

**Der Gast erzählt
die Geschichte.
Wir gestalten
sie.**

Impuls zum 2. Thüringer Destinationstag

Ilmenau 11.09.2023



VITA

- In Thüringen geboren – in Sachsen laufen gelernt
- Seit über 30 Jahren in der Touristik tätig
- viele Seiten im Tourismus gelesen
- 2008 Gründung von Sachsenräume
- 2021 Gastdozent an der Hochschule Zittau/Görlitz
- 2022 ausgebildeter Biersommelier
- Workshops Produkte & Kreation



Wir Sachsenträumer

- Reiseveranstalter & Erlebnisgestalter
- abseits ausgetretener Pfade
- Regionalität als Aushängeschild
- Über 65 Produkte
- Individualausflüge & Firmenincentives
- einheimische Genießer & Entdecker in unserem Fokus
- Wir sind Perlentaucher



Unsere Werte - Leuchtturmprinzip

- Bodenständigkeit
- natürlich & authentisch
- Manufakturcharakter
- perfekt unperfekt
- kreativ
- Premiumqualität
- am richtigen Ort zur richtigen Zeit
- bewusst wahrnehmen



Zielgruppe kennen – Wer ist unser Wunschgast?

- Für **WEN** wollen wir Angebote schnüren?
- Unterschiede & Bedürfnisse zwischen den verschiedenen Zielgruppen kennen
 - Firmenkunde vs. Privatkunde
 - Reisendes Pärchen vs. entdeckerrfreudige Familie
 - Klassische Touristen von "weit her" vs. unternehmungsfreudige Einheimische
- hilfreich: Persona-Methode
 - Persona = fiktiver Vertreter Ihrer Zielgruppe und Nutzer Ihres Produktes
 - Name / Alter / Herkunft / Ausbildung und Beruf / Familienstatus / Lifestyle / Hobbys und Vorlieben / Werte / Mediennutzung / Wünsche?
 - Bitte beziehen Sie neben Sinusmilieus auch den **Lifestyle** des Wunschgastes ein

Zielgruppe kennen – Wer ist unser Wunschgast?

B2C

- Ø Alter 55 Jahre
- Verheiratet oder Lebensgemeinschaft
- 2 Kinder, Studium
- Genuss im Vordergrund, kein Wunsch zum Luxus
- Individuell, irgendwie doch an der Hand
- Themen Nachhaltigkeit & Bildung
- Anstieg gesundheitsbewusstes Reisen und Entdecken



Zielgruppe kennen – Wer ist unser Wunschgast?

B2B

- Umkreis von ca. 300km
- Mitarbeiterzentrierte Unternehmen
- Wertschätzung gegenüber Dienstleistung
- Möchte Zeit abgeben und Betreuung gewinnen
- Mittelstand mit Ø 60 Teammitglieder
- Nachhaltige Themen für das Unternehmen



Vom Geistesblitz zum Erlebnis – kreative Produkte & Angebote entwickeln

- **WARUM** wollen wir Pauschalen anbieten? Was sind unsere Ziele und Strategien?
- Beispiele für Ihre Ziele
 - Wir bieten TOP-Qualität oder Wir wollen die Qualität steigern
 - Der neue Radweg soll mit buchbaren Angeboten gefüttert werden
 - Die Nebensaison soll attraktiver und damit zu Saisonverlängerung beitragen
 - Kleinere regionale Anbieter sollen in einem Arrangement sichtbar gemacht werden

Trends für die Produktentwicklung aufspüren

- Steigendes Bedürfnis nach Abwechslung und Erlebnissen
- Regionalität (mein Zuhause – meine Heimat)
- Authentizität
- Individualismus
- Slow Tourism (Zusammenfassung zw. Langsamkeit + Nachhaltigkeit, Sinnhaftigkeit + Sinnlichkeit)
- demografischer Wandel (wir werden immer aktiver und Lebenserwartung steigt)
- Reisen werden spontaner + kürzer + öfter
- **Nachhaltigkeit**
- **Digitalisierung**
- **KI**



