

Medieninfo

8. November 2013

Tagestourismus am Niederrhein:

Fremde Kultur oder vertrauter Nachbar – Wie „tickt“ mein Gast?

- **Betriebe und Institutionen aus der Region Niederrhein machten in einem Workshop des Netzwerkmarketings Tagestourismus Bekanntschaft mit typisch niederländischen und deutschen Eigenarten.**

Niederrhein – Die „pünktlichen“ Deutschen hüben - immer „entspannte“ Niederländer drüben, klare Führungsstrukturen hier gegenüber flachen Hierarchien dort: Worin unterscheiden wir uns denn nun wirklich von unseren Nachbarn? Wie „ticken“ die Niederländer? Mit welchen Erwartungen kommen sie zu einem Tagesausflug in die Grenzregion und was bedeutet das für die tagestouristischen Betriebe? Diesen Fragen ging jetzt ein Workshop des Projektes Netzwerkmarketing Tagestourismus nach. Ziel war es, maßgeschneiderte Angebote für niederländische Tagestouristen zu entwickeln. Vertreter mehrerer nieder-rheinischer Kommunen, ein Fremdenführer, ein Reitstall, ein Energieversorgungsunternehmen und sogar ein Zoologischer Garten informierten sich darüber in Geldern.

„Natürlich gibt es DEN Niederländer, Limburger oder den Deutschen nicht. Dennoch helfen Klischees manchmal, einander besser zu verstehen“, weiß Tourismusberater Teun den Dekker von co-creation aus Venlo. Gemeinsam mit dem PR-Berater und Übersetzer Wolfgang Linneweber bringt er Workshop-Teilnehmern von beiderseits der Grenze die Eigenheiten ihrer

Unterstützt durch:
Mede mogelijk gemaakt door:



provincie limburg



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



euregio
rhein-maas-noord rijn-maas-noord



INTERREG - Grenzregionen gestalten Europa
Dutch-Germany Fund for Regional Development in European Union
INTERREG - Grensregio's bouwen aan Europa
European Fund for Regional Development van de Europese Unie

www.deutschland-nederland.eu

Nachbarn näher. „Das ist eine Voraussetzung dafür, um im nächsten Schritt das touristische Angebot so auszurichten, dass es auch angenommen wird“, erklärt Martina Baumgärtner von der für das Projekt federführenden Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Kreis Viersen (WFG). Denn nur wer seine Gäste kennt, kann sie auch optimal bedienen. „Wenn doch der ‚Deutsche‘ im Allgemeinen ein hochwertiges Tafelwasser schätzt, warum findet man es dann so selten auf limburgischen Speisekarten?“, erläutert es Linneweber an einem Beispiel. Der grenznahe Einzelhandel sei da schon weiter: Er informiert seine binationale Kundschaft mit zweisprachigen Durchsagen – und bindet damit auch niederländische Kunden an die Marke.

Ein paar wesentliche Unterschiede im Freizeitverhalten von „Deutschen“ und „Niederländern“, so ergab eine Studie im Auftrag der Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Kreis Viersen (WFG) und ihrer limburgischen Projektpartner, liegen unter anderem in den bevorzugten Sehenswürdigkeiten und den für Tagesreisen akzeptierten Entfernungen. Aus Farbcodes für die verschiedenen Konsumententypen ergeben sich unterschiedliche Anforderungen an Marketing und die Kommunikation sowie potenzielle Kooperationen. Wolfgang Linneweber und Teun den Dekker fungieren in diesem Prozess als eine Art „Dolmetscher“ für die tagestouristischen Betriebe und begleiten die Workshop-Teilnehmer auch weiterhin. Wenn der Workshop „Angebotsentwicklung“ am Mittwoch, 13. November, im Straelener Hof, Straelen in seine zweite Runde geht, dann heißt es unter anderem: Bekanntheitsgrad erhöhen – Qualität steigern.

Bekanntheitsgrad erhöhen – Qualität steigern.

Ziel des Projektes Netzwerkmarketing Tagestourismus ist es, die Region fit für die Zukunft zu machen und wettbewerbsfähige Strukturen zu schaffen. Das Projekt soll den Bekanntheitsgrad der Region erhöhen, die Qualität der tagestouristischen Betriebe weiter verbessern und die vorhandenen Potenziale am Niederrhein und den niederländischen Regionen Nord- und Mittel-Limburg besser nutzen.

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 Entwick-

lung 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.

Bildzeile:

Gut aufgestellt in der Grenzregion: Tagestouristische Betriebe aus Deutschland und den Niederlanden wollen ihre Gäste besser kennen lernen.

Foto:

Netzwerkmarketing Tagestourismus/Abdruck honorarfrei

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