

MOSELREGION
Traben-Trarbach Kröv



Strategiepapier Traben-Trarbach Kröv

Stand Dezember
2019

Kurzvorstellung MTK

- Der Tourismuszweckverband Moselregion Traben-Trarbach Kröv (MTK) ist eine **Destinationsmanagementorganisation** für die Verbandsgemeinde Traben-Trarbach.
- Die MTK übernimmt dabei die touristische nationale und internationale Vermarktung der **Mitglieder des Zweckverbandes** in der Innen- und Außenwahrnehmung der Region. Derzeit sind neben der Verbandsgemeinde Traben-Trarbach, die Stadt Traben-Trarbach und die Ortsgemeinden Reil, Burg/Mosel, Enkirch, Starckenburg, Kröv und Kinheim Mitglieder des Zweckverbandes.
- Die MTK managet damit ein jährliches Gästeaufkommen von knapp **286.000 Übernachtungsgästen**.
- An Ihrem Sitz in Traben-Trarbach sind insgesamt **drei Mitarbeiter** beschäftigt.
- Die MTK erfüllt die Aufgaben einer **touristischen Marketingorganisation** und verantwortet das Destinationsmanagement für die gesamte Region Traben-Trarbach Kröv auf nationaler und internationaler Ebene.
- Inhaltliche Arbeitsschwerpunkte sind **Imagewerbung, Themenprofilierung, Infrastruktur- und Qualitätsmanagement, Organisations- und Kooperationsstrukturen, Service- und Angebotsoptimierung sowie Information, Pressearbeit und PR-Kommunikation**.

