

## Strategisches Marketingkonzept Elbe-Elster-Land

### *Zusammenfassung*

**August 2009**



**inspektour GmbH**

**Büro Hamburg  
Osterstraße 124  
D-20255 Hamburg**

**Büro Meldorf  
Geschwister-Scholl-Straße 1  
D-25704 Meldorf**

**Büro Oldenburg in Holstein  
Neustädter Straße 26-28  
D-23758 Oldenburg in Holstein**

**+49 (0) 40. 414 388740  
info@inspektour.de  
www.inspektour.de**

**+49 (0) 4832. 988913  
sh@inspektour.de  
www.inspektour.de**

**+49 (0) 4361. 620700  
info@inspektour.de  
www.inspektour.de**

## Strategisches Marketingkonzept Elbe-Elster-Land

<b>Auftraggeber</b>	<b>Tourismusverband Elbe-Elster-Land e.V.</b> vertreten durch Frau Anke Richter Markt 20 D-04924 Bad Liebenwerda
Ansprechpartner	Anke Richter, Geschäftsführerin Telefon: +49 (0) 35341. 30652 E-mail: richter@elbe-elster-land.de
<b>Auftragnehmer</b>	<b>inspektour GmbH</b> Osterstraße 124 D-20255 Hamburg
Ansprechpartner	Petra Dehm, Projektleiterin Ralf Trimborn, Geschäftsführender Gesellschafter Telefon: +49 (0) 40. 414 388740 E-mail: petra.dehm@inspektour.de

Das vorliegende Strategische Marketingkonzept setzt Männer und Frauen im Sprachgebrauch gleich. Um jedoch den Lesefluss nicht zu stören, wird oftmals eine einheitliche meist männliche Begrifflichkeit verwendet.

Urheberrechtsvermerk:

Diese Ausarbeitung ist geistiges Eigentum der inspektour GmbH und ausschließlich für den Tourismusverband Elbe-Elster-Land e.V. bestimmt.

## Zusammenfassung Strategisches Marketingkonzept

Das Reisegebiet Elbe-Elster-Land muss sich auf die veränderten Rahmenbedingungen im Tourismus einstellen. Der Tourismusmarkt ist zum Käufermarkt geworden. Weitere Veränderungen stehen in den nächsten Jahren und Jahrzehnten v. a. durch den demografischen Wandel der Gesellschaft bevor. Zudem sind die Auswirkungen der derzeitigen weltweiten Wirtschaftskrise heute noch nicht abschätzbar.

Die Rahmenbedingungen im Destinationsmarketing haben sich ebenfalls gewandelt: Das Land Brandenburg versucht Zusammenschlüsse von Reisegebieten zu forcieren. In der Lausitz wird derzeit das Lausitzer Seenland als neue touristische Destination aufgebaut.

Das vorliegende Strategische Marketingkonzept legt, basierend auf einer Situationsanalyse und einer abschließenden SWOT-Analyse, die strategische Entwicklung des Reisegebietes Elbe-Elster-Land für die nächsten 3 bis 5 Jahre fest.

Es wird ein Zielsystem aufgestellt, das Oberziele und diesen zugeordnete Unterziele umfasst. Anschließend werden die Strategien zur Zielerreichung aufgezeigt. An diesen strategischen Teil schließt sich die Operationalisierung des Konzeptes an: Es werden die Bereiche ermittelt, in denen der Handlungsbedarf am größten ist und entsprechende Leitprojekte definiert, d.h. festgelegt WAS gemacht werden muss. In den Maßnahmenblättern wird dann die konkrete Umsetzung beschrieben, d.h. auf das WIE eingegangen.

Grundsätzlich soll am Tourismus im Landkreis Elbe-Elster festgehalten werden. Kernergebnis der Situationsanalyse ist, dass das touristische Produkt des Reisegebietes in vielen Bereichen verbesserungswürdig ist. Die Analyse der Wettbewerbssituation mündet in der Erkenntnis, dass das Elbe-Elster-Land allein nicht wettbewerbsfähig ist.

