

PROJEKTBERICHT

JungTouristiker- Barcamp 2022



#moderndenken

INHALTSVERZEICHNIS

Projektinformationen

Hintergrund & Nutzen.....	2
Veranstaltung & Ablauf.....	3

Auswertung der Veranstaltung

Teilnehmerinformationen.....	4
Themen.....	5
Ergebnisse.....	6
Feedback.....	8

Fotodokumentation.....	9
------------------------	---

HINTERGUND UND NUTZEN

Die Tourismuslandschaft in Sachsen-Anhalt befindet sich im Umbruch. In vielen touristischen und tourismusnahen Institutionen (Regionalverbände, Verwaltungen, Touristinformationen, Leistungsträger etc.) findet ein generativer Wandel in den Schlüsselpositionen statt. Bei vielen dieser Unternehmen ist davon auszugehen, dass bei frei werdenden Führungspositionen die Generation X der bis 1980 geborenen übersprungen wird und die Stellen direkt an Vertreter der Generation Y vergeben werden.

Zum ersten JungTouristiker-Barcamp werden gezielt touristische Fach- und Nachwuchskräfte zum Themenaustausch eingeladen. Berufseinsteiger:innen, angehende Führungskräfte, Gründungsinteressierte, Gründer:innen, Unternehmer:innen, Geschäftsführer:innen, Selbstständige sowie motivierte Mitarbeiter:innen, Netzwerker:innen und auch Blogger:innen aus allen Branchen des Tourismusbereichs können hier vertreten sein. Eine frühzeitige Vernetzung kann nur förderlich für die weitere Entwicklung des Tourismus in Sachsen-Anhalt sein. Oftmals wird diese durch bestehende Strukturen erschwert. An Netzwerkveranstaltungen nehmen in der Regel die amtierenden Inhaber:innen von Schlüsselpositionen teil.

Den Nachwuchskräften bietet sich daher nur selten die Chance zur Vernetzung, weshalb sie diese Gelegenheit innerhalb des JungTouristiker-Barcamps erhalten sollen. Zusätzlich bietet die Veranstaltung die Möglichkeit, aktuelle Tourismusthemen mit neuen Köpfen zu denken, konventionelle Denkweisen aufzubrechen und sich miteinander über Herausforderungen im eigenen Betrieb auszutauschen. Diese Veranstaltung richtet sich an Nachwuchskräfte aus allen touristischen Bereichen. Das Einladungsmanagement und die Kommunikation werden gezielt auf diese Zielgruppe ausgerichtet. Ein Ausschluss anderer Altersgruppen wird nicht stattfinden.

VERANSTALTUNG UND ABLAUF

Datum: Dienstag, 27. Juni 2022

Zielgruppe: jüngere Beschäftigte aus der Tourismusbranche

Dauer: Tagesveranstaltung mit Abendprogramm

Location: Landhof Neulingen

Das Veranstaltungsformat Barcamp ist eine Tagung mit offenen Workshops. Anders als in klassischen Konferenzen gibt es beim Barcamp keinen Referenten oder Vortragenden - die Teilnehmenden selbst sind gefragt. Hier findet Wissensaustausch auf Augenhöhe statt. Die Anwesenden schlagen ihre eigenen Themen vor, zu denen sie ihr Wissen teilen, erweitern oder austauschen möchten. So entwickeln sie das Programm selbst und gestalten den weiteren Verlauf.

In den einzelnen Sessions (Programmpunkten) können Ideen vorgestellt, Impulse gegeben, Fragen gestellt und das Netzwerk erweitert werden. Dies kann in Form von Workshops, Arbeitskreisen, Diskussionen oder Gesprächen mit Teilnehmenden und Kolleg:innen etc. erfolgen. Nach einer Vorstellungsrunde geht es in die Sessionplanung, wo jede/r Teilnehmende eine Session vorschlagen darf. Finden sich genügend Interessierte, wird das Thema auf eine Karte geschrieben und an der Sessionwand angebracht. Dadurch ergibt sich ein vielseitiges Programm aus Workshops, Diskussionen, Impulsvorträgen etc. ganz spontan.