Strategie MTK



Kernkompetenzen



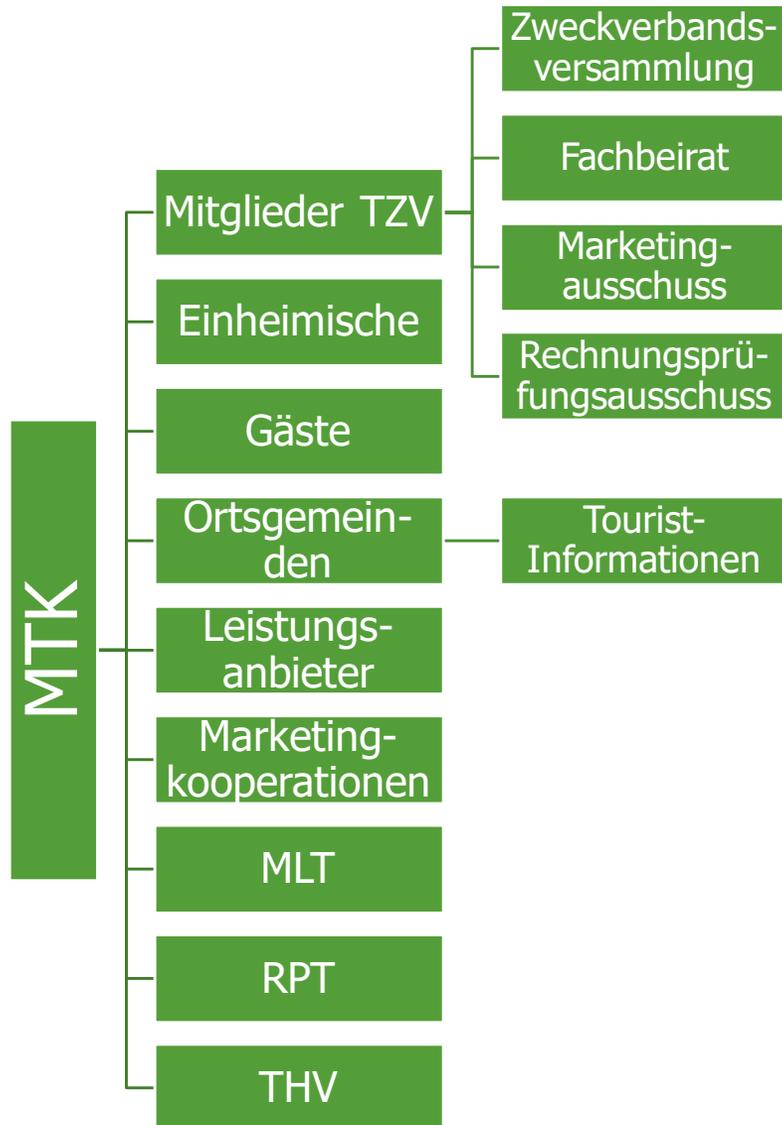
Mission

Die MTK vermarktet in der **touristischen Innen- und Außenwahrnehmung** die Mitglieder. Wir repräsentieren die Wein- und Kulturlandschaft unserer Region für Gäste, bündeln die Kräfte der Akteure und steigern den **Bekanntheits- und Beliebtheitsgrad** als Urlaubs- und Freizeitdestination im In- und Ausland.

Vision

- Unsere Moselregion Traben-Trarbach Kröv ist die **beliebteste touristische Destination** an der Mosel.
- Wie bieten Gästen und Einheimischen einen qualitativ hochwertigen und attraktiven Aufenthalt, so dass unsere Gäste unsere Region **weiter empfehlen und immer wieder kommen.**

Strategie



Als Destinationsmanagementorganisation

- gestalten wir aktiv die **Urlaubs- und Freizeitkulisse** für Gäste und Einheimische.
- bilden und nutzen wir ein **Kooperationsnetzwerk** aus Gleichgesinnten (Mitglieder Zweckverband und deren Institutionen, Leistungsanbietern und Organisationen in der Region). Alle Beteiligten bringen sich in den Prozess aktiv mit ein.
- beobachten wir touristische Trends und nehmen eine Vorreiterrolle in der Region ein, um **innovative Konzepte** zielgruppengenau umzusetzen.

Leitlinien

Die Moselregion Traben-Trarbach Kröv

- bietet eine hohe Dichte **kombinierbarer Angebote** von guter Qualität und mit persönlichem Service auf kleinem Raum.
- macht **Kultur erlebbar** – dabei setzt die Region neben Sehenswürdigkeiten auch auf gelebte Tradition der Einheimischen.
- steht für **genussvolles Weinerlebnis** mit moseltypischer Geselligkeit auf Wein- und Hoffesten, beim Winzer und in Weinstuben.
- ist ein **Anziehungspunkt für Aktive** zu Fuß, auf dem Rad oder auf dem Wasser inmitten attraktiver Weinkulturlandschaft.

Ziele

- Wir streben eine **nachhaltige Tourismusedwicklung** an.
- Dabei fokussieren wir uns auf **chancenreiche Themen und Zielgruppen** und
- streben eine **stetige Erhöhung der Angebots- und Aufenthaltsqualität** an.
- Wir verbessern langfristig unsere **zielgruppenspezifische Außenkommunikation** und
- festigen die **Zusammenarbeit** innerhalb der Moselregion

Profilthemen

Freizeitthemen	Profilthemen		
	Wein und Kulinarik	Natur	Kultur
Weinerlebnis			
Wandern			
Rad			
(Kultur-)Veranstaltungen			
Wellness			
Architektur			
Wassersport			

Handlungsfelder



Maßnahmenbereiche & Maßnahmenbereiche



Aufgaben des MTK

Strategie und Positionierung

- Strategie-entwicklung und -umsetzung in Anlehnung an Tourismus- und Marketingkonzept
- Vernetzung und Kooperationen
- Politische Interessensvertretung
- Mitwirkung in Innen- und Außengremien
- (Mit)entwicklung von Leuchtturmprojekten

Außenmarketing

- Etablierung eines zielgruppenspezifischen Themenportfolios
- Definition von „Schaufensterprodukten“
- Impuls bei der Produktentwicklung
- Nationales und internationales Regionalmarketing

