

HM 2

Vorlage zur Profil- erstellung der Destination/ des Tourismusunternehmens

In einem ersten Schritt wird ein Profil der Destination/des Tourismusunternehmens erstellt, um grundlegende Informationen über diese zu erhalten. Dieses Profil (Details zum touristischen Angebot und zur Positionierung) dient im weiteren Projektverlauf zusammen mit der Analyse des Souvenirangebots sowie der Nachfrage- und der Produzentenanalyse als Grundlage für die Konzepterstellung und Entwicklung neuer Souvenirs.

Destination/Tourismusunternehmen:

Datum:

Sie können Ihre Destination/Ihr Unternehmen nach folgenden Kriterien charakterisieren:

1. Touristisches Angebot

<p>Touristische Hauptattraktionen Bitte nennen Sie Ihre wichtigsten touristischen Attraktionen/Infrastrukturen/Angebote.</p>	
<p>Natürliche Besonderheiten Bitte nennen Sie besonders attraktive Schutzgebiete, natürliche Attraktionen, UNESCO-Naturerbebestätten etc., weswegen Gäste Ihre Destination/Ihr Unternehmen besuchen.</p>	
<p>Kulturelle Besonderheiten Bitte nennen Sie besonders attraktive Bräuche, Traditionen, UNESCO-Kulturerbe, Sagen etc, weswegen Gäste Ihre Destination/Ihr Unternehmen besuchen.</p>	
<p>Sonstiges</p>	

2. Positionierung Ihrer Destination/ Ihres Unternehmens, Marketing

<p>Geschäftsfelder Bitte nennen Sie die strategischen Geschäftsfelder Ihrer Destination/Ihres Unternehmens.</p>	
<p>USP Bitte nennen Sie die USPs/Wettbewerbsvorteile Ihrer Destination/Ihres Unternehmens.</p>	

<p>Werte/Image Bitte nennen Sie die zentralen Werte/Image Ihrer Destination/Ihres Unternehmens, welche die Gäste bei Ihnen finden. Vielleicht sind Ihnen folgende Begriffe bei der Beschreibung dienlich: Nachhaltigkeit, Langlebigkeit, Extravaganz/Luxus, Tradition, Moderne, Exklusivität, Lokalkolorit, Internationalität, Geselligkeit, Offenheit, Einfachheit etc.</p>	
<p>Claim Bitte nennen Sie den Marketing-Claim für Ihre Destination/Ihr Unternehmen.</p>	

3. Gästegruppen/Zielmärkte

<p>Aktivitäten der Gäste Bitte nennen Sie die hauptsächlichen Aktivitäten Ihrer Gäste beim Besuch Ihrer Destination/Ihres Unternehmens. Bsp. Sport/aktive Entspannung, Natur-, Kultur- und Abenteuer-Erlebnisse etc.</p>	
<p>Motivation der Gäste Bitte nennen Sie die hauptsächlichen Motivationen Ihrer Gäste für einen Besuch Ihrer Destination/Ihres Unternehmens. Bsp. Erholung/Regeneration, Familienerlebnis, Bildung etc.</p>	
<p>Zielmärkte Bitte nennen Sie die für Sie fünf wichtigsten Herkunftsländer Ihrer Gäste. Bsp. (Deutsch-)Schweiz, weitere europäische Länder, Fernmärkte etc.</p>	
<p>Gästegruppen nach Reisetyp Bitte charakterisieren Sie Ihre Gäste nach Reisetyp. Bsp. Singles, Paare, Familien, Freundeskreise, Arbeitskollegen, Schulklassen, Sportvereine etc.</p>	
<p>Gästegruppen nach Aufenthaltsdauer Bitte priorisieren Sie die Aufenthaltsdauer Ihrer Gäste in absteigender Reihenfolge.</p>	
<p>Gästegruppen nach Aufenthaltshäufigkeit Bitte priorisieren Sie die Aufenthaltshäufigkeit Ihrer Gäste in absteigender Reihenfolge. Bsp. Erstbesucher, Wiederholungsbesucher, Stammgäste</p>	

<p>Gästegruppen nach sozio-demographischen Merkmalen Bitte charakterisieren Sie Ihre Gäste nach den Merkmalen Alter, Geschlecht und Bildungsstand.</p>	
<p>Ausgabeverhalten Bitte charakterisieren Sie Ihre Gäste nach deren Ausgaben (pro Gast und Tag).</p>	

4. Sonstiges

<p>Sonstiges</p>	
-------------------------	--

5. Übersicht über beigelegte Dokumente

<p>Dokumente wie Broschüren, Strategieberichte, Geschäftsberichte etc., die wertvolle Informationen zu Ihrer Tätigkeit, Positionierung etc. enthalten.</p>	
---	--