

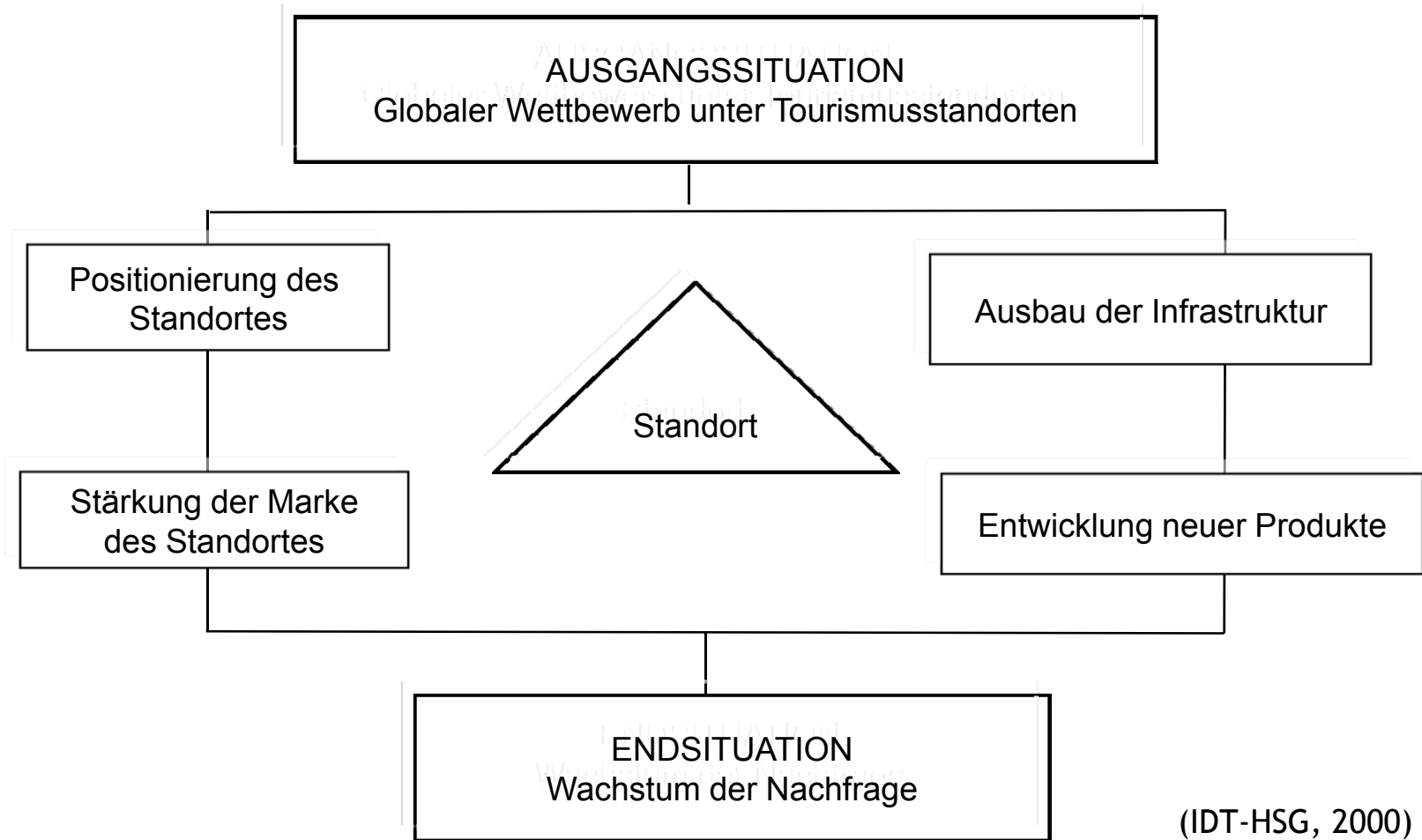
Destinationsentwicklung: Die Rolle von Events in der Imagebildung und - wahrnehmung einer Destination

- Das Beispiel MANIFESTA 7 -



Prof. Dr. Harald Pechlaner

Dipl.-Geogr. Marcus Herntrei, MBA



(IDT-HSG, 2000)

Drei Kategorien von Nuklei können unterschieden werden:

- Primäre Nuklei, die einen Reiseentscheid auslösen
- Sekundäre Nuklei, über die man sich vor einer Reise informiert
- Tertiäre Nuklei, über die man sich erst während der Reise informiert.