©TagungsKompetenz, Foto: Ilja Shkonda

TEILNEHMER- INFORMATIONEN

Informationen zu den Teilnehmenden

- rund 40 Teilnehmende

vertreten aus folgenden Regionen:

- Magdeburg
- Halberstadt
- Naumburg
- Arendsee
- Wernigerode,
- Stadt Kalbe (Milde)
- Bad Köstritz
- Nordhausen
- Friedensau
- Gardelegen
- Bad Klosterlausnitz
- Petersberg
- Barleben



©TagungsKompetenz, Foto: Ilja Shkonda

Unternehmen aus folgenden Bereichen:

- Hotel- und Ferienwohnungsanbieter
- Regionalverbände
- Landesmarketinggesellschaft
- Stadtmarketinggesellschaft
- DMO's

THEMEN

Folgende 19 Themen wurden innerhalb der Sessions bearbeitet:

- Inklusion & Integration
- Fusionierung von Tourismusverbänden
- Merchandising-Vielfalt: Menge
- Sachsen-Anhalt vom Geheimtipp zur beliebten Ferienregion
- Innovationskultur, Tradition vs. Innovation, Methodik
- New Work im Tourismus
- Gastro & Saison, Betrieb im ländlichen Raum
- Tourismusbewusstsein
- IMG-Binnenmarketingkampagne
- Mitarbeiterbindung im Tourismus - Mental Health
- Herausforderungen in Krisenzeiten
- Print vs. Digital - Marketing
- Touristik-Projekte als User Story
- Tourismusbewusstsein in Politik & Verwaltung
- Aktivitäten, Sport, Nachhaltigkeit - Marketingwege
- Teambuildingmaßnahmen bei Neugründungen
- Digitalisierung & Kollaboration mit Cloud-Tools
- Kooperation und/oder Konkurrenz, Netzwerke
- Nachhaltigkeit, Best Practices
- Kundengewinnung - Konzepte, Kundenbindung



©TagungsKompetenz, Foto: Ilja Shkonda

ERGEBNISSE

Verwaltung, Politik und Tourismus

- Tourismus ist in der Politik noch nicht ausreichend angekommen
- Bürokratische Auflagen erschweren den Alltag touristischer Einrichtungen enorm und behindern Innovation im Tourismus

Aufgabe:

Mehr Lobbyarbeit von den Landesakteuren, Barrieren abbauen, Forderungen stellen!

Marketing im Tourismus

- Große Unklarheit darüber, wie die Zielgruppe am besten zu erreichen ist
- Ständiger Konflikt zwischen Print- und Onlinemedien
- Die Bedienung der Medienkanäle hängt von der spezifischen Zielgruppe ab
- Bei übergreifender Zielgruppe gemischte Variante

Aufgabe:

Marktforschung in Bezug auf die Präferenzen der Zielgruppe betreiben!

Soziale Ebene: Mitarbeiterbindung, New Work, Teambuilding

- Einige haben sich der Problematik bereits vollstens angenommen, andere weniger
- Möglichkeiten für verbesserte Arbeitsbedingungen gibt es, sie werden aber noch nicht von jedem Akteur wahrgenommen
- Betriebe werden teilweise um die bestehende Belegschaft herum entwickelt z. B. Menschen, die lieber nachts oder nur alle 2 Wochen arbeiten
- es gibt neue variable Unternehmenskonzepte, z. B.:
- zunehmender Verzicht auf Öffnungszeiten zu Weihnachten, damit Mitarbeiter frei haben
- Einbeziehung der Familien in die Leistung, wie Mitbringen der Kinder während der Ferienzeiten

Aufgabe:

Austausch zwischen Unternehmen fördern, „Best Practices“ eine Plattform bieten!

ERGEBNISSE

IMG-Binnenmarketingkampagne

Erklärung

Die IMG hat das erste Grundkonzept der geplanten großen Landeskampagne zum Thema Tourismusbewusstsein präsentiert und dazu Feedback eingefordert.

