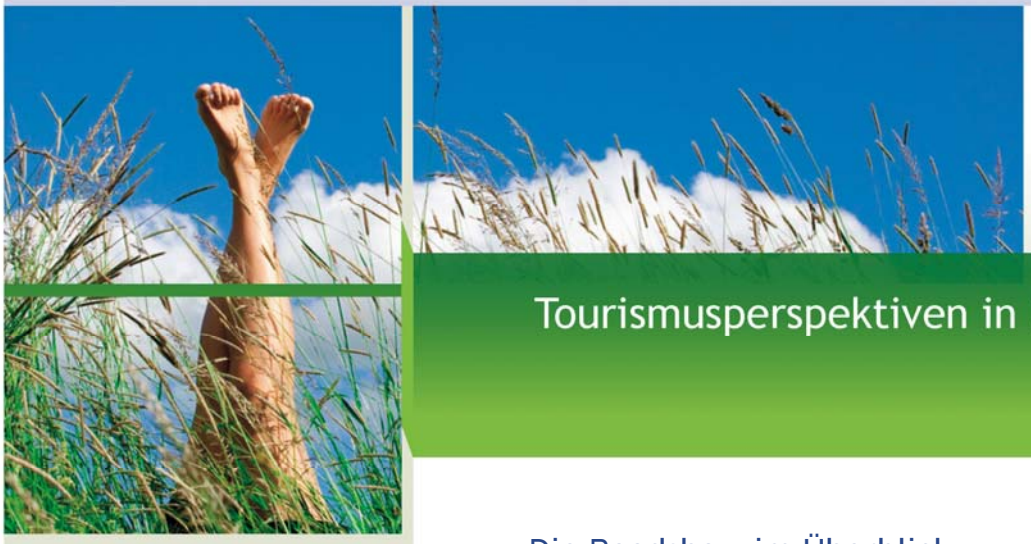

DRV Deutscher ReiseVerband

Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen

Die Roadshow im Überblick

Im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) und unter Trägerschaft des Deutschen ReiseVerbands (DRV) wurden gemeinsam mit einer Vielzahl Experten und Praktikern bis Januar 2013 die „Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen“ erarbeitet. Die Ergebnisse liegen als **Handlungsleitfaden** und **Kurzreports** zu zehn wichtigen Handlungsfeldern (siehe umseitig) vor.
Eine bundesweite Roadshow in ländlichen Regionen soll das Bewusstsein für die Potenziale und Erfordernisse auf breiter Basis steigern. Im Fokus stehen dabei die Information über die Handlungsempfehlungen und die Erarbeitung spezifischer regionaler Handlungsansätze bis hin zu einer maßgeschneiderten Agenda gemeinsam mit den Akteuren vor Ort.

Eckdaten

- **Durchführungszeitraum:** 10 Veranstaltungen von Juli bis Dezember 2013
- **Dauer:** halbtägig, ca. 4 Stunden
- **Teilnehmer:** bis zu 50 Vertreter landesweiter/regionaler/lokaler Tourismusorganisationen, Projektträger sowie Leistungsträger, Tourismusbeauftragte der Verwaltungen, Vertreter tourismusnaher Bereiche und Branchen (z. B. Nationale Naturlandschaften, Landwirtschaft) u. a.
- **Inhalte:** Impulsreferat zu den Projektergebnissen, zwei Workshopsequenzen für bis zu fünf ausgewählte Handlungsfelder regionaler Relevanz, Fazitdiskussion und Ableitung von Handlungsprogrammen/Leitprojekten/To-Do-Listen; weitere Inhalte individuell abstimmbar
- **Methoden:** Impulsreferate, Workshops – z. B. als World Café-Sessions, Kleingruppen, Brainstormings, Plenumsdiskussionen (in Abstimmung mit Ausrichtern)
- **Ausrichter:** Touristische Landesmarketingorganisation/Landestourismusverbände, Destination Management Organisationen (regionale Tourismusverbände usw.), regionale Industrie- und Handelskammern bzw. gemeinsame Ausrichtung durch mehrere Organisationen
- **Veranstaltungsdurchführung:**
  Inhaltlich: DRV/PROJECT M (Abstimmung mit ausrichtender Organisation, Präsentation und Moderation der Projektergebnisse und Workshops,)
  Organisatorisch**:** ausrichtende Organisation/en (u. a. Bereitstellung der Tagungsörtlichkeiten inklusive Technik, Erstellung und Versand der Einladungen, Teilnehmermanagement, Organisation evtl. Rahmenprogramme, Catering usw.)
- **Veranstaltungskosten:** Kosten für Präsentation und Moderation übernimmen BMWi/DRV; Kosten für Veranstaltungsorganisation übernimmt der/die Ausrichter

Stand: 20.06.2013

Kontakt und Information

Bei allgemeinen Fragen und Informationen zum Projekt:

