
“SGDM - St. Gallener Modell für Destinationsmanagement”

Vortragende: Prof. Dr. Pietro Beritelli

Datum: 18. Oktober 2016

Beginn: 18:30 Uhr

Ende: ca. 22:00 Uhr

Tagesordnung:

- 18:30 Uhr Eintreffen und Anmeldung der Mitglieder des Marketing Clubs im Foyer des Miele Experience Centers
- 19:00 Uhr Begrüßung der Mitglieder durch Mag. Sonja Henhapl-Röhrich und der Marketingleiterin Mag. Elisabeth Leiter. Nachfolgend eine kurze Vorstellung des Vortragenden Prof. Dr. Pietro Beritelli.
- 19:07 Uhr Beginn des Vortrages über das Thema “St. Gallener Modell für Destinationsmanagement”.
- 22:00 Uhr Fragerunde zum Vortrag
- 22:10 Uhr “get together” im Foyer des Miele Experience Centers

18:30 Uhr Eintreffen der Mitglieder

19:00 Uhr Begrüßung der Mitglieder:

Frau Präsidentin Mag. Sonja Henhapl - Röhrich begrüßte alle Anwesenden und stellte die Marketingleiterin Frau Mag. (FH) Elisabeth Leiter vor. Anschließend wurde Herr Dr. Pietro Beritelli kurz vorgestellt.

19:15 Uhr Vortrag “St. Galler Konzept für wirksames Destinationsmanagement” durch Dr. Pietro Beritelli

Thema des Vortrages: Eine Heuristik für wirksames Destinationsmanagement

Zu Beginn des Vortrages stellte Dr. Pietro Beritelli sich kurz vor. Gleichzeitig stieg er direkt in das Thema Destinationsmanagement und der Problemstellung seiner damit verbundenen Arbeit ein. Die Ausgangsproblematik im Tourismus ist, dass Marketingmaßnahmen nicht ausreichend wirksam sind. Dies bedeutet, dass in Maßnahmen oft mehr Budget investiert wird, als Erträge lukriert werden.

Um die Wirksamkeit zu erhöhen erklärt Dr. Beritelli die Grundsätze seines Konzeptes. Touristen reagieren ähnlich wie Ameisen in einem Schwarmverhalten. Spezies mit sozialer Organisation haben Regeln um Komplexitäten zu reduzieren. Der Unterschied zwischen Ameisen und Touristen liegt darin, dass Ameisen einer Pheromonspur folgen und Touristen sich an speziellen Orten treffen.

Dr. Beritelli definiert daraus ein Universalgesetz. Dieses Gesetz lautet „Wir folgen ganz bestimmten Spuren. Gäste treffen sich an gleichen Punkten.“ Er weist darauf hin, dass die Individualität des Einzelnen im Schwarmverhalten untergeht. Eine Möglichkeit um Touristen anzuziehen, ist die Aktivierung von Angeboten. Dabei gilt es zuerst die Perspektive des Touristen zu erkennen. Um Angebote aktivieren zu können, sind sechs systematische Schritte notwendig.

1. Strategische Besucherströme (SBS)
 - Was zieht die Personen in der Region an?

2. Variable Geometrie und Portfolio
 - Dies erfolgt über Tracking (Smartphone usw.)
 - Gibt es Hotspots für Touristen in der Region
 - Mit Hilfe von Karten und variablen Geometrien

3. Netzwerkanalyse und Hebelmechanismen
 - Angebotsnetzwerke und Nachfragenetzwerke erkennen
 - Aktivierung von Angebotsnetzwerken (gezielte Deckung der Bedürfnisse)
 - Hebelwirkungen erkennen und verstehen

-
4. Prozesse und Aufgabenteilung
 - Wer macht was?
 - Was muss getan werden? (z.B. Analyse, Angebotsentwicklung)

 5. Abstimmung und Ressourceneinsatz
 - Validitätscheck der Prioritäten mithilfe von Karten und variablen Geometrien

 6. Aktualisierung und Prozessmoderation

Am Ende des Vortrages teilte Dr. Beritelli noch einige Perspektiven zum Phänomen Tourismus und schloss mit einer zehn minütigen Fragerunde den Vortrag ab.