und das werden wir heute machen“ – mit diesen Begrüßungsworten leitete Dr. Ludwig Ems, Geschäftsführer des Gründer- und Servicezentrums Fürstenfeld den „Branchentalk Tourismus“ ein.

Gemeinsam mit dem Steirischen Thermenland und in Partnerschaft mit Martina Riegler, Tourismus-Beratung und der BeziehungsFlow Consulting Group lud das Gründer- & Servicezentrum zu dieser interessanten Veranstaltung.



Folgende Situation wurde Dr. Ems, angeregt durch unsere Einladung, geschildert:

„Mein Mann und ich führen eine kleine Frühstückspension... Derzeit steht die Pension mehr leer, als dass Gäste kommen und unsere bisherigen Bemühung waren vergeblich... Weiters sind die Zimmerpreise in der Region generell sehr niedrig, dadurch bleibt für Werbemaßnahmen nicht viel übrig.“

In dieser Situation befinden sich viele Unternehmen unabhängig von ihrer Branche - und genau aus diesem Grund wurde dieser Branchentalk initiiert.

Im Branchentalk sollen viele Anstöße gegeben werden – die Umsetzung muss dann von den UnternehmerInnen selbst passieren.

Martina Riegler, MBA ist Spezialistin im Tourismusmarketing und hat mit Ihren **7 Marketing-Schritten** in Form eines Urlauber-Reisekoffers prägnant aufgezeigt worauf es beim richtigen Marketing ankommt. Man muss sich selbst folgende Fragen beantworten:

- 1) Was sind die Urlaubsmotive meiner Gäste?
Wellness, Landschaft, Herzlichkeit,...
- 2) Wie informieren sich meine Gäste über ihr Reiseziel?
90% vertrauen auf Empfehlungen, viele recherchieren im Internet,...
- 3) Was bieten wir an?
am Markt gut Positionieren,...
- 4) Was möchte ich erreichen?
Umsatzziele, Neue Kunden, Stammkunden, Gewinne,...
- 5) Wer ist meine Zielgruppe?
Wellnessurlauber, Familien, Sportler,...
- 6) Wie bestimme ich mein Marketingbudget?
Fixe Beträge, 3-5% von Gewinn, 10% von Umsatz, ...
Gutes Marketing muss nicht teuer sein (wenn kreativ oder genau geplant)
- 7) Welchen Marketingmix setze ich ein?
Online-Werbung, Zeitschriften, Kooperationen,...

Auch auf die Themen Internet, Kooperationen und Printmedien wurde näher eingegangen. Eine Homepage muss z.B. folgende Kriterien erfüllen:
informativ - einladend - übersichtlich - mit buchbaren Angeboten - Kontakt auf 1. Blick – suchmaschinenoptimiert

Weitere immer wichtiger werdende Aktivitäten im Internet sind:
Facebook, Google +, Google Add Words, Plattformen wie XING

Kooperationen können eine günstige Werbemaßnahme sein, nutzen Sie zum Beispiel folgende:

Tourismusverbände – Steiermark Tourismus – Angebotsgruppen mit Gruppenbudget – Marketingkooperationen – Gewinnspiele

Ein guter Tipp in Bezug auf Werbung in den Printmedien ist darauf zu achten wie der Vertriebsmarkt passiert:

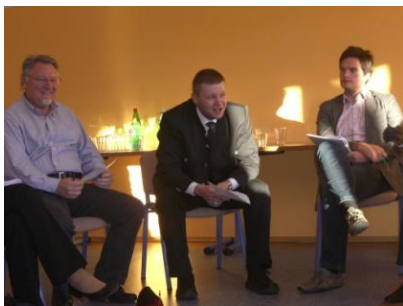
Kauf im Kiosk – Aussendung an Haushalte – Abos

Auf jeden Fall gilt, tragen Sie Ihre Gäste auf Händen und überraschen Sie sie, denn die Mund-zu-Mund-Propaganda ist die beste Werbung für Ihren Betrieb.