Ein Nukleus kann eine Sehenswürdigkeit sein, aber auch ein (befristetes) Event.

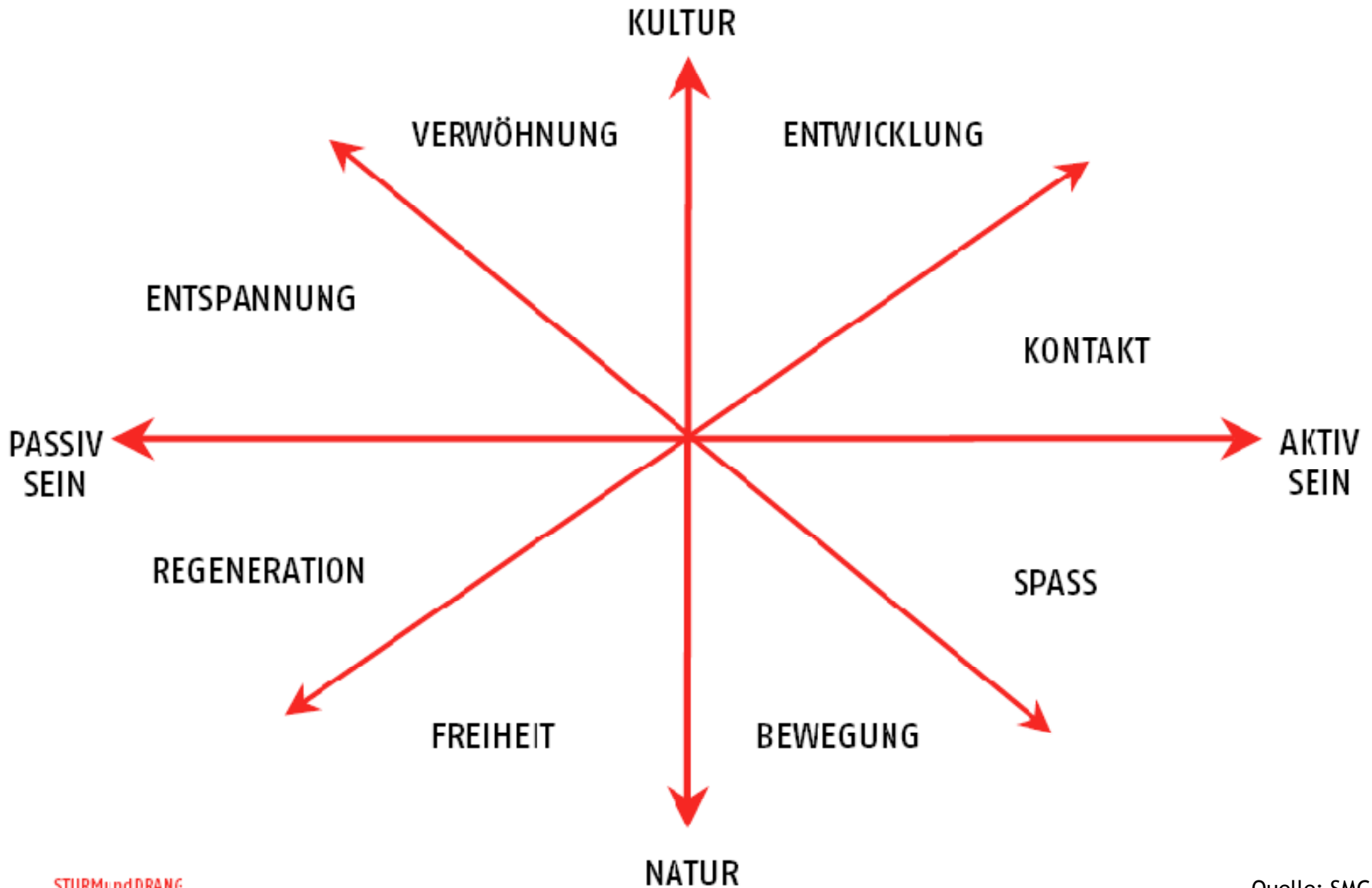
(Leiper, 1990)

