

LEADER-Projekt:



„Interaktive APP Mosel-Wein-Nachts-Markt“

Projektträger: Stadt Traben-Trarbach

Projektlaufzeit: 2017 - 2019

Kosten/Finanzierung:

Gesamtkosten (netto): 20.000 €

Förderung (60 %):

ELER-Mittel: 12.000 €

Projektstatus: abgeschlossen

Projektbeschreibung:

Hintergrund

Seit fünf Jahren veranstaltet die Stadt Traben-Trarbach einen sehr erfolgreichen Weihnachtsmarkt. Auf Grund der Besonderheit eines thematischen Weihnachtsmarktes rund um die Themen Weihnacht, Wein, Kulinarik, regionale Produkte und das besondere Ambiente in den ehemaligen Weinkellern der Stadt ist der Weihnachtsmarkt mittlerweile überregional bekannt und zieht jedes Jahr mehr Besucher an. Geschätzt haben 150.000 Besucher im letzten Jahr den Mosel-Wein-Nachts-Markt besucht, in diesem Jahr werden erneut mehr Besucher erwartet.

Angelehnt an das bestehende Tourismuskonzept der Stadt Traben-Trarbach wurde der Weihnachtsmarkt mit folgenden Zielsetzungen konzipiert:

1. Standortimage stärken
2. Wertschöpfung und Steigerung der Zahl der Übernachtungen
3. Schaffung und Erhalt von Arbeitsplätzen
4. Verbesserung der Qualität touristischer Angebote
5. Touristische Produkte entwickeln
6. Saisonverlängerung bzw. Schaffung einer Wintersaison

Diese Ziele wurden im Wesentlichen erreicht und werden konsequent weiterverfolgt und optimiert. Vor allem die Besuchersteuerung vor Ort ist auf Grund der Vielzahl an Besuchern eine Aufgabe, die in den vergangenen Jahren viel Raum in den Planungen eingenommen hat. Hierbei steht das gesamte Besuchererlebnis auf dem Prüfstand, von der Anreise und Parkplatzsuche, die sich oft als kritisch erweist, bis hin Orientierung der Besucher während des Besuchs. Auf Grund des hohen Andrangs liegt seit 2014 ein Sicherheitsgutachten vor, das bereits umgesetzt wurde. Wesentlicher

Punkt des Konzeptes ist die Festlegung einer maximalen Personenanzahl in den Kellern und Maßnahmen zur Besucherzählung.

Zwar wurden schon einige Maßnahmen eingeleitet bzw. umgesetzt (Schaffung von mehr Parkplatzkapazitäten, Fußgänger Leitsystem etc.), die Erfahrung zeigt jedoch, dass noch mehr Instrumente zur optimalen Besucherführung nötig sind, um allen Besuchern ein optimales Erlebnis zu ermöglichen.

Hier möchte der Veranstalter mit einer innovativen, digitalen App ansetzen, die infrastrukturelle Vorteile bietet, als auch ein emotionales Erleben und Interaktion mit dem Mosel-Wein-Nachts-Markt zu ermöglichen.

Besucherbefragung Mosel-Wein-Nachts-Markt

Über eine Besucherbefragung in 2014 wurde die tatsächliche Zielgruppe des Mosel-Wein-Nachts-Marktes verifiziert. Bei einem Viertel der Besucher handelt es sich um Übernachtungsgäste, die meisten besuchen den Weihnachtsmarkt als Familie, Pärchen oder mit Freunden. Knapp 20% geben schon jetzt an auf den Mosel-Wein-Nachts-Markt durch das Internet aufmerksam geworden zu sein, ein guter Teil der Besucher ist also digital affin und informiert sich auch über solche Medien. Ein Großteil der Besucher ist älter als 40 Jahre, von den jüngeren Befragten war verstärkt der Wunsch auch Angebote im digitalen Bereich zu machen. Positiv wurde dabei die aktive Facebook-Seite des Mosel-Wein-Nachts-Marktes beurteilt. Diese Tendenz weist darauf hin, dass weitere Angebote in diesem Bereich gemacht werden sollte. Der größte Teil der Besucher (85%) ist mit dem Besuch zufrieden bis sehr zufrieden. Die Verbesserungsvorschläge wurden vor allem im Bereich Infrastruktur (Beschilderung, Parkleitsystem, Kellerführung) und Informationssysteme zur Orientierung gemacht.

