

Erlebnis Brenner Basistunnel (BBT) Tunnelwelten

Entwicklung und Erstvermarktung eines innovativen touristischen Angebotes im Wipptal

THEMENBEREICH | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN

UNTERGLIEDERUNG | TOURISMUS

PROJEKTREGION | TIROL

LE-PERIODE | LE 14-20

PROJEKTLAUFZEIT | 27.07.2016-31.12.2017 (GEPLANTES PROJEKTENDE)

PROJEKTKOSTEN GESAMT | 85.187 €

FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 42.539,50 €

MASSNAHME | FÖRDERUNG ZUR LOKALEN ENTWICKLUNG (CLLD)

TEILMASSNAHME | 19.2. FÖRDERUNG FÜR DIE DURCHFÜHRUNG DER VORHABEN IM RAHMEN DER VON DER ÖRTLICHEN BEVÖLKERUNG BETRIEBENEN STRATEGIE FÜR LOKALE ENTWICKLUNG

VORHABENSART | 19.2.1. UMSETZUNG DER LOKALEN ENTWICKLUNGSSTRATEGIE

PROJEKTTRÄGER | TOURISMUSVERBAND WIPPTAL

KURZBESCHREIBUNG

Im Rahmen des Projekts geht es um die Entwicklung und Vermarktung eines innovativen touristischen Produkts für das Wipptal rund um das Erlebnis Brenner Basistunnel.

Das Angebot wird im ersten Schritt für bestehende Gäste aus dem Wipptal und den umliegenden Tourismusregionen aufgesetzt und buchbar gemacht. Mittelfristig soll das Angebot dann in Kooperation mit der Tourismusregion Eisacktal ausgebaut und mit Pauschalangeboten kombiniert werden.

AUSGANGSSITUATION

Der Brenner Basistunnel (BBT) ist ein wichtiger Teil einer neuen Verbindungsstrecke zwischen Nord- und Südeuropa und die längste unterirdische Eisenbahnverbindung der Welt. Er reicht von Innsbruck in Nordtirol bis nach Franzensfeste in Südtirol.

Der BBT bietet eine attraktive Alternative für den Güter- und Reiseverkehr und wird Transport- und Reisezeiten deutlich verkürzen. Nicht zuletzt durch eine weitgehende Verlagerung des Güterverkehrs von der Brennerautobahn auf die Schiene (Rollende Landstraße) wird die CO² Bilanz verbessert und die regionale Bevölkerung auch in punkto Lärmbelästigung entlastet.

Die Bauarbeiten im Wipptal beschränken sich auf das Haupttal, sodass die naturbelassenen Seitentäler nicht davon betroffen sind. Um ihrer Informationspflicht nachzukommen und einen Mehrwert für die Region zu etablieren, hat die BBT SE mehrere Infocenter bzw. Infopoints (Steinach, Franzensfeste u.a.) eingerichtet und bietet in beschränktem Maße für mit dem Thema befasste Firmen und Ausbildungsstätten (Partner & Experten) Führungen direkt im Umfeld der

Bauarbeiten im Tunnel an.

Das Informationsangebot wird in den kommenden Monaten und Jahren noch durch einen Rundweg um die Hauptdeponie im Padastertal bei Steinach am Brenner und einer Geowelt in Mauls in Südtirol ergänzt.

Tourismus:

Das „Wipptal“ erstreckt sich von Innsbruck über den Brennerpass bis nach Franzensfeste. Was den Tourismus betrifft, bezeichnet der Begriff jedoch lediglich die Region nördlich des Brenners. Im nördlichen Wipptal liegen die Nächtigungszahlen in den letzten Jahren relativ konstant bei um die 300.000. Damit gehört die Region zu den kleinsten Tourismusgebieten in Tirol. Der ehemals bedeutende Durchreiseturismus ist durch den Bau der Brennerautobahn und den Wegfall der Grenzen stark zurückgegangen. Der Mainstream-Individualtourismus in Tirol hat sowohl im Sommer als auch im Winter ein sehr hohes Niveau erreicht und der Markt ist stark umkämpft.

Im Winter bietet die Bergalm Bahn mit ihrem Skigebiet zwar höchste Schneequalität und sehr guten Service, aber im Wettbewerb der großen Tiroler Skigebiete ist es schwer, sich zu profilieren. Dennoch ist es gelungen, sich auf sanften Tourismus und Reisegruppen zu spezialisieren und einen Teil des Nächtigungsrückgangs auf der Brennerroute zu kompensieren. Hier punktet das Wipptal mit guter Erreichbarkeit und zugleich schönen, naturbelassenen Seitentälern mit einer umfassenden Infrastruktur für Wanderer und Bergsteiger. Im Winter ist das gesamte Gebiet ideal für Skitouren und Schneeschuhwanderungen geeignet. In den letzten Jahren hat der Tourismusverband Wipptal mehrere Nischenangebote ins Leben gerufen und konnte dabei beachtliche Erfolge verzeichnen.

