

INNOVATIONSPOTENTIALE IM TOURISMUS - DIE ELEKTRONISCHE KUNDENKARTE FÜR DEN NORDWESTEN

Christel Lübben, Bremen

Kurzfassung

Der Tourismus ist für Bremen wie für Nordwestdeutschland insgesamt ein bedeutender Wirtschaftsbereich. Der Bereich ist durch eine starke Zersplitterung von Zuständigkeiten gekennzeichnet, was der Entwicklung von kundenorientierten Angebotsformen im Wege steht. Als eine Maßnahme zur Überwindung der Zersplitterung wurde eine Elektronische Kundenkarte entwickelt, die eine Bündelung von Angeboten erlauben wird. Die Umsetzung ist für 2002 vorgesehen. Erwartet werden eine Stärkung der Marktposition, stärkere Bindung der Kunden an die Region sowie Synergieeffekte bei Marketing und Vertrieb.

Das Ideal

*Ja das möchtest: Eine Villa im Grünen mit großer Terrasse,
vorn die Ostsee, hinten die Friedrichstraße,
mit schöner Aussicht, ländlich-mondän,
vom Badezimmer ist die Zugspitze zu sehen
- aber abends zum Kino hats Du's nicht weit....
Tröste dich,
jedes Glück hat einen kleinen Stich.
Wir möchten so viel: Haben. Sein. Und gelten.
Daß einer alles hat: das ist selten.*
Kurt Tucholsky

Die Zahl der Übernachtungen und Ankünfte in Bremen hat sich in den letzten 10 Jahren außerordentlich positiv entwickelt. 1990 lag die Zahl der Übernachtungen bei ca. 800.000. Im Jahr 2000 wurden in Bremen 1,12 Mio. Übernachtungen gezählt. Der Tourismus entwickelt sich zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor, der direkt und indirekt zur Schaffung von Einkommen und Beschäftigung in der Region beiträgt. Positiv wirken sich der allgemeine Trend zu Kurz- und Tagesreisen sowie Zweit- und Drittreisen und der damit vielfach verbundene Besuch von Veranstaltungen aus. Zudem hat Bremen in den letzten Jahren in besonderer Weise neue, innovative touristische Angebote geschaffen. Beispielhaft genannt seien das Universum Science Center sowie der noch im Bau befindliche Space Park Bremen. Damit schafft Bremen zukunftsweisende Angebote, die dem Trend nach Edutainment und Entertainment im Tourismus entsprechen.

Auf die beiden genannten Projekte soll an dieser Stelle nicht weiter eingegangen werden. Vielmehr soll ein in der Entwicklung befindliches Projekt „die elektronische Kundenkarte im Bereich Freizeit- und Tourismus für die Region Nordwest“ vorgestellt werden.

Dieses Projekt ist für die Fragestellung Innovation im Tourismus und Regionalentwicklung besonders geeignet, weil es die große Herausforderung annimmt, Angebote zu bündeln, Synergien zu nutzen, Kooperationen zu schaffen, Grenzen zu überschreiten und ein im Tourismus relativ neues Medium – die elektronische Kundenkarte- zu nutzen, und dies alles um attraktive Angebote für den Kunden zu schaffen, um diesen an die Region zu binden.

Der Tourismus in der Region braucht, um international Konkurrenzfähig zu sein, neben der touristischen Infrastruktur und den Angeboten wie Space Park, Universum,

Musical etc. vor allem ein professionelles Marketing, das den Gast anspricht und die Vielfalt der Wünsche vermittelt.

Die elektronische Kundenkarte für die Region Nordwest soll dies leisten und zu einer Profilierung der Region beitragen. Die Entwicklung verschiedenster Kundenkarten schreitet rasch voran (Sparkassen, Kaufhäuser, Einzelhandelsketten, Tourismusdestinationen, Anbieter öffentlicher Verkehrsmittel etc.).

In der Region Nordwest gibt es zwar viele verschiedene Kundenkarten, aber im Bereich „Freizeit und Tourismus“ noch keine gemeinsame elektronische Kundenkarte. Die Umsetzung des Projektes soll nach dem Willen aller Beteiligten bis zum Jahr 2002 erfolgen. Die besonderen Chancen einer solchen elektronischen Kundenkarte für den Nordwesten sind:

- Stärkere Kooperation in der „Euro-Region“ Nordwest
- Steigerung des Bekanntheitsgrades Ausbau der Marktposition und Profilierung der Region Nordwest
- mehr Gäste, längere Aufenthaltsdauer, neue Einnahmequellen
- Angebote ganz nach den Wünschen der Kunden zu schaffen, stärkere Kundenbindung
- Bündelung von Angeboten, Einbindung von Anbietern und Leistungsträgern (Anbieter im Bereich Kunst, Kultur, Sport, Freizeitparks, Veranstaltungen/Events, Schiffe und öffentliche Verkehrsmittel)
- bessere Auslastung der enthaltenen Angebote durch höhere Besucherzahlen
- Anreize für die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel
- Synergieeffekte im Bereich Marketing und Vertrieb, Sammlung von Markt- und Kundendaten
- langfristiger Nutzen aller Beteiligten in der Region Nordwest

Wenn es gelingt die Leistungsträger der Region für das Projekt zu gewinnen, dann nähert sich die Region aus Sicht des Kunden dem eingangs zitierten Ideal auf eine innovative, zukunftsorientierte Weise.