

Medieninfo

24. September 2013



Tagestourismus am Niederrhein:

Auf der Suche nach neuen Zielgruppen

Interview mit Anke Wielebski, Leiterin des Niederrheinischen Freilichtmuseums

Niederrhein – Der Tourist, das unbekannte Wesen? Nicht am Niederrhein. Das EU-Förderprojekt Netzwerkmarketing Tagestourismus - initiiert von der Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Kreis Viersen (WFG) - hat sich zum Ziel gesetzt, die Menschen hinter den Reisenden zu identifizieren. Denn derjenige der weiß, wie die Touristen ticken und welche Erwartungen sie haben, kann sein Angebot viel besser auf diese Wünsche ausrichten. Das Projekt will die Mitarbeiter von tages touristischen Betrieben, zum Beispiel Museen, Restaurants oder Cafés, fit machen für die Zukunft. Dazu ging es jetzt ins „Trainingslager“ mit verschiedenen Workshops zu Themen wie „Angebotsentwicklung“ oder „Service- und Kundenorientierung“. Unter den Teilnehmern des Workshops „Zielgruppenmarketing“ war Anke Wielebski, Leiterin des niederrheinischen Freilichtmuseums Grefrath.

Welche Inhalte hat der Workshop vermittelt?

Anke Wielebski: Zunächst einmal eine sehr intensive, wissenschaftliche Herangehensweise an das Thema Tagesausflügler. Die Touristen wurden nicht wie gewohnt nach Alter oder Lebensform, also zum Beispiel Senioren oder Familien, identifiziert, sondern nach Charakteren. Daraus haben sich ganz andere Zielgruppen ergeben: die Geselligen, die Naturverbundenen oder auch die Aktiven.

Unterstützt durch:
Mede mogelijk gemaakt door:



provincie limburg



Ministerium für Wirtschaft, Energie,
Industrie, Mittelstand und Handwerk
des Landes Nordrhein-Westfalen



euregio
rhein-maas-nord rijn-maas-noord



INTERREG - Grenzregionen gestalten Europa
Beschleunigt durch die Regionale Entwicklung des Europäischen Union
INTERREG - Grensregio's bouwen aan Europa
Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling van de Europese Unie

www.deutschland-nederland.eu

Was hat Ihnen die Veranstaltung gebracht?

Anke Wielebski: Alle Teilnehmer sind noch einmal sensibilisiert worden, wie wichtig es ist, seine Gäste zu kennen und sich selbst beziehungsweise das tagestouristische Angebot zu hinterfragen. Wer interessiert sich überhaupt für unser Angebot? Welche Zielgruppe besucht uns? Wen wollen wir in Zukunft im Museum begrüßen?

Gibt es schon Ansätze, die Sie vielleicht im Museum umsetzen könnten?

Anke Wielebski: Ziel könnte es zum Beispiel sein, mit den Aktiven eine neue Zielgruppe verstärkt anzusprechen. Die Aktiven sind meistens jung, kreativ und suchen inspirierende Erfahrungen. Um diese Gruppe noch mehr auf unser Museum aufmerksam zu machen, könnten wir es interaktiver gestalten – nach dem Motto „Geschichte mit allen Sinnen erleben“. Die Besucher hätten dann die Möglichkeit, an den entsprechenden Ausstellungsstationen des Museums selbst einmal Stroh zu schneiden oder Korn zu dreschen. Dies ist im Moment nur an bestimmten Tagen möglich. Auch der Einsatz von technischen Begleitern, wie Audio-Video-Stationen in der Dauerausstellung, wäre eine Idee. Zuletzt lief bei uns die Dauerausstellung „Actionfiguren“, die natürlich auch junge Menschen anspricht. Von daher bewegen wir uns schon in diese Richtung. Aber das ist sicherlich noch ausbaufähig. Bei der Gewinnung von neuen Zielgruppen dürfen wir aber nicht die Bedürfnisse der gewohnten Besucher aus den Augen verlieren.

Niederrheinisches Freilichtmuseum:

Im Niederrheinischen Freilichtmuseum wird die Kultur und Geschichte des Niederrheins lebendig. Die Dorenburg sowie die Hofanlagen mit ihren Fachwerkhäusern und Werkstätten vermitteln den Besuchern, wie in früherer Zeit gelebt, gewohnt und gearbeitet wurde. Dazu gibt es noch das Spielzeugmuseum mit Spielzeug aus drei Jahrhunderten.

**www.niederrheinisches-freilichtmuseum.de
www.facebook.com/NiederrheinischesFreilichtmuseum**

Bildzeile:

Anke Wielebski, Leiterin des Niederrheinischen Freilichtmuseums, beschäftigt sich mit neuen Zielgruppen.

Foto: Alois Müller/Abdruck honorarfrei

Beim Netzwerkmarketing Tagestourismus handelt es sich um ein Interreg IV A Projekt, das mit Mitteln der Europäischen Union unterstützt wird. Das Interreg-Programm leistet einen Beitrag zur Entwicklung der Grenzregion zu einer integrierten europäischen Region und zur Stärkung der Position im weltweiten Wettbewerb. Am Projekt Netzwerkmarketing sind folgende Städte und Kreise beteiligt: Krefeld, die Kreise Heinsberg, Viersen, Kleve, Wesel und der Rhein-Kreis Neuss sowie auf niederländischer Seite die Regionen Nord- und Mittel-Limburg. Die Federführung für das Projekt haben die Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Kreis Viersen (WFG), Leisure Port für Noord-Limburg sowie VVV Mittel-Limburg.

Herausgeber:

**Netzwerkmarketing
Tagestourismus
Wirtschaftsförderungsgesellschaft
für den Kreis Viersen mbh (WFG)**

Willy-Brandt-Ring 13
41747 Viersen
GERMANY

Kontakt:

Martina Baumgärtner

Telefon: +49-(0)2162-8179306

Fax: +49-(0)2162-8179330

baumgaertner@wfg-kreis-viersen.de