DMO-Stakeholder-Management in der Praxis (04.05.2020, 2. Zukunftstag für Destinationen)

Beteiligte

- Moderation: Andrea Schneider (Tourismuszukunft - Realizing Progress)
- Daniel Sebastian Menzel (Tourismusverband Fläming)
- Manuel Bitschnau (Montafon Tourismus)
- Alana van Heek (Spessart Tourismus)
- Oswald Pehel (Tourismus Oberbayern München)
- Jens Hornung (Chiemgau Tourismus)
- Dokumentation: Kristine Honig (Tourismuszukunft - Realizing Progress)

Strukturen

- eigenständige Stelle für Stakeholder Management (Spessart)
- 7 Tage die Woche erreichbar (Montafon)

Generell

- Bereits bestehende Initiativen weiter nutzen (Fläming)
- Bereits bestehende Ideen aktuell „einfach" umsetzen, z.B. Vertrieb von Pauschalen (Spessart)
- Weiterführen von Sponsorings für positives Tourismus-Image (Montafon)
- Zunahme von Digitalisierung (Spessart)
- Datenschutzkonformität wichtig (Montafon)
- Neue Aufgaben bei der Unterstützung der Akteure bspw. zentrale Maskenbeschaffung (Chiemgau)
- Krise als Chance auch für Nachhaltigkeit ansehen, z.B. via Fördermittel

Kommunikation nach innen (Gastgeber*innen)

- Zusammenfassung der Informationen diverser Verbände (Montafon, Oberbayern)
- Living paper (Google Doc) für aktuelle und spezifische Corona-Infos, inkl. Datum des aktuellen Stands (Fläming)
- Living paper (Google Doc) für aktuelle und spezifische Corona-Infos inkl. auch Öffnungszeiten von Geschäften etc. (Montafon)
- Klar definieren, wer wie oft und worüber angesprochen wird, bspw. geldgebenden Stakeholdern tiefergehende Infos zur Verfügung stellen (Montafon)
- Einsatz diverser Kanäle zur Kommunikation: Print-Produkt Magazin, eigene Facebook-Gruppe, täglicher Newsletter... Auf die Zielgruppe zugeschnitten + verständlich aufbereitet (Montafon)
- Nutzung bereits bestehender Plattformen, statt alles neu aufzusetzen -> Tourismusnetzwerk Hessen (Spessart)
- Feedback an Wirtschaftsministerien / Fördermittelgeber etc. (Oberbayern)
- Schulungen: komplett als Webinare angeboten - Digitalisierungsoffensive EchtDigital (Oberbayern)
- Erstellung Erklärvideo für Bedeutung des Tourismus (Oberbayern)

Austausch

- Formelle Gremiensitzungen digital umsetzen. Wöchentliche, offene Online-Stammtische (Oberbayern)
- Tourismusstrategie digital weiter entwickeln über Kollaborationstool Mural (Oberbayern)
- Direkte telefonische Ansprache von Akteuren für Überblick über Herausforderungen & Handlungsfelder (Spessart)
- Anlass für Dialog schaffen: Partner-Tour: Persönliche Grüße auf Bierdeckeln (Fläming)
- Persönliche Gespräche notwendig, auch um Nicht-Digitale mitzunehmen (Fläming)
- „Corona-Konferenz" mit Vertretern der kompletten Tourismuswirtschaft: Kommunen, Beherbergung, Freizeitbetriebe... Gemeinsam gestartet, dann nach Sparten aufgeteilt. (Chiemgau)

Kommunikation nach außen (Einheimische, Gäste)

- Corona-Sonderseite für Einheimische auf der Website (Fläming)
- Lokale Pressearbeit: Kreativität im Umgang mit Corona. Zielgruppe: Einheimische + Gastgeber*innen (Fläming)
- Marketing-Kampagnen #FlämingzuHause: / #SpessartzuHause: Partner-Videos, via Social Media / Quiz in Social Media: Verlosung von Produkten aus der Region inkl. Einbindung Akteure vor Ort (Fläming, Spessart)
- Einsatz von regionalen Botschaftern: bestehende Influencer aus der Region sowie Identifikation neuer Botschafter (Fläming, Montafon)
- Integration von regionalen Kampagnen in übergeordnete Landes-Kampagnen (Oberbayern)
- Kampagnen für Reisen mit/nach Corona: Leitprodukte im Fokus, Vernetzung von Stadt und Land (Oberbayern)

DMO-Stakeholer-Management in der Praxis (04.05.2020, 2. Zukunftstag für Destinationen)