Inszenierung des Erlebnisses

- klassische Touristen suchen die klassische Highlights Ihrer Region
 - Bekannt durch Funk & TV oder ständiger Bildkommunikation
 - Eisenach = Wartburg
 - Weimar = Schiller + Goethe / Bauhaus
 - Dresden = Frauenkirche & Semperoper
 - Einheimische wollen Highlights UND abseits der Trampelpfade unterwegs sein
 - lassen Sie Gäste Ihre Regionalität als Stärke wissen
 - Warum nicht mit Superlativen?
 - finden Sie die Alleinstellungsmerkmale Ihrer Region, Ihrer Leistungsträger und Ihrer Produkte
- Beispiel Braumeisters Dampfzug



Inszenierung des Erlebnisses

- der 36. Radausflug sollte das Besondere haben
- Spinnen Sie ruhig! Haben Sie Mut dazu 😊
- Nutzen Sie Kreativprozesse und Ideenfindungstechniken
 - Eine Variante „Design Thinking“
- Verbinden Sie Leistungen dramaturgisch, wie ein Theaterstück
 - Vorspann – Akt – Höhepunkt – Abspann
- erzählen Sie Geschichten & Anekdoten
 - Zahlen & Co. führen zur Gastmüdigkeit
- achten Sie auf einen gelungenen Aktiv-Passiv-Rhythmus
- Homogenes Qualitätsniveau oder besser Steigerung
 - → **HERAUSFORDERUNG 2023**



Schön das wir uns gefunden haben Kooperation zwischen RVA und Destinationen

- für das Finden der Perlen ist ein Netzwerk unabdingbar
- Wir profitieren von Ihrer Vor-Ort-Kenntnis
- Sie sind der Regionalprofi, wir der Verbinder
- Fühlen Sie sich als Produktgestalter vs. Ideenverwalter
- Wir benötigen Leuchttürme ebenso, wie die Versteckten / Unsichtbaren
- Tourismus ist vielfältig
- Prüfung der Leistungsfähigkeit der Leistungspartner (Gruppengröße vs. Leistungsgröße)



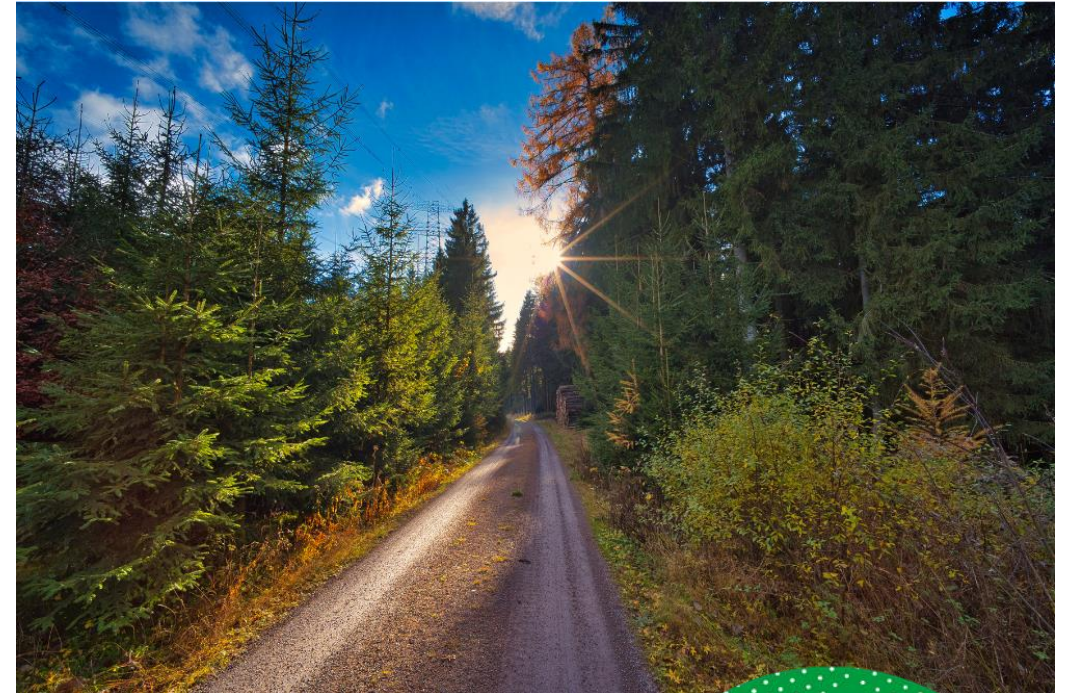
Schön das wir uns gefunden haben Kooperation zwischen RVA und Destinationen

