

AlpNet: Der Alpentourismus bündelt seine Kräfte



l2r: 1: Maurizio Rossini (Trentino Turismo), Josef Margreiter (Tirol Werbung), Gaudenz Thoma (Graubünden Ferien) l2r: 2: Marco Pappalardo (Südtirol Marketing), Harry John (BE! Tourism), Uli Rubner (Südtirol Marketing), Marcel Perren (Luzern - Vierwaldstättersee), Damian Constantin (Valais Promotion) Nicht im Bild: Marc Bechet (Rhone Alpes Tourisme)

Credit: AlpNet
Fotograf: pro.media

Utl.: Acht führende alpine Tourismusorganisationen setzen konkrete Initiativen =

Berlin (TP/OTS) - Neu beauftragte Studien zum Wintersport und zu Bike-Angeboten sollen Handlungsfelder für die Stärkung der Ganzjahresdestination Alpen aufzeigen. Ab 2016 werden zudem Märkte in Asien und Südamerika gemeinsam bearbeitet. Die Fachtagung theAlps 2015 mit angeschlossenem Handelsraum findet heuer von 7. bis 8. September in Val di Fassa im Trentino statt und widmet sich dem Trendthema "Biken im Alpenraum".

Wirtschaftliche Krisenszenarien und unvorhersehbare Ereignisse - instabile Rahmenbedingungen sind für den Tourismus schon fast normal geworden. Kriegerische Auseinandersetzungen vor der europäischen Haustüre, extreme Währungsschwankungen bei Rubel und Schweizer Franken, Wetterkapriolen und klimatische Veränderungen und nicht zuletzt Gäste, die kurzfristiger buchen und auf der Jagd nach "Schnäppchenpreisen" sind - das sind nur einige der Herausforderungen, mit denen sich die Branche auseinandersetzen muss.

Für den europäische Alpentourismus ist das rasche Reagieren auf diese Herausforderungen besonders wichtig: Mit rund 375 Mio. Übernachtungen pro Jahr zählen die Alpen zu den tourismusintensivsten Regionen der Welt - eingebettet in ein geografisch und klimatisch besonders sensibles Umfeld. Fakt ist: Gemessen an den rasanten Zuwächsen im Welttourismus stagniert der Alpenraum derzeit im Wettbewerb der internationalen Destinationen.

Mit der Gründung von AlpNet haben sich acht der führenden Tourismusorganisationen in den Alpen entschieden, den globalen Herausforderungen gemeinsam zu begegnen, und so den Alpentourismus in all seinen Facetten zu stärken. Für die nahe Zukunft liegt der Fokus auf vier Themenbereichen, die für alle Destinationen gleichermaßen von Bedeutung sind: Die Zukunft des Wintersports, neue Attraktivität für den Alpensommer, Nachhaltigkeit und Wertschöpfung sowie neue Märkte für den Urlaub in den Alpen.

Zwtl.: AlpNet-Winterstudie - Produkte und Marketing sollen neu gestaltet werden

Der Wintersport hat als "Jahrhundertglück" mit seinen Pionierleistungen die erfolgreiche Entwicklung des Alpentourismus nachhaltig positiv geprägt. Experten sind sich einig, dass gesellschaftlicher wie klimatischer Wandel und schwindende wirtschaftliche Ressourcen bei den Haushaltseinkünften neue Anforderungen stellen. Um wertschöpfungsstarke Wintersaisonen als Basis für einen prosperierenden Alpentourismus auch künftig zu ermöglichen, sind innovative strategische Allianzen der wichtigsten Alpenländer von zentraler Bedeutung.

In diesem Bewusstsein setzt AlpNet eine Initiative, um Produkte und Marketing an veränderte Rahmenbedingungen marktgerecht anzupassen. Aktuell wird eine umfassende Forschungsarbeit zum Thema Wintersport in den Alpen in Auftrag gegeben, die im Herbst 2016 anlässlich der geplanten Fachveranstaltung "theALPS" in Tirol präsentiert wird. AlpNet-Präsident Josef Margreiter bringt die Anforderungen auf den Punkt: "Wir erleben bereits einen sehr heterogenen Mix der Kundenwünsche. Damit der Wintertourismus weiterhin Erfolgsmotor für unsere Alpendestinationen bleibt, brauchen wir klare Handlungsempfehlungen: Welche Gäste sind es, die zukünftig Winterurlaub in den Alpen machen möchten? Welche Produkte entsprechen dem Lebensstil dieser Menschen? Wo treffen wir diese Kunden vom morgen? Und wie können wir sie an uns binden? AlpNet hat es sich zur Aufgabe gemacht, hier fundierte, auf breiter Basis erarbeitete Ergebnisse zu generieren, mit denen sich die Touristiker der Alpen für die Zukunft rüsten können. "

Zwtl.: Alpine Bike-Angebote - konkreter Wachstumsimpuls für den alpinen Sommer

Aber auch um den Sommer in den Alpen attraktiver zu gestalten, sind

zusätzliche Angebote nötig. Hier setzt AlpNet heuer mit dem Thema Biken einen Schwerpunkt, von dem sich Fachleute einen zentralen Impuls für Wachstum im alpinen Sommertourismus versprechen. Internationale Studien - etwa für die Region Whistler und Vancouver - belegen die wirtschaftlichen Effekte. Die Region gilt weltweit als führend im Biketourismus und hat sich schon seit 20 Jahren dieser Zielgruppe verschrieben. 20 % der nicht dort wohnhaften Biker bleiben bei einem Bike-Besuch auch als Nächtigungsgast in der Region. Sie bleiben durchschnittlich 4,8 Nächte und bestehen aus Gruppen zu 2,8 Personen. Insgesamt generierten die Trail-Biker in der Region 10.3 Mio. Dollar an Ausgaben in nur einem Sommer. Wird der Whistler Bikepark miteinberechnet, steigt die Summe auf 38 Mio. Dollar. Und auch Studien in Deutschland belegen die steigende Bedeutung dieses Segments: Rund 5 Mio. Deutsche planen derzeit Radreisen mit mindestens einer Übernachtung.