Das touristische Gesamtprodukt und die Wettbewerbssituation des Reisegebietes sollen verbessert werden, um weiterhin am touristischen Markt agieren zu können. Um diese Ziele zu erreichen, wird ein Zielsystem für das Elbe-Elster-Land aufgestellt.

**Anpassung an veränderte Rahmenbedingungen**

**Entwicklungen im Destinationsmarketing**

**Zielsetzung des Strategischen Marketingkonzeptes**

**Aufbau des strategischen Konzeptes inkl. Umsetzungshilfe**

**Weiterhin Tourismus im Elbe-Elster-Kreis**

**Verbesserungen: Gesamtprodukt und Wettbewerbsfähigkeit**

Als Oberziele für das Elbe-Elster-Land werden festgelegt:

- 🚩 Erhöhung der wirtschaftlichen Effekte durch den Tourismus
- 🚩 Verbesserung des Produktes Elbe-Elster-Land
- 🚩 Stärkere interregionale Zusammenarbeit

Diese werden mit korrespondierenden Unterzielen detailliert.

Unterziele im Bereich wirtschaftliche Effekte sind:

- 🚩 Sicherung und Ausbau von Arbeitsplätzen durch Tourismus
- 🚩 Sicherung und Erhöhung der direkten wirtschaftlichen Effekte
- 🚩 Sicherung und Erhöhung der indirekten wirtschaftlichen Effekte

Unterziele im Bereich Produktverbesserungen sind:

- 🚩 Konzentration auf 2 Themen
- 🚩 Steigerung der Qualität der bestehenden Produkte
- 🚩 Qualifizierung der touristischen Dienstleister
- 🚩 Optimierung der touristischen Organisationsstruktur
- 🚩 Einsatz öffentlicher Mittel/Ausschöpfung der Fördermittel
- 🚩 Verstärkte Zusammenarbeit der Leistungsträger

Unterziele im Bereich Zusammenarbeit sind:

- 🚩 Schaffung einer größeren Einheit (Reisegebiet)
- 🚩 Kooperation mit TMB/auf Landesebene
- 🚩 Singuläre länderübergreifende Kooperationen
- 🚩 Cross-Marketingpartner akquirieren

Abgeleitet aus dem touristischen Zielsystem wurde von inspektour eine sogenannte Strategie-Optionen-Box entwickelt, um die ausgewählten Strategien zur Zielerreichung darzustellen. Hierbei wurden die begrenzten Kapazitäten in den Bereichen Personal und Finanzen berücksichtigt.

Die Entwicklungsstrategien für das Elbe-Elster-Land sind: Stabilisierung und qualitatives Wachstum. Bezogen auf die Marktfelder gilt es mit den beiden Themen in den Hauptquellgebieten eine Marktdurchdringung zu erreichen sowie die Produktentwicklung bestehender Produkte weiter auszubauen. Das Marktareal bzw. Einzugsgebiet umfasst einen Radius von bis zu 2 Stunden, die Hauptquellgebiete sind Sachsen, Brandenburg und Berlin.

## Oberziele

**Steigerung der wirtschaftlichen Effekte durch den Tourismus**

**Verbesserungen des touristischen Gesamtproduktes**

**Ausbau der Kooperationen**

**Strategie-Optionen-Box**

**Entwicklungsstrategien:**

**Stabilisieren und qualitativ Wachsen**

**Bearbeiten der Hauptquellgebiete**

Aufgrund der fehlenden Wettbewerbsfähigkeit liegt die Zukunft des Elbe-Elster-Landes bezogen auf den Strategiestil in der interregionalen und intraregionalen Kooperation. Der Weg geht über eine Intensivierung der Kooperationen bis hin zur mittelfristigen Fusion bzw. Integration des Reisegebietes; empfohlen wird eine Orientierung Richtung Lausitz. Hinsichtlich der Positionierung des Produktes ist ein solides 3-Sterne-Niveau anzustreben.

Die inhaltliche Positionierung auf dem Tourismusmarkt sollte über die Themen Rad und Industriekultur erfolgen, die mit den Querschnittsthemen Natur und Kultur abgerundet bzw. aufgewertet werden.