Der Orientierungslauf im Wipptal mit Zielmarkt vor allem in Schweden ist bereits etabliert und wird jährlich durchgeführt. Des Weiteren hat sich das Programm Gesundheitswandern Plus sehr positiv entwickelt. In Kooperation mit deutschen Krankenkassen und dem Spezialreiseveranstalter GSM können Gäste im Wipptal ein einwöchiges Präventionsprogramm mit Schwerpunkt Wandern und gesunde Ernährung absolvieren. In einem nächsten Schritt wird das Programm nun auch in Österreich direkt an Betriebe vertrieben, die es als Maßnahme im Rahmen der Betrieblichen Gesundheitsförderung einsetzen.

Das Erlebnis BBT Tunnelwelten ist als weiteres Nischenangebot gedacht, das nicht auf den ersten Blick, aber wie später ausgeführt, doch sehr gut zur neuen touristischen Ausrichtung des Wipptals passt. Die zahlreichen Pensionen und Gasthäuser sind für Individualtouristen im mittleren Preissegment passend, die keinen Wert auf Luxus oder beispielsweise einen Wellnessbereich legen. Die vergleichsweise wenigen Hotels der 3 bis 4 Stern-Kategorie haben sich darüber hinaus auf Reisegruppen (Wandergruppen, diverse Vereine, Senioren, Ausflugsfahrten usw.) ausgerichtet. Problematisch ist allerdings, dass aufgrund der stagnierenden Nächtigungszahlen einige Betriebe in punkto Ausstattung nicht mehr auf dem neuesten Stand sind. Außerdem befinden sich traditionell viele Betriebe an der stark befahrenen Brennerstraße – ein gewisser Widerspruch zum ungestörten Naturerlebnis in den Seitentälern. Doch auch auf diesem Gebiet ist eine Aufbruchsstimmung erkennbar und es kommen jährlich weitere auf die Zielgruppen abgestimmte Bettenstrukturen hinzu.

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Zielgruppen:

In erster Linie sind das bestehende Urlaubsgäste der Regionen Wipptal und Eisacktal aber auch der umliegenden touristischen Destinationen (Stubai, Innsbruck und seine Feriendörfer, Pustertal,

Bozen und Umgebung). Sie buchen in der Regel das Standard Halbtagesprogramm kurzfristig vor Ort.

Darüber hinaus sollen die BBT Tunnelwelten aber auch Anreiz für neue Gästegruppen sein die Region Wipptal als Urlaubsdestination zu wählen: Vereine, Verbände, Betriebe und Ausbildungsstätten, also verschiedenste Organisationen, die das Programm im Rahmen einer Pauschalreise für eine bestimmte Anzahl von Teilnehmern direkt buchen. Dabei ergeben sich einige Synergien zu bestehenden Angeboten und Gästegruppen.

Schließlich ist eine dritte Vertriebschiene angedacht: Der Markt für Werksführungen und Baustellenbesuche hat sich in Deutschland in den letzten Jahren sehr gut entwickelt. Technikaffine Bildungsreisende fragen solche Produkte über spezialisierte Reiseveranstalter nach, welche diese meist in Form einer mehrtägigen Busreise zusammen mit anderen Programmpunkten anbieten. Natürlich können auch die oben erwähnten Organisationen diese Schiene zur Buchung des Erlebnisses BBT Tunnelwelten nutzen. Es ist klar, dass sich nicht jeder Besucher der BBT Tunnelwelten exakt einer Zielgruppe zurechnen lässt. Vielmehr gibt es Überschneidungen und Mischformen. Dennoch ist es sinnvoll zwischen typischen Besuchern und deren Wünschen und Bedürfnissen zu unterscheiden, um ein differenziertes Marketing anwenden zu können.

Entwicklung eines selbständigen innovativen Angebots:

Nach der Eröffnung des großen Infocenters in Steinach und der vermehrten Abwicklung von Tunnelführungen im Baustellenbereich für Projektpartner und Experten durch die BBT, muss sobald wie möglich in Zusammenarbeit mit der BBT ein touristisches Angebot geschaffen werden. Dieses soll weitgehend selbständig vom TVB organisiert werden können, einen klar erkennbaren Mehrwert für die Besucher (= Gäste) bieten und zum geplanten Preisniveau (Vollpreis ~ € 25,00) verkauft werden können. Ab Oktober 2016 sind zumindest zwei Termine pro Woche für das Standard Halbtagesprogramm geplant, die Anzahl an Terminen soll in der Folge sukzessive gesteigert werden. Für eine erfolgreiche Aufbauphase des Projekts wird ein Projektmanagement benötigt.