Ing. Norbert Paul Ulbing von der BeziehungsFlow Consulting Group brachte sein Konw-How über das bereits oben erwähnte Thema „Positionierung“ ein. Die **Positionierung** ist die Methode, wie man im Verdrängungswettbewerb gut leben kann.

Es gibt auch hier 7 Möglichkeiten um sich einzigartig zu positionieren:

- 1) der ERSTE sein
in welcher Hinsicht sind Sie beim Kunden die **Nr. 1**?
- 2) der FÜHRENDE sein
- 3) Ein besonderes Attribut (Eigenschaft) haben
Anhand des Best Practice Beispiels „Forellengasthof Joglland“
- 4) Die spezielle Herstellungsweise eines Produktes
auch ein Beispiel der Eigenmarke „Jobi“
- 5) Die Tradition eines Unternehmens
was ist unser Erbe, was bringt es dem Kunden?
- 6) Die letzte Version
was ist der letzte Schrei – diese Methode kann sehr kostenintensiv sein
- 7) Spezialistentum



Erich Tösch, stolzer Geschäftsführer des „Forellengasthofs Joglland“ stand uns an diesem Abend mit seiner Erfolgs-Story für Fragen und Antworten zur Verfügung.

Die Positionierung war absolut wichtig, um neue Kunden zu gewinnen, da sich die demografische Entwicklung stark auf seinen Kundenstock ausgewirkt hat. Mit seinen 15 Forellenteichen und der riesigen Auswahl an Forellengerichten war deutlich wie wichtig es ist auf sich aufmerksam zu machen. Herrn Tösch ist es gelungen sich bereits zum 5. Mal beim Steiermark-Frühling am Wiener

Rathausplatz zu behaupten und mit seinem Angebot auf sich aufmerksam zu machen. In 3 Jahren konnte mit dieser Positionierung eine Umsatzsteigerung von 50% erreicht werden. Definitiv steht fest, dass man viel Mut und Überwindung braucht, um solche Veränderungen nach vorne zu treiben.

Erwähnenswert ist die Vorgehensweise wie es zu dieser Positionierung gekommen ist. Bei einer Veranstaltung des Wirtschaftsbundes Weiz wurde das Programm **BiG – Besser in der Gruppe** der BeziehungsFlow Consulting Group vorgestellt. Dabei geht es darum in der Gruppe von der Gruppe zu lernen. Eine Gruppe UnternehmerInnen verschiedener Branchen setzt sich unter der Moderation eines Beraters zusammen und tauschen ihre Probleme aus. Es hat sich schnell herausgestellt dass die Unternehmen ähnliche Probleme unabhängig von der Branche haben und so das Lernen voneinander der Mittelpunkt war. Die Scheuklappen „Geheimnisse auszuplaudern“ sind gefallen und die Positionierung trat in den Vordergrund. Ein weiterer Vorteil dieser Methode ist die Teilung der Kosten dieser Maßnahmen.

Das Gründer- und Servicezentrum Fürstenfeld bietet nun allen interessierten Unternehmen die Möglichkeit an einer BiG - Maßnahme der BeziehungsFlow Consulting Group teil zu nehmen.

Eine herkömmliche Beratung zur Positionierung und Neuausrichtung kostet im Normalfall zwischen € 3.000,- und € 5.000,- - durch die Teilnahme an der gemeinsamen Beratung haben die TeilnehmerInnen einen Preisvorteil von mindestens 50%!

Das **geförderte Paket** wird wie folgt angeboten:

- ½ Tag Gruppenworkshop
- Individuelle Beratung
- Abschlussgespräch

um € 1.440,-

Was haben Sie davon?

- besseres Ergebnis als Standardberatung
- Know-How-Transfer mit anderen Unternehmen
- Professionelle Unterstützung von Unternehmensberater

Zusätzlich eine Förderung für dieses BiG-Programm für alle WK-Mitglieder mit € 1.000,- ; d.h. den TeilnehmerInnen kostet diese Maßnahmen nur mehr € 440,-.

Bei Interesse an diesem Programm stehen wir Ihnen im Gründer- und Servicezentrum Fürstenfeld gerne unter 03382/ 54321 oder office@gzsz-ff.at zur Verfügung.