Ergebnisse

- Viel Kritik von den Teilnehmenden i. B. auf die erste Phase der Kampagne (Infografiken mit Symbolen und Kennzahlen)
- Viele Ideen für eine Optimierung der ersten Phase
- Vorschläge zur besseren Verknüpfung der zwei Kampagnenphasen

Fazit

- Die IMG hat sich die Vorschläge vermerkt und plant die Kampagne aufgrund der Resonanz vom Barcamp um.
- Es macht demnach Sinn, geplante Vorhaben vorerst einer Gruppe aus unterschiedlichen Bereichen vorzustellen.

Aufgabe:

Geplante Projekte vor dem Start durch eine heterogene Gruppe bewerten lassen!

Digitalisierung, Nachhaltigkeit

- Teilweise sind die Leistungsträger noch nicht mit der Thematik betraut und wissen nicht, wo sie anfangen sollen
- Es ist ein Status-Quo für Sachsen-Anhalt erforderlich

Aufgabe:

Wo stehen wir? Was sind erste Schritte? Wie können wir Regionen und Betriebe begleiten und auf den Weg bringen?

FEEDBACK



©TagungsKompetenz, Foto: Ilja Shkonda

Positiv:

- viel Input erhalten
- Mindset erweitert
- tolle Organisation
- Austausch unter jungen Leuten
- inspirierendes Seminarsystem
- schön ausgewählte Location
- gute Verpflegung

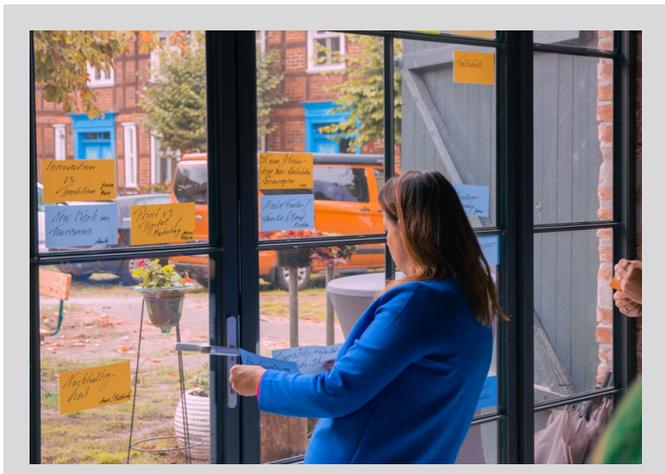
Negativ:

- schwierige Anreise
- Wlan
- Get-together besser am Veranstaltungsabend

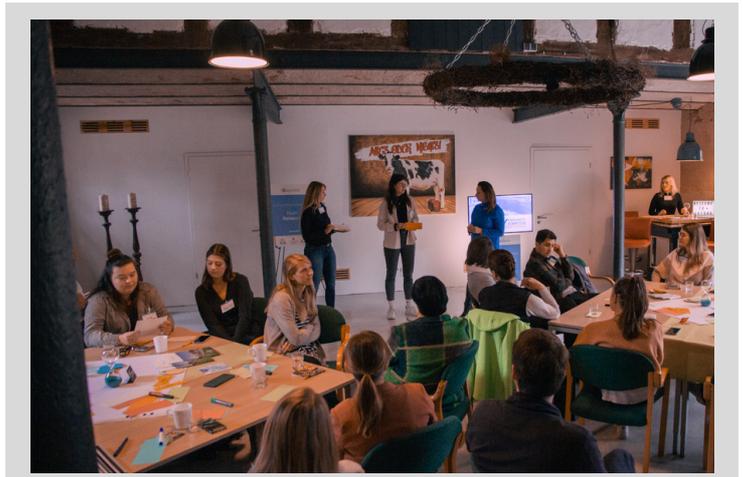
FOTODOKUMENTATION



Empfang und Anmeldung



Sessionplanung



Themenvorstellung



IMG-Kampagnenvorstellung



Session in der Scheune