Aufbau Vertriebsstruktur zur Nutzung durch bestehende Gäste:

Durch das Projekt wird die Vertriebsstruktur aufgebaut und das Standard Halbtagesprogramm online buchbar gemacht werden. Für die bestehenden Gäste der Regionen kann dann das Erlebnis BBT Tunnelwelten als zusätzlicher Punkt im Zuge ihres Urlaubs angeboten werden. Im Jahr 2017 sollen etwa 4.000 Gäste aus dem Wipptal und den umliegenden Tourismusregionen das Programm buchen (das sind weniger als 1%). Abhängig von der Intensität mit der Tunnelführungen, die im Rahmen des nächsten Bauleses durchgeführt werden können bzw. falls eine Schaukaverne eingerichtet wird, sind auch deutlich höhere Besucherzahlen pro Jahr vorstellbar.

Erstvermarktung & Schaffen von Bekanntheit:

Weiter gilt es die BBT Tunnelwelten am Tourismusmarkt zu positionieren, die Gäste vor Ort anzusprechen und damit zu beginnen das Angebot auch über die Region hinaus bekannt zu machen. Neben der Erstellung der wichtigsten Drucksorten, Inseraten in Gästezeitungen und einer kleinen Google Adwords Kampagne, sind auch Messebesuche bzw. Events geplant. Potentielle Gäste der B2B Zielgruppe werden dagegen vor allem über eine E-mail Kampagne von den BBT Tunnelwelten erfahren. Des Weiteren soll das neue Angebot so schnell wie möglich auch auf der Globetrotter-Plattform werksfuehrung.de angepriesen und dadurch der wichtigen Zielgruppe von Fachtouristen und technisch interessierten Gästen bekannt gemacht werden.

Sicherstellung eines kostendeckenden, laufenden Betriebs:

Nach einer Testphase sollen die Angebote des Erlebnisses BBT Tunnelwelten spätestens ab Mitte

2017 so effizient abgewickelt werden, dass die Kosten, die durch Zusatzleistungen wie Transport, Fremdenführer, Kinderbetreuung, Werbegeschenk u.a. entstehen, durch die Einnahmen zumindest gedeckt werden. Später soll ein Deckungsbeitrag von 20% erwirtschaftet werden kann. Nicht zuletzt ist die Maximierung der Gruppengrößen entscheidend für die Höhe des Deckungsbeitrags. Neben anderen Maßnahmen zur Qualitätssicherung wie laufende Schulungen der Führer, soll mit Hilfe eines Feedback-Bogens die Kundenzufriedenheit gemessen und das Angebot laufend verbessert werden.

PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

- Hinweis- und Infoschilder für Stationen
- Standard Halbtages-Programm Wipptal
- Ausstattung für Shuttleservice (Aufkleber BBT Tunnelwelten mit Logoleiste)
- Interaktiver Screen & Installation im Infocenter für Gäste
- Aufbau Vertriebsstruktur zur Nutzung durch bestehende Gäste Shuttlebus für die Auftaktveranstaltung mit Unterkunftsbetrieben
- Wipptal POS-Maßnahmen für Unterkunftsbetriebe, Lift (10 Stk. Ständer, Roll-up) Erstvermarktung & Schaffen von Bekanntheit Layout, Fotografie und Druck Broschüre, Flyer & Plakate in DE/EN Werbung Plakate in Bahnhöfen Tirol (3 Monate, 24 Stk. pro Monat)
- Übersetzung EN für Drucksorten
- Erstellen Presseverteiler, Presseartikel & Berichte in Spezialmedien
- Regional Inserate in Gästezeitungen Umland (1x Stubai, 2x Innsbruck, 1x Brixen)
- Bewerbung Eröffnungsfeier Deponierundweg (Plakate A2, Anzeige)
- Beitrag in Reiseführer Tirol (Tirol erleben)
- Adwords-Kampagne „Erlebnis BBT Tunnelwelten“
- Imagefilm BBT Tunnelwelten/ Reportage TV "Innovativer Tourismus im Wipptal“
- Webcam bei einer der Stationen (wahrscheinlich Deponierundweg)
- Einrichtung Newsletter Tool
- Adressrecherche BBT Tunnelwelten
- Integrierte Facebook-Galerie auf Webseite

LINKS

Webseite Regionalmanagement (<http://www.rm-tirol.at/regional/wipptal/projekte/einzel/projekt/erlebnis-bbt-tunnelwelten.html>)