Innenmarketing

- Wissenstransfer und –austausch in die Tourismusorganisationen der Region
- Weiterbildungsangebote für Tourismusorganisationen und Leistungsanbieter
- Strategische Stärkung von Tourismusbewusstsein und –akzeptanz in Gremien und Bevölkerung

Qualitätsmanagement

- Zertifizierungen
- Innerbetriebliche Qualitätsstandards

Digitalisierung

- Entwicklung und Umsetzung einer Digitalisierungsstrategie
- Aufbau relevanter, gemeinsamer Datenbanken

Infrastruktur

- Management für prädikatisierte überörtliche Infrastruktur
- Initiierung von touristischen Infrastrukturprojekten in Abstimmung mit Mitgliedern des MTK

Gästeservice

- Nur punktuell



Projekte des MTK 2020

Strategie und Positionierung

- Finalisierung und Umsetzung Marketingkonzept
- Umsetzungsmanagement Tourismuskonzept
- Umstellung Deskline
- (Mit)entwicklung von Leuchtturmprojekt Skywalk

Außenmarketing

- Landingpage
- Veranstaltungskalender
- Messebesuche
- Unterkunftsverzeichnis
- Homepage
- Social Media Auftritt
- Pressereise 4xMosel
- Erstellung und Ausführung Redaktionsplan
- Wein-Wander-Event

Innenmarketing

- Fortbildungsangebot Tis: Produktentwicklung und –vermarktung
- Erstellung Flyer Zweckverband
- Organisation Produktreise „Vinotheken“ für Zweckverbandsversammlung

Qualitätsmanagement

- 40 DTV Zertifizierungen
- Q-Zertifizierung
- Meldewesen
- Umsetzung Qualitätswoche für Gastgeber mit Vorträgen

Digitalisierung

- Entwicklung einer Digitalisierungsstrategie
- Aufbau relevanter, gemeinsamer Datenbanken, v.a. Bilddatenbank und Optimierung Outdooractive

Infrastruktur

- Finalisierung Seitensprung Kluckertspfad
- Evtl. Leader Antrag für Infrastrukturprojekt (Übernachten an Secret Places, Inwertsetzung Wanderwege)

Gästeservice

- Prospektversand, Beschwerdemanagement

Aufgaben der lokalen Tourist-Informationen

Strategie und Positionierung

- Lokale Konzepte und Strategien mit Profil auf Grundlage der regionalen Tourismusstrategie
- Mitwirkung in lokalen Gremien

Außenmarketing

- Produkt- und Veranstaltungsentwicklung
- Entwicklung von Schaufensterprodukten
- punktuell, vor allem für Highlightveranstaltungen

Innenmarketing

- Wissenstransfer und –austausch mit Leistungsanbietern
- Strategische Stärkung von Tourismusbewusstsein und –akzeptanz in Gremien und Bevölkerung

Qualitätsmanagement

- innerbetriebliche Qualitätsstandards und Qualitätssiegel für Tourist-Informationen

Digitalisierung

- Umsetzung und Unterstützung bei der Digitalisierungsstrategie

Infrastruktur

- Management für lokale Infrastruktur
- Initiierung von touristischen, lokale Infrastrukturprojekten

Gästeservice

- Vollumfänglicher Gästeservice Beratung, Information und Vertrieb

Aufgaben der Mitglieder des MTK

Finanzierung

- Ausreichende Mittelausstattung zum Erreichen der Organisationsziele

Strategie und Positionierung

- Austausch und Netzwerken über strategische und operative Themen
- Beratung und Kontrolle der operativen Ebene durch entsprechende Organe/ Gremien

Außenmarketing

- Repräsentation der MTK und deren Ziele

Innenmarketing

- Repräsentation der MTK und deren Ziele auf politischer Ebene
- Stärkung des Tourismusbewusstseins und –akzeptanz in lokalen Gremien und Bevölkerung

Digitalisierung

- Förderung moderner digitaler Infrastruktur

Infrastruktur

- Finanzierung und Betrieb touristischer Infrastruktureinrichtungen
- Koordination von touristischen Infrastrukturmaßnahmen