- Schon während der Produktfindung
„Für wen wäre dies geeignet /
interessant“ (Wunschgast)
- Regionen (Leistungsträger) schaffen
neuer Reiseanlässe
- Nutzen Sie die Zielgruppe des RVA
- Passen Ihre Wunschgäste zum RVA?
- Analyse Ihrer Rahmenbedingungen
 - Was mit welchem Erfolg?
 - Gibt es schon Produkte?
 - Neue Anreize / Produkte schaffen
 - Stärken und Schwächen



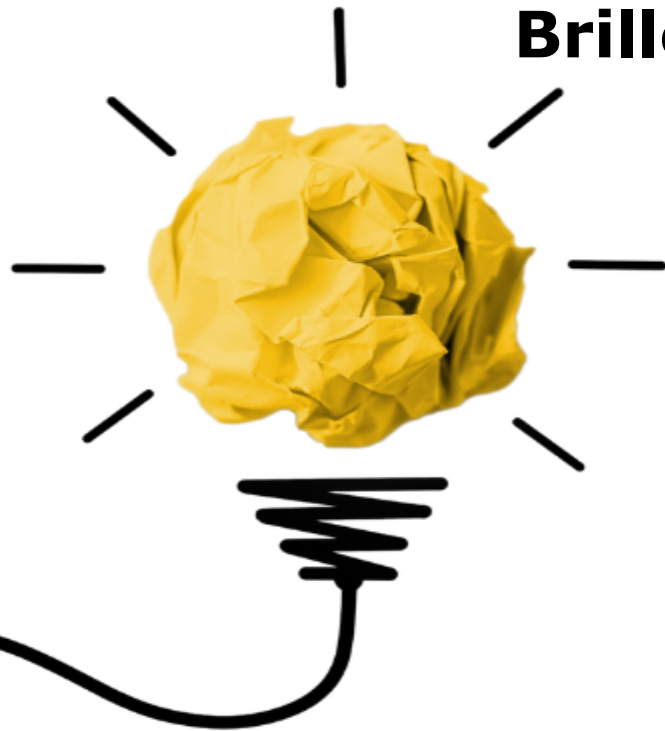
Schön das wir uns gefunden haben Kooperation zwischen RVA und Destinationen

- Erzählen Sie uns Ihre Geschichte
 - (FAM Trips, Newsletter, Roadshows)
- Vermarktungsplattform für Produkte
- Bausteinkasten
- Organisation des Austausches zwischen LT´s und RVA´s
- Oftmals mittel – bis langfristige Planungen beachten
- Gutes Bild- & Tonmaterial
- Unterstützung bei Redaktion



WARUM sollten wir mit den Gästen dorthin?

Brille der Einheimischen aufsetzen



Wird aus dem Kaffeesachsen der neue Ostfriesentee?



**Vielen Dank für
Ihre
Aufmerksamkeit**

**Sachsenträume Reise- & Veranstaltungen GmbH
Könneritzstraße 11
01067 Dresden
www.sachsen-traeume.de**

