

Das Projekt „Zukunft Tourismus“ und seine aktuelle Umsetzung

Der Gast interessiert sich nicht für die Grenzen von Tourismusverbänden – deshalb hat IDM Südtirol diese durch Erlebnisräume ersetzt. Diese bauen auf jene Themen auf, die der Gast im jeweiligen Gebiet erleben kann. Die Entwicklung der Erlebnisräume erfolgte in enger Kooperation mit den Tourismusverbänden oder -vereinen und ist nun abgeschlossen.

Neben den Erlebnisräumen gibt es in Südtirol für bestimmte Gebiete oder Orte weiterhin Regionalmarken. Aktuell wird festgelegt, welche Regionen oder Orte zukünftig den Status einer Regionalmarke führen werden. Dieser Prozess erfolgt auf Grundlage eines klaren Kriterienkataloges und wird noch einige Wochen beanspruchen.

Parallel dazu erarbeitet das IDM-Brandmanagement eine neue Systematik für eine optimale Koppelung der Dachmarke Südtirol mit den regionalen Destinationsmarken. Dazu gehört auch ein neues Konzept für Drucksorten, sowie eine für den Gast nachvollziehbare Absendersystematik. Dabei wird geklärt, ob morgen ein Ort, eine Region oder ein Erlebnisraum mit dem Gast „spricht“. Die Entwicklung einer optimalen Darstellung aller Erlebnisräume und Regionalmarken im Internet ist längerfristig ausgelegt und soll in maximal drei Jahren abgeschlossen sein.

Bereits jetzt wird an einer abgestimmten Vermarktung Südtirols mit den einzelnen Regionalmarken, Erlebnisräumen und Themen ab dem Jahr 2018 gearbeitet. Es werden konkrete Kooperationsangebote für Tourismusvereine und andere Leistungsträger wie etwa Skigebiete entwickelt, die in das Gesamtmarketingkonzept für Südtirol integriert sind.

Nach dem erfolgreichen Abschluss eines öffentlichen Stellenwettbewerbs stellt IDM-Südtirol in diesen Tagen 48 neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein. Dafür haben sich 39 Personen qualifiziert, die bislang bei Tourismusverbänden tätig waren. Alle neuen Mitarbeiter werden ab 1. Januar 2018 in den sechs IDM-Außenbüros Bruneck, St. Christina, Brixen, Bozen, Meran und Glurns ihre Tätigkeit aufnehmen. Ihnen stehen die drei Destinationsmanager Mirjam Lanz, Mattia Filippin und Kurt Sagmeister vor. Mattia Filippin wird seine Position am 25. August antreten, während Mirjam Lanz und Kurt Sagmeister bereits seit Anfang des Jahres 2017 am Projekt „Zukunft Tourismus“ mitarbeiten.

Für die maximale Mobilität der Mitarbeiter entwickelt die IT-Abteilung der IDM gegenwärtig ein mobiles Bürokonzept, das es jedem Mitarbeiter ermöglicht, von jedem Standort aus mit dem Laptop in das IDM-Netzwerk einzusteigen. Damit sind die Mitarbeiter äußerst flexibel und können auch physisch vor Ort bei den Leistungsträgern sein.

Die IDM-Abteilung Communication (zukünftig Abteilung Marketing) wird dafür sorgen, dass die Zusammenarbeit mit den Außenstellen und den lokalen Partnern wie Tourismusvereine, Skigebiete, Veranstalter, etc. effizient und effektiv erfolgen kann.

Derzeit wird ein Schulungsprogramm für alle neuen Mitarbeiter entwickelt, damit allen dieselben Instrumente zur Verfügung stehen und alle nach denselben Parametern arbeiten.

Ziel aller Maßnahmen ist es, die Erfahrung und das praktische Wissen der Leistungsträger vor Ort mit dem Marketing Know-how der IDM zu verbinden. Damit gelingt es, die Dachmarke Südtirol als Ganzes, sowie deren einzelnen Produkte und Angebote optimal weiterzuentwickeln und zu vermarkten. Schließlich werden sich die Leistungsträger vor Ort mit jenen Produkten und Marketingstrategien identifizieren, an deren Entwicklung sie selbst teilgenommen haben.