1. Generell

1.1. Bereits bestehende Initiativen weiter nutzen (Fläming)

1.2. Bereits bestehende Ideen aktuell „einfach" umsetzen, z.B. Vertrieb von Pauschalen (Spessart)

1.3. Weiterführen von Sponsorings für positives Tourismus-Image (Montafon)

1.4. Zunahme von Digitalisierung (Spessart)

1.5. Datenschutzkonformität wichtig (Montafon)

1.6. Neue Aufgaben bei der Unterstützung der Akteure bspw. zentrale Maskenbeschaffung (Chiemgau)

1.7. Krise als Chance auch für Nachhaltigkeit ansehen, z.B. via Fördermittel

2. Kommunikation nach innen (Gastgeber*innen)

2.1. Zusammenfassung der Informationen diverser Verbände (Montafon, Oberbayern)

2.2. Living paper (Google Doc) für aktuelle und spezifische Corona-Infos, inkl. Datum des aktuellen Stands (Fläming)

2.3. Living paper (Google Doc) für aktuelle und spezifische Corona-Infos inkl. auch Öffnungszeiten von Geschäften etc. (Montafon)

2.4. Klar definieren, wer wie oft und worüber angesprochen wird, bspw. geldgebenden Stakeholdern tiefergehende Infos zur Verfügung stellen (Montafon)

2.5. Einsatz diverser Kanäle zur Kommunikation: Print-Produkt Magazin, eigene Facebook-Gruppe, täglicher Newsletter... Auf die Zielgruppe zugeschnitten + verständlich aufbereitet (Montafon)

2.6. Nutzung bereits bestehender Plattformen, statt alles neu aufzusetzen -> Tourismusnetzwerk Hessen (Spessart)

2.7. Feedback an Wirtschaftsministerien / Fördermittelgeber etc. (Oberbayern)

2.8. Schulungen: komplett als Webinare angeboten - Digitalisierungsoffensive EchtDigital (Oberbayern)

2.9. Erstellung Erklärvideo für Bedeutung des Tourismus (Oberbayern)

3. Kommunikation nach außen (Einheimische, Gäste)

3.1. Corona-Sonderseite für Einheimische auf der Website (Fläming)

3.2. Lokale Pressearbeit: Kreativität im Umgang mit Corona. Zielgruppe: Einheimische + Gastgeber*innen (Fläming)

3.3. Marketing-Kampagnen #FlämingzuHause: / #SpessartzuHause: Partner-Videos, via Social Media / Quiz in Social Media: Verlosung von Produkten aus der Region inkl. Einbindung Akteure vor Ort (Fläming, Spessart)

3.4. Einsatz von regionalen Botschaftern: bestehende Influencer aus der Region sowie Identifikation neuer Botschafter (Fläming, Montafon)

3.5. Integration von regionalen Kampagnen in übergeordnete Landes-Kampagnen (Oberbayern)

3.6. Kampagnen für Reisen mit/nach Corona: Leitprodukte im Fokus, Vernetzung von Stadt und Land (Oberbayern)

4. Austausch

4.1. Formelle Gremiensitzungen digital umsetzen. Wöchentliche, offene Online-Stammtische (Oberbayern)

4.2. Tourismusstrategie digital weiter entwickeln über Kollaborationstool Mural (Oberbayern)

4.3. Direkte telefonische Ansprache von Akteuren für Überblick über Herausforderungen & Handlungsfelder (Spessart)

4.4. Anlass für Dialog schaffen: Partner-Tour: Persönliche Grüße auf Bierdeckeln (Fläming)

4.5. Persönliche Gespräche notwendig, auch um Nicht-Digitale mitzunehmen (Fläming)

4.6. „Corona-Konferenz“ mit Vertretern der kompletten Tourismuswirtschaft: Kommunen, Beherbergung, Freizeitbetriebe... Gemeinsam gestartet, dann nach Sparten aufgeteilt. (Chiemgau)

5. Beteiligte

5.1. Moderation: Andrea Schneider (Tourismuszukunft - Realizing Progress)

5.2. Daniel Sebastian Menzel (Tourismusverband Fläming)

5.3. Manuel Bitschnau (Montafon Tourismus)

5.4. Alana van Heek (Spessart Tourismus)

5.5. Oswald Pehel (Tourismus Oberbayern München)

5.6. Jens Hornung (Chiemgau Tourismus)

5.7. Dokumentation: Kristine Honig (Tourismuszukunft - Realizing Progress)

6. Strukturen

6.1. eigenständige Stelle für Stakeholder Management (Spessart)

6.2. 7 Tage die Woche erreichbar (Montafon)