Bei der Marktbearbeitung erfolgt die Ansprache der Zielgruppen über Themen. Es sollen zukünftig 2-4 Zielgruppen bearbeitet werden, wobei an den bisherigen Zielgruppen des Elbe-Elster-Landes festgehalten werden soll. Dies sind Erholungssuchende, Aktivurlauber in der Natur allgemein, Radurlauber sowie Kulturtouristen im Bereich Besichtigung von Industriedenkmalern und historischen Städten. Bezogen auf die Aufenthaltsdauer sind Kurzreisende und Tagesgäste die Hauptzielgruppen. Kundenpolitisch sollte sich das Elbe-Elster-Land zukünftig weiterhin auf die Kundenbindung sowie auf Neukundenakquisition auf den bereits bearbeiteten Quellmärkten konzentrieren.

Die Umsetzung der strategischen Entwicklung erfolgt über konkrete Leitprojekte, die für das Elbe-Elster-Land zukunftsrelevante Arbeits- bzw. Aufgabenfelder darstellen und für die touristische Entwicklung des Reisegebietes richtungsweisend sein sollen.

Die folgenden 4 Leitprojekte haben sich im Prozess herauskristallisiert:

- 🔗 Themenmarketing: Rad und Industriekultur
- 🔗 Qualitäts- und Optimierungsoffensive Elbe-Elster-Land
- 🔗 Verbesserung der internen und externen Kooperationen
- 🔗 Optimierung der Organisationsstrukturen

Zu allen Leitprojekten wurden Maßnahmenbündel erarbeitet, die der konkreten Umsetzung des strategischen Marketingkonzeptes dienen. Die zu diesem Zweck erstellten Maßnahmenblätter enthalten die notwendigen Angaben, um eine zügige Umsetzung zu ermöglichen. Die Umsetzung der Maßnahmen sollte unter Beibehalt und in Begleitung der bestehenden Projektgruppe

#### **Wettbewerbsstrategien:**

**Kooperation als Weg zur Wettbewerbsfähigkeit**

**Themenstrategie: Rad und Industriekultur**

#### **Kundenstrategien:**

**Festhalten an bisherigen Zielgruppen**

**Forcieren von Kundenbindung sowie Neukundenakquise in den Quellmärkten**

**Umsetzung: Wie können die strategischen Ziele erreicht werden?**

**Leitprojekte: Was ist zu tun bzw. in welchen Bereichen besteht Handlungsbedarf?**

**Maßnahmenbündel: Wie soll das Ziel konkret erreicht werden?**

erfolgreich in einem kontinuierlichen Entwicklungs- und Lernprozess erfolgen.

Die zusammengestellte Maßnahmensammlung ist jedoch kein Ersatz für die jährliche Marketingplanung, sondern bildet vielmehr den Rahmen dafür.

Die Zukunft des Elbe-Elster-Landes liegt darin, sich auf die Stärken zu konzentrieren, d.h. insbesondere die Themen Rad und Industriekultur zu bearbeiten sowie sukzessive die qualitative Verbesserung des touristischen Gesamtproduktes zu verfolgen.

Für das Reisegebiet gilt es daher, zukünftig Kooperationen und mittelfristig Zusammenschlüsse mit anderen Reisegebieten bzw. eine Integration in größere touristische Destinationen (siehe oben) zu verfolgen.

Gemeinsamer Wille, offene Kommunikation, Kontinuität und Durchhaltevermögen sind hierfür die wesentlichen Erfolgsfaktoren.

Die Weichen sind somit gestellt: Nun heißt es den festgelegten Weg zu beschreiten, um die gesetzten touristischen Ziele des Elbe-Elster-Land zu erreichen.

**Maßnahmen-  
sammlung Rahmen  
für jährliche  
Marketingplanung**

**Fazit: Die touristi-  
sche Zukunft des  
Elbe-Elster-Landes**

**Forcierung von  
Kooperationen und  
mittelfristig  
Fusionieren**

**Erfolgsfaktoren**