- Beitrag zur Positionierung über destinationsspezifische Themen
- Gewinnung von neuen Zielgruppen
- Verringerung der Saisonalität
- Bildung und Verbesserung des Destination Images

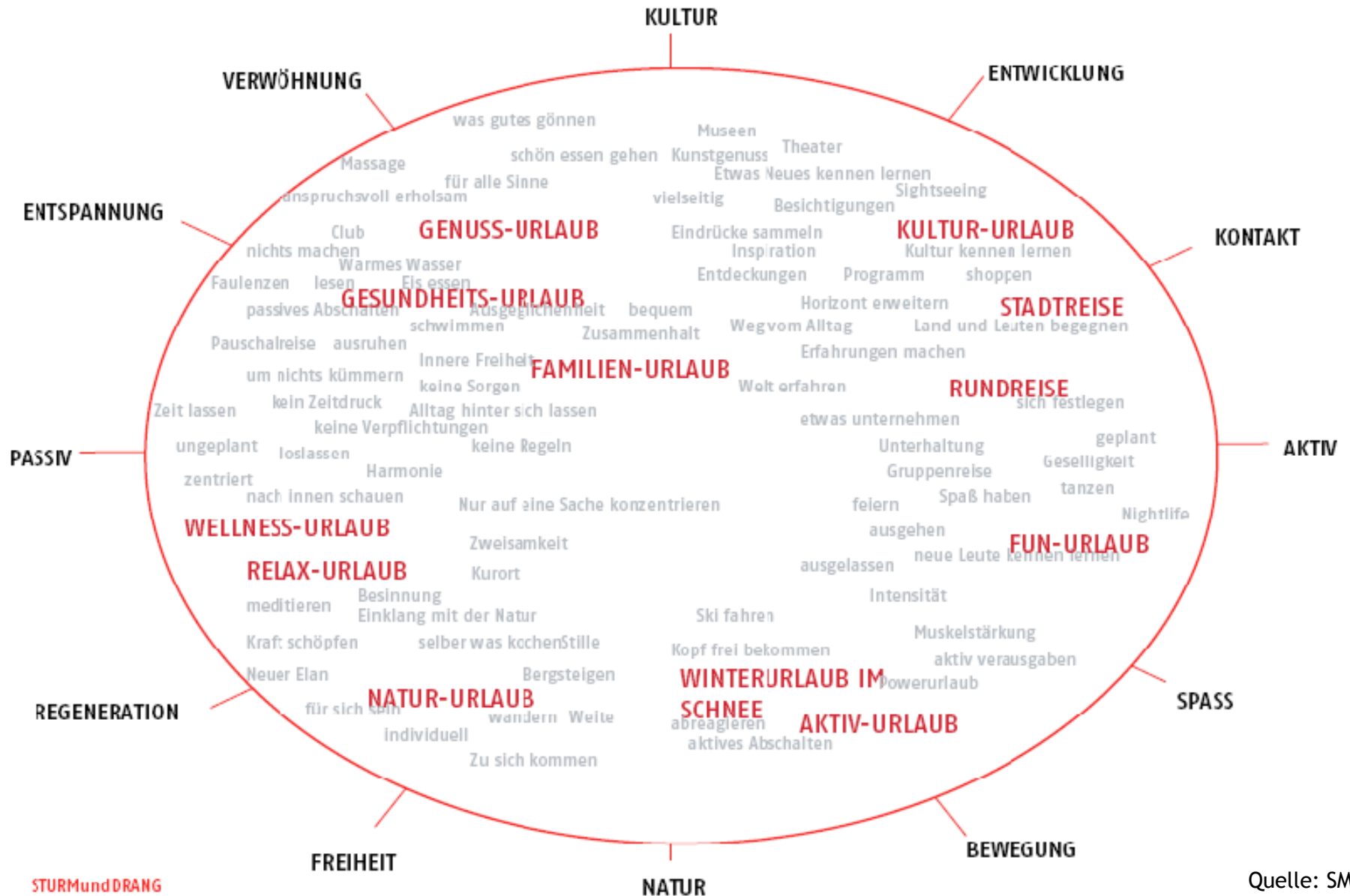
(Getz, 2000)

Studie der SMG zum Markenbild (Image) und Urlaubsmotiven bei (potenziellen) Südtirolurlaubern

Der Mindmarker™ Motivkosmos



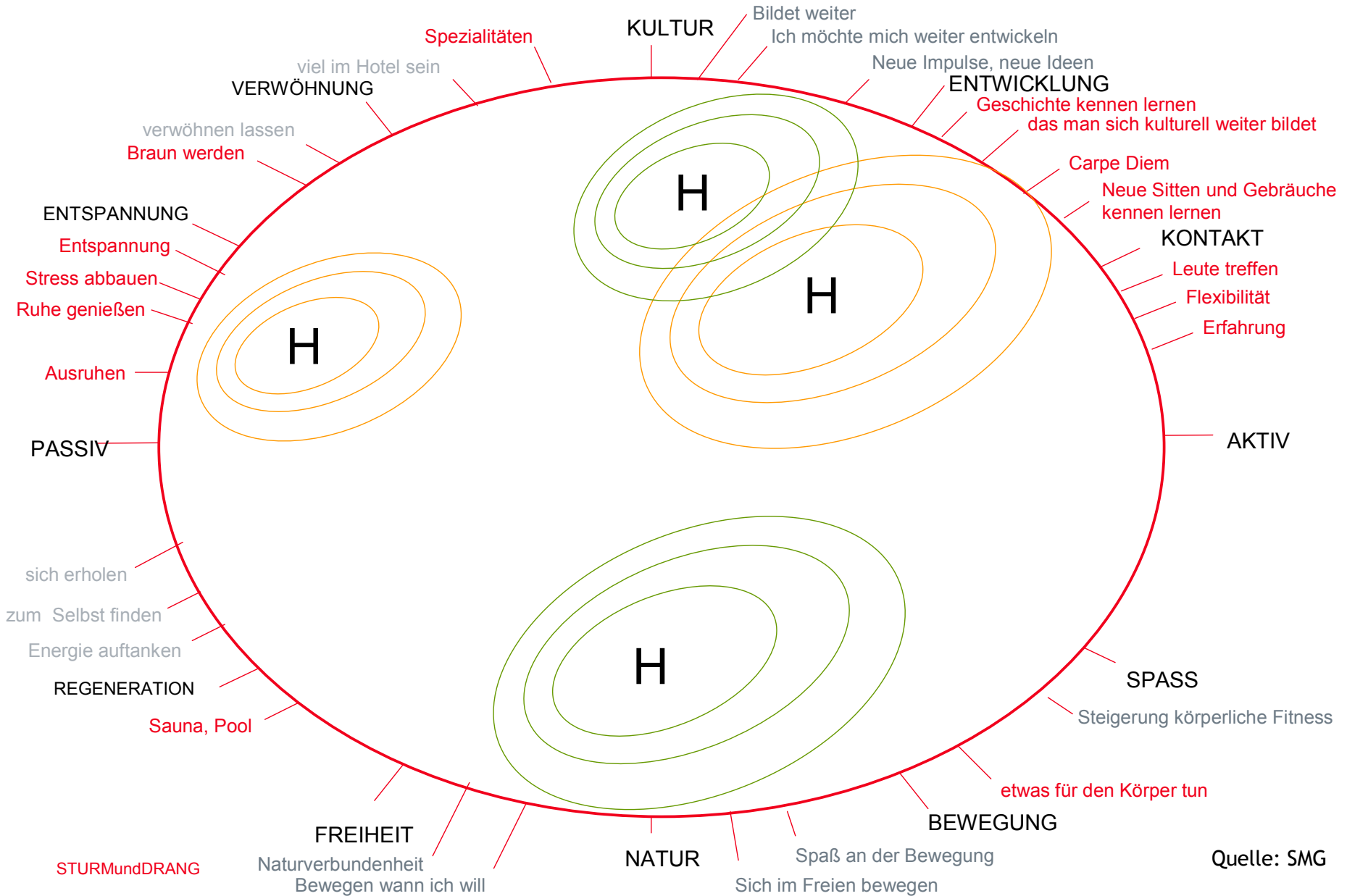
Verortung Urlaubsarten



Markenbild (Image) und Urlaubsmotiven bei (potenziellen) deutschen Südtirolurlaubern

Trend-Präferenz Urlaubsarten

Südtirol Urlauber vs. Potenzial-Urlauber



Motive der deutschen Südtirolurlauber

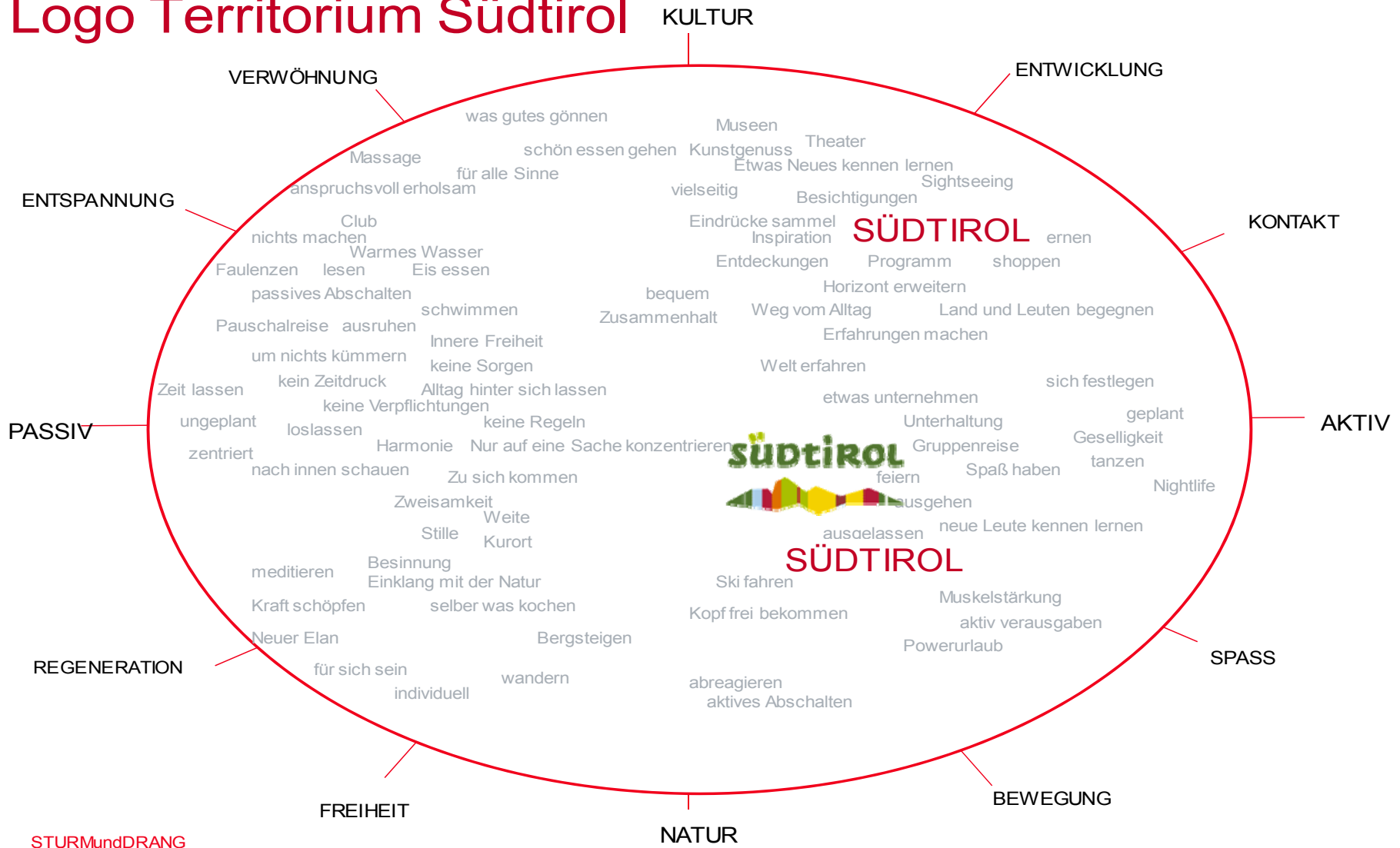
Die Südtirol Urlauber schätzen

- Bewegung und Fitness in der Naturlandschaft
- Regeneration, Entspannung
- aktiv sein im Winter (Freiheit & Bewegung), aktiv sein im Sommer (Entdeckungen, Kontakt)
- Kultur im Sinne von Sehenswürdigkeiten

Die potenziellen Südtirol Urlauber suchen

- Alltagskultur erleben, Neues lernen
- Land & Leute kennenlernen
- städtische Aspekte & Shopping

Destinationsimage und Logo Territorium Südtirol



STURMundDRANG

Es gibt noch keine Verbindung zu den traditionellen kulturellen und modernen lebensstilistischen Assoziationen der Destination

Besucherbefragung MANIFESTA 7



ExAlumix - Bolzano



MANIFESTA 7

- ▶ Die MANIFESTA ist eine der wichtigsten und experimentellsten Biennalen zeitgenössischer Kunst in Europa
- ▶ Sie findet alle zwei Jahre an wechselnden Orten statt
- ▶ Im Jahr 2008 wurde die MANIFESTA 7 für 100 Tage von der Region Trentino-Südtirol ausgetragen, zum ersten Mal in der Geschichte der Biennale im ländlichen Raum und zeitgleich an vier verschiedenen Standorten



ExAlumix - Bolzano



Fortezza -
Franzensfeste



Manifattura Tabacchi -
Rovereto



Palazzo delle Poste -
Trento

Source: www.manifesta7.it

MANIFESTA 7



MANIFESTA 7



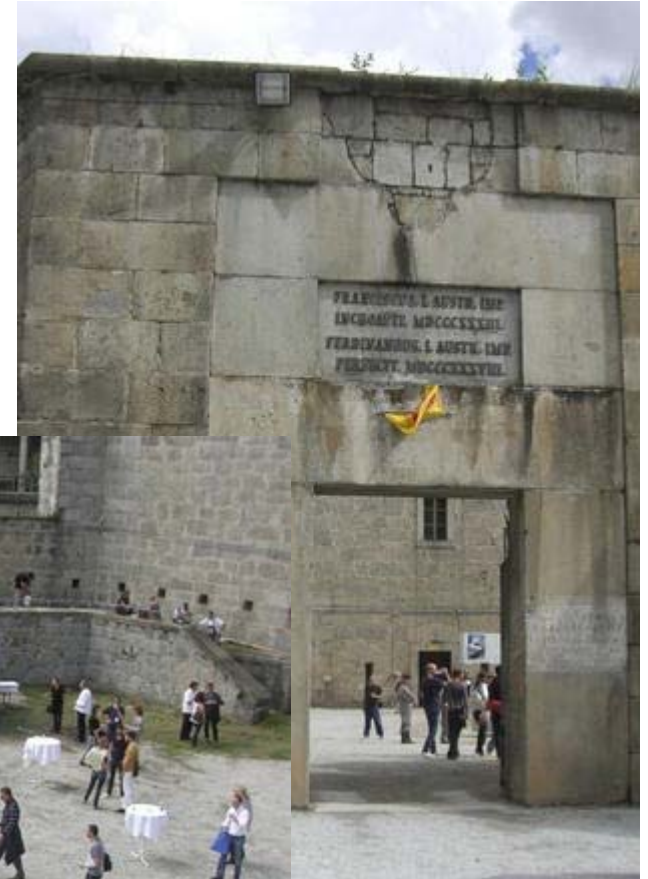
MANIFESTA 7



MANIFESTA 7



MANIFESTA 7



Bildquelle: www.focus.de

Besuchertypen der MANIFESTA 7

Gruppe I: MANIFESTA 7 als Hauptreisegrund

Gruppe II: andere Hauptreisegründe für den Besuch der Region Trentino-Südtirol
Gäste wussten vor der Anreise bereits von MANIFESTA 7

Gruppe III: andere Hauptreisegründe für den Besuch der Region Trentino-Südtirol
Gäste haben erst vor Ort von MANIFESTA 7 erfahren

Erhebungsmethode

- ▶ Quantitative, standardisierte face-to-face Interviews
- ▶ Durchgeführt an allen 4 Standorten
- ▶ An verschiedenen Tagen und Uhrzeiten (dynamisch)
- ▶ Befragt wurden Einheimische und Touristen

