



Tourismusmanagement
Regionalentwicklung

Das Weihnachtsgutachten



Marktrecherche und Anregungen für ein Weihnachtmarketing

BTE - Tourismusmanagement, Regionalentwicklung

Stiftstraße 12, 30159 Hannover

Czeminskistraße 1a, 10829 Berlin

www.bte-tourismus.de

Berlin / Hannover im Dezember 2003

Weihnachten im Tourismusmarketing

Weihnachten bietet einen schönen Anlass für touristische Angebote. Der Vorteil: Weihnachten findet regelmäßig statt. Aber: Weihnachten ist überall auf der Welt, die Schar der Mitbewerber ist groß.

Die Weihnachtszeit ist werbeintensiv. Anzeigen mit Weihnachtsmotiven und Weihnachtsspecials sind inflationär. Es fällt schwer, in diesem Umfeld Aufmerksamkeit zu erreichen.

1 Der Weihnachts - Markt

Weihnachtszeit ist Reisezeit. Im Angebot ist v.a. "Winterliche Idylle" oder Kontrastprogramm: "Sommer und Sonne". Im Deutschlandtourismus stehen fast überall Gänsebraten, Schlittenfahren, Wintersport, Hüttenabende im Mittelpunkt des Marketings.

Häufig sollen Superlative die gewünschte Alleinstellung bringen: Der größte Weihnachtsbaum (Dortmund: 45 Meter hoch, aus 1.700 Bäumen zusammengesetzt), der größte Weihnachtsmarkt (Rostock), der größte Adventskalender (Leipzig: 875 qm mit 2 x 3 m Türen).



Dortmund



Leipzig

Häufig wird Weihnachten nur als weitere Gelegenheit genutzt, das ohnehin bestehende Programm zu promoten (z.B. "Weihnachts-Wellness").

2 Ideen für ein Weihnachtsmarketing

Bei Durchsicht des Weihnachts- und Winterangebots in der Deutschlandtouristik fällt auf: Pfiffige, außergewöhnliche Angebote sind Mangelware. Es bietet sich an, mit innovativen Weihnachts- und Winterspecials Aufmerksamkeit und Kunden zu gewinnen.

Hier erste Vorschläge:

- **Rentierschlittenfahren.**

Wenn es gelingt, einen Rentierhalter ausfindig zu machen (z.B. in Zusammenarbeit mit Tierparks), wäre das Angebot "Deutschlands erster Rentierschlittenfahrt" möglich. Mit Sicherheit ein Medienereignis!



- **Weihnachten aller Herren Länder.**

Buchbare Inszenierungen, inkl. Küchenspezialitäten, Dekoration, Geschichtenerzähler, ... z.B. Schwedische Weihnachten wie aus Astrid Lindgren Büchern, Norwegische Weihnacht mit Trollen, Irische mit dem Heiligen Patrick, Russische ...

- **Weihnachten im Wald.**

Ein Motiv aus vielen Kinderbüchern: Die Weihnachtsfeier findet im Wald statt, ein lebender Baum wird geschmückt. Das Angebot könnte beinhalten: Anfahrt mit Schlitten oder Kutsche, Laternen und Lagerfeuer, Bescherung in einer Blockhütte oder in einem Lappenzelt.

3 Deutsche Weihnachten international

Deutsche Bräuche prägen weltweit die weihnachtliche Symbolik. Weihnachtsmärkte, Adventskalender, Adventskranz, Krippen, Lebkuchen, Stollen sind deutsche "Erfindungen".

Weihnachten ist ein starkes Motiv im Incoming-Tourismus und wird sogar exportiert: Heidelberg hat den Original Weihnachtsmarkt nach Osaka und Florenz verkauft, dort wird er jeweils nachgebaut.

Der gute Ruf der Deutschen Weihnachtsromantik könnte Ansatz für eine Marketingstrategie für Internationale Kunden bilden: Verträumte Landschaften, lebendige Bräuche und typische Motive für den Auslandsmarkt. Die speziellen Anforderungen dieser Kunden sind zu beachten, z.B. englischsprachig bzw. in der Sprache der Zielgruppe, durchorganisierte Arrangements.

4 Fazit

Weihnachten ist ein Premium-Produkt und ein interessanter Markt: Die Gäste sind in Festtagslaune und wollen etwas erleben. Die Medien haben Interesse an "Weihnachtsgeschichten". Das alles sind perfekte Rahmenbedingungen für innovative Tourismusangebote. Diese Chancen sollten stärker als bisher genutzt werden.



*Frohe Weihnachten ...
... und viele gute Ideen in 2004!*