Trotz ermutigender Resonanzen und wirtschaftlicher Erfolge rund um einzelne alpine Bikeparks und Rad-Events zeigen sich derzeit noch latente Unsicherheiten bei vielen Tourismus-Verantwortlichen rund um die Fragen: Was soll nun konkret angeboten werden? Welche spezifischen Angebote versprechen Erfolg? Und wie lassen sich potentielle alpine Rad-Urlauber erreichen?

Für eine strategische alpenweite Entwicklung von Bike-Angeboten fehlte bislang fundiertes, für die Praxis aufbereitetes Datenmaterial. Hier setzte AlpNet mit einem Forschungsauftrag an: Aktuell erstellen die universitären Einrichtungen EURAC und Trentino School of Management eine Studie, die das Marktpotenzial des Radtourismus für den alpinen Tourismus definiert und Handlungsempfehlungen für die Produktentwicklung ableiten. Um größtmöglichen Nutzen für die Praxis zu schaffen, werden mögliche Vertriebswege und Best-Practice-Beispiele ebenfalls vorgestellt. Die Ergebnisse werden im September anlässlich von "theALPS" (7. / 8. September) in Val di Fassa im Trentino präsentiert.

Zwtl.: Stabilisierung der Wertschöpfung - durch gemeinsame Marktbearbeitung

Einmal mehr bestätigten die Wechselkursschwankungen der jüngsten Vergangenheit, dass gerade das hochqualitative Angebot der Alpen sich nicht über den Preis definieren kann und ein möglichst breiter Mix an Herkunftsmärkten für eine stabile Wertschöpfung von zentraler Bedeutung ist. Hier verfolgt AlpNet zwei Strategien:

Einerseits werden künftig im theALPS Handelsraum in erster Linie Einkäufer und Produktmanager zugelassen, die nicht ausschließlich über den Preis verkaufen, sondern ein solides Preis-Leistungsverhältnis anbieten und Wert auf Produktinnovationen legen. Andererseits arbeitet AlpNet an einer Strategie, den Alpenraum auf neuen Herkunftsmärkten gemeinsam zu bewerben. Derzeit werden fundierte Analysen verschiedener Quellmärkte durchgeführt, wie z. B. China, Korea oder auch für südamerikanische Länder. Erste gemeinsame Marketingaktivitäten von AlpNet sind hier bereits für 2016 geplant. Unisono bestätigen die AlpNet-Partner, dass gerade auf diesen Märkten nur ein gemeinsames Engagement Erfolg verspricht.

Maurizio Rossini, Geschäftsführer Trentino Marketing, erklärt: "Wir präsentieren uns seit einiger Zeit auf ausgewählten Überseemärkten. Die Erfahrung zeigt uns jedoch, dass mit zunehmender Entfernung zwischen Herkunftsort und Urlaubsort eine Destination alleine nur schwer die gewünschte Aufmerksamkeit erreicht. Wir sind daher überzeugt, dass eine gemeinsame alpine Präsenz in Fernmärkten für alle Partner ein großes Plus in den Ergebnissen erzeugt und wir gemeinsam das Produkt ‚Alpen‘ wesentlich besser transportieren und in Folge verkaufen können."

Zwtl.: Über AlpNet

Aktuell stehen acht führende Tourismusregionen des europäischen Alpenraums hinter der Initiative - BE! Tourism, Graubünden Ferien, Luzern-Vierwaldstättersee, Rhône -Alpes Tourisme, Tirol Werbung, Trentino Turismo, Südtirol Marketing, Valais Promotion haben sich unter dem Dach des Vereins AlpNet zusammengeschlossen. Die Mitglieder von AlpNet repräsentieren mit 245,3 Mio. Nächtigungen rund 66% der 375 Mio. Nächtigungen im Alpenraum.

Eine der ersten AlpNet-Initiativen stellt die internationale Tourismusfachveranstaltung theALPS dar. 2011 wurde theALPS erstmals auf Initiative von Tirol im Schulterchluss mit anderen führenden Alpenregionen mit theALPS Handelsraum, theALPS Symposium und theALPS Award in Innsbruck ausgetragen. 2013 übernahm der AlpNet-Partner Rhône Alpes Tourisme (Frankreich) die Gastgeberrolle. 2014 wanderte die Veranstaltung erstmals nach Graubünden in die Schweizer Alpen, 2015 ins Trentino (Italien).

~

Rückfragehinweis:

AlpNet General Secretariat
c/o HaasMarketing
Maria-Theresien-Straße 3
A-6020 Innsbruck
office@the-alps.eu

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/11401/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0235 2015-03-05/17:19

051719 Mär 15

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20150305_OTS0235