IMG SACHSEN-ANHALT PRESSE-BEREICH

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

IMG launcht neue Binnenmarketingkampagne zur Tourismusakzeptanz

Neue Kampagne macht deutlich, wie auch Einheimische vom Tourismus profitieren

Anlässlich des Frühlingserwachens im Dessau-Wörlitzer Gartenreich hat die Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH (IMG) ihre Tourismusakzeptanzkampagne vorgestellt. Sie geht zurück auf eine Studie, die untersuchte, wie Menschen die Auswirkungen des Tourismus auf ihren Wohnort und für sich persönlich wahrnehmen. Ziel der Kampagne ist die Förderung von Stolz, Identifikation, Akzeptanz und Tourismusbewusstsein, denn diese Faktoren zahlen auf die Willkommenskultur ein und machen einen wichtigen Unterschied für Image und Erfolg einer Reisedestination.

Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in Sachsen-Anhalt, Tourismus hat außerdem vielfältige Auswirkungen sowohl auf die Gäste als auch auf die Gastgeber. Welche Beiträge der Tourismus für die eigene Lebensqualität der Bürgerinnen und Bürger leistet, hat die IMG mit einer Studie untersuchen lassen und dabei festgestellt, dass die positiven Auswirkungen des Tourismus klarer aufgezeigt werden sollen und dafür sensibilisiert wird, dass der Tourismus in Sachsen-Anhalt ein wichtiger, dauerhafter Wirtschafts-, Lebensqualitäts- und Imagefaktor ist. Um diese Wahrnehmung nachhaltig zu stärken, wurde nun eine neue Tourismusakzeptanzkampagne aufgesetzt. Ihr Titel: „Starker Tourismus Sachsen-Anhalt. Wir haben alle was davon."

Die Kampagne soll gezielt eine stärkere Gastgebermentalität und ein Bewusstsein für den Mehrwert und die Bedeutung des Tourismus fördern. Dazu sagte Stefanie Pötzsch, Staatssekretärin im Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt: „In der neuen Kampagne geht es um den starken Tourismus im Land. Wir haben eine hochwertige touristische Infrastruktur, die nicht nur Besucherinnen und Besuchern entgegenkommt, sondern die auch für alle Sachsen-Anhalter einen Mehrwert in ihrem täglichen Leben bietet. Die wieder erstarkte Tourismusbranche zeigt: Sachsen-Anhalt ist ein lohnendes Reiseziel und sollte auch für die Sachsen-Anhalter das Herzensland sein, auf das wir stolz sein können und gern Gäste empfangen."

Aussagekräftige Illustrationen, die kombiniert werden mit gestützten Fakten zu positiven Effekten des Tourismus, visualisieren die erste Kampagnenphase. So erfährt man beispielsweise, dass 2,5 Milliarden Euro Bruttowertschöpfung jährlich über den Tourismus in Sachsen-Anhalt generiert werden und rund 68.800 Menschen im Land direkt oder indirekt ihre Beschäftigung in der Branche haben. Die Fakten werden verknüpft mit Bildern, z.B. von Theatertickets oder einer Kirschtorte als Symbol für die Gastronomie. Nach dem ersten „Aha-Effekt" geht die Kampagne in eine zweite Phase über, in der sympathische Botschafterinnen und Botschafter des Landes, die direkt oder indirekt vom Tourismus profitieren, ihm ein Gesicht geben. Dies belebt die Kampagne auf emotionale Weise und schafft Identifikation.

Indem Gäste Waren, Dienstleistungen und Kulturangebote nachfragen, tragen sie auch zu ihrer Auslastung und Rentabilität bei. Tourismus kann also als Imagetreiber verstanden werden, der die Kultur eines Landes prägt. Dr. Robert Franke, Geschäftsführer der IMG, erläutert: „Der Erhalt von Nahversorgung, Infrastruktur oder kulturellen Angeboten – all dies sind begleitende Effekte, die der Tourismus in ländlichen Regionen, aber auch in Städten mit sich bringt. Mit unserer Kampagne wollen wir neben den Vorteilen aber auch vermitteln, dass die Menschen stolz auf die Schönheit und Vielfalt des Reiselandes Sachsen-Anhalt sein können."

Dazu hat die IMG Online- und Offlineformate und Maßnahmen aufgesetzt, wie etwa die Website www.starkertourismus.de, einen Videoclip, Postkarten oder kleine „Faktenkekse". Auch in den Regional- und Stadtmagazinen kann man bald über die Tourismusakzeptanzkampagne lesen. Zusätzlich werden Menschen im Internet gezielt angesprochen. Geplant ist die Präsenz auf Instagram, YouTube oder Google Display Ads. Eine Promotiontour in den Regionen Sachsen-Anhalts soll außerdem auf die Kampagne durch die direkte Ansprache und Einbeziehung der Menschen vor Ort aufmerksam machen.

Additional assets available online: Photos (1)

https://presse.investieren-in-sachsen-anhalt.de/2023-03-18-IMG-launcht-neue-Binnenmarketingkampagne-zur-Tourismusakzeptanz