Projektträger:
Deutscher ReiseVerband e. V. (DRV)
Susanne Ziegler
Schicklerstraße 5-7
10179 Berlin
030- 28 40 6 - 40
ziegler@drv.de
www.drv.de

Bei Fragen zur Durchführung und Beteiligung an der Roadshow:

Durchführer:
PROJECT M GmbH
Hagen Melzer
Tempelhofer Ufer 23/24
10963 Berlin
030- 21 45 87 - 14
hagen.melzer@projectm.de
www.projectm.de

Das Projekt im Netz:
www.tourismus-fuers-land.de
info@tourismus-fuers-land.de

Download Handlungsleitfaden und Kurzreports:
www.tourismus-fuers-land.de

oder beim BMWi
www.bmwi.de/DE/Mediathek/publikationen,did=546280.html

Gefördert durch:

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Projektdurchführung:
PROJECT M

in Kooperation mit
NIT

Tourismus in ländlichen Räumen: Die Handlungsfelder

Die Projektergebnisse zeigen: Ländliche Tourismusentwicklung hat dann Erfolg, wenn sie sich „systemrelevanten“ Erfordernissen statt Strategien für einzelne Angebotssegmente widmet. Für zehn Handlungsfelder wurden Schlüsselstrategien und Erfolgsfaktoren u. a. anhand von ca. 450 besten Praxisbeispielen ermittelt und in Handlungsempfehlungen und Checklisten übersetzt:

Nachhaltige touristische Entwicklung ländlicher Lebensräume: Mit Blick auf Strukturwandel der Landwirtschaft, Energiewende, Klimawandel und Abwanderung gewinnen gesamtregionale Visionen der Standortentwicklung und Identitätsbildung und deren Anwendung auf die touristische Wertschöpfungskette an Bedeutung.

Organisationsstrukturen: Die Tourismusorganisationen sind aufgabenorientiert zu strukturieren und finanzieren. Sowohl vertikale als auch horizontale Strukturen sichern die Handlungsfähigkeit. Eine verbindliche Einbindung touristischer Leistungsträger in die Tourismusfinanzierung gewinnt an Bedeutung.

Netzwerke und Kooperationen: Diese besitzen Schlüsselfunktion bei der Verlängerung von Wertschöpfungsketten kleiner Unternehmen. Verbindliche horizontale, vertikale und zunehmend laterale Kooperations- und Netzwerkmodelle müssen sich aus den gemeinsamen Aufgaben ableiten und auf stabiler Finanzierung bzw. Gewinnorientierung basieren.

Fachkräftesicherung und -professionalisierung: Das Thema besitzt strategische Relevanz und ist daher von den DMO und regionalen Partnern auch branchenübergreifend zu bearbeiten. Einzelbetriebliche Maßnahmen sind weiterhin notwendig.

Infrastruktur: Die Herausforderung besteht in nachhaltigem Betrieb öffentlicher Angebote ebenso wie im Abmildern des Investitionsstaus im privaten Sektor. Entscheidend ist der Mix aus Innovationsorientierung in Anlagen und Wegeinfrastruktur, Aufbau von Kristallisationspunkten und aktivem Standortmarketing.

Produktinszenierung: Auf allen Ebenen herrscht eine enorme Vielfalt oft austauschbarer Produkte. Storytelling und Themeninszenierung sind der Schlüssel für profilierende Erlebnisqualität einzelner Produkte und regional vernetzter Angebote z. B. an touristischen Wegen.

Kommunikation und Vertrieb: Die Rolle der DMO wird sich ändern – weg vom aktiven Part, hin zur regionalen Koordination der Vertriebsaktivitäten. Neue Technologien und die „digitale Destination“ binden auch kleine Anbieter ein. Eine umfangreiche Qualifizierung aller Akteure ist erforderlich.

Markenbildung: Für mehr Vertrauen beim Gast, Sicherheit für Unternehmer bzw. Partner und Effizienz im Marketing können Marken auf allen Ebenen wirken. Optimierungsbedarf besteht klarer Markenversprechen und stringenter Markenführung.

Mobilität: Erreichbarkeit für Gäste und Einheimische ist Grundlage für Tourismus. Öffentliche Alltags- und Freizeitmobilität sind dabei grundsätzlich verzahnbar. Leistungsträger können in die Finanzierung einbezogen werden und „grüne“ Mobilität als Mehrwert ins Produkt integrieren.

Barrierefreiheit: Die Zukunft gehört regionalen Entwicklungsansätzen, die barrierefreie Angebote in starke Marken- und Themencluster integrieren.

Stand: 20.06.2013

Impressum

Deutscher ReiseVerband e.V. (DRV)
Schicklerstraße 5 - 7
10179 Berlin
info@drv.de
www.drv.de