Mosel-Wein-Nachts-Markt App

Im Jahr 2010 wurden in Deutschland rund 386.000.000 Mobile Apps heruntergeladen. Im Vergleich hierzu wurden im Jahr 2014 bereits 3.400.000.000 Mobile Apps heruntergeladen, Tendenz weiter steigend¹. Laut Statistischem Bundesamt besaßen im Juli 2015 rund 46 Millionen Personen in Deutschland ein Smartphone, im Jahr 2009 waren es gerade mal 6,31 Millionen Deutsche.²

Die Stadt Traben-Trarbach möchte mit der Entwicklung einer eigenen App zum Mosel-Wein-Nachts-Markt auf diesen Trend reagieren und den Besuchern die Möglichkeit geben sich umfassend über den Weihnachtsmarkt zu informieren. Dabei soll im Verlauf der gesamten Customer Journey passgenaue Informationen abrufbar sein. So entsteht ein Informationsmedium zum Mosel-Wein-Nachts-Markt, das neben wichtigen Informationen auch auf tagesaktuelles Geschehen reagieren kann, z.B. die Kellerkapazitäten bekannt geben. Als Vorbereitung und Erinnerung an den Mosel-Wein-Nachts-Markt kann der Besucher in regelmäßigen Abständen an den Mosel-Wein-Nachts-Markt erinnert werden. So kann neben den informierenden Elementen auch ein besonderes Augenmerk auf die kulturhistorische Bedeutung der Keller und der Stadt, Veranstaltungshinweise und weitere Besonderheiten rund um den Weihnachtsmarkt gelegt werden.

Auch Einheimische werden diese App nutzen und somit eine stärkere Identifikation mit dem Mosel-Wein-Nachts-Markt aufbauen.

Durch eine App kann so die Attraktivität und der Erlebnischarakter des Mosel-Wein-Nachts-Marktes noch deutlich gesteigert werden.

Die Stadt Traben-Trarbach möchte die App in Kooperation mit dem Ausschuss für Tourismus, Wellness und Wein und dem Arbeitskreis Mosel-Wein-Nachts-Markt erarbeiten. Es soll gemeinsam ein Leistungskatalog erstellt werden. Die Umsetzung soll von einer externen Fachfirma in Abstimmung mit der Tourist-Information Traben-Trarbach geleistet werden.

¹ www.statista.com: Anzahl der Downloads mobiler Apps in Deutschland

² www.statista.com: Anzahl der Smartphone-Nutzer in Deutschland

Folgende Komponenten soll die App aufweisen:

1. Digitales Besucherleitsystem: Der Gast kann sich schon vor seinem Besuch seine persönliche Route erarbeiten. Während des Besuchs kann er auf mögliche Verzögerungen in Echtzeit aufmerksam gemacht werden.
2. Digitale Interaktion: Es wird eine direkte Kommunikation zum Gast entstehen.
3. Vermittlung von historischen und kulturellen Informationen zu der Traben-Trarbacher Unterwelt.
4. Emotionales Eintauchen schon in der Phase der Reiseinformation wird durch Bilder und Interaktion möglich.
5. Optimiertes Besuchererlebnis vor Ort durch schnelles Auffinden von Kellern etc., Push-Nachrichten (keine Werbung), weitere Serviceangebote.

Für die Umsetzung des Konzeptes ist die Tourist-Information Traben-Trarbach zuständig, die auch die Entwicklung der App mit begleiten wird.

Erhältlich ist die App kostenfrei im App-Store und Google-Play Store.