Erdings Tourismus attraktiver machen

Studierende der Hochschule IUBH präsentieren Vermarktungskonzepte für das Tourismusangebot der Stadt Erding

Die touristischen Qualitäten Erdings besser vermarkten - dieser Aufgabe widmeten sich Tourismusstudenten der Hochschule IUBH München: Gemeinsam mit dem Stadtmarketing Erding entwickelten sie über zwei Semester hinweg Strategien, die Erding für Familien, Kulturinteressierte, Menschen mit Servicebedarf und nachhaltigkeitsbewusste Konsumenten attraktiver machen. Am Mittwoch stellten die Studierenden ihre Ergebnisse der Stadt Erding und Akteuren des regionalen Tourismus im Best Western Parkhotel Erding vor.

"Erding bietet ein breites Spektrum an touristischen Möglichkeiten", so der Leiter des Stadtmarketings, Günther Pech. "Was teilweise noch fehlt, ist die geeignete Ansprache, gerade für Menschen mit Anspruch auf Nachhaltigkeit." Dies berücksichtigen auch die Konzepte der IUBH. In Flyern, kleinen Geschichten und neuen Veranstaltungskonzepten möchten die Studierenden auf das vorhandene Angebot der Stadt zielgruppengerecht aufmerksam machen. Dabei, so das Fazit der Analyse, könnten schon kleine Maßnahmen einen positiven Effekt bewirken - zum Beispiel, indem ein Hotel, das vermehrt Familien anziehen möchte, familienfreundliche Attraktionen wie eine Radtour oder das Rutschenparadies Galaxy Erding auf seiner Webseite präsentiert.

Vom neuen Maskottchen "Champ" für Erding, das die Braukunst der Stadt näherbringen soll, zum verlängerten Wellness-Wochenende für nachhaltigkeitsbewusste Konsumenten: "Uns war es wichtig, in den Vermarktungsstrategien die einzelnen Zielgruppen zu berücksichtigen", so Tourismusprofessorin Anna Klein. Nur wenn auf die verschiedenen Bedürfnisse von Reisenden eingegangen werde, könne eine Stadt wie Erding ihr touristisches Potential voll entfalten.

In zwei Exkursionen nach Erding hatten sich die dualen Studenten davon ein eigenes Bild gemacht. Sie besuchten mit Unterstützung der Therme Erding und der Brauerei Erdinger Sehenswürdigkeiten der Stadt, fassten den touristischen Bestand in einer Analyse zusammen und entwickelten davon ausgehend neue Ideen für die Vermarktung des touristischen Angebots. Die schriftlichen Ergebnisse der Case Study stellen sie nun dem Stadtmarketing und Vertretern des regionalen Tourismussektors zur Verfügung.

Bildmaterial und Präsentationen zu den Studienergebnissen stehen zum Download bereit:
http://www.iubh-dualesstudium.de/pressekonferenz150513

Pressekontakt

IUBH Duales Studium

Frau Katharina Kubisch
Berg-am-Laim-Str 47
81673 München

iubh-dualesstudium.de
k.kubisch@iubh-dualesstudium.de

Firmenkontakt

IUBH Duales Studium

Frau Janine Segref
Zenostraße 6
83435 Bad Reichenhall

iubh.de
j.segref@iubh.de

Die Internationale Hochschule Bad Honnef ? Bonn (IUBH), die 1998 gegründet wurde, versammelt unter ihrem Dach drei voneinander unabhängige Hochschulbereiche: das Campusstudium mit internationaler Managementausrichtung an der IUBH School of Business and Management, das IUBH Duale Studium und das IUBH Fernstudium. Das Campusstudium in Bad Honnef und Bad Reichenhall umfasst englischsprachige Bachelor- und Masterstudiengänge mit Fokus auf die internationale Service-Industrie. Durch die Fusion mit der Adam-Ries-Fachhochschule zum Wintersemester 2013/14 unter dem Dach der IUBH können Studierende künftig auch ein duales Studium an den Standorten Bad Reichenhall, Erfurt, München und Düsseldorf absolvieren. Die betriebswirtschaftlichen Fernstudiengänge der IUBH sind auf größtmögliche Flexibilität ausgelegt. Träger der IUBH ist die Career Partner GmbH.
Weitere Informationen: www.iubh.de, www.iubh-dualesstudium.de, www.iubh-fernstudium.de und www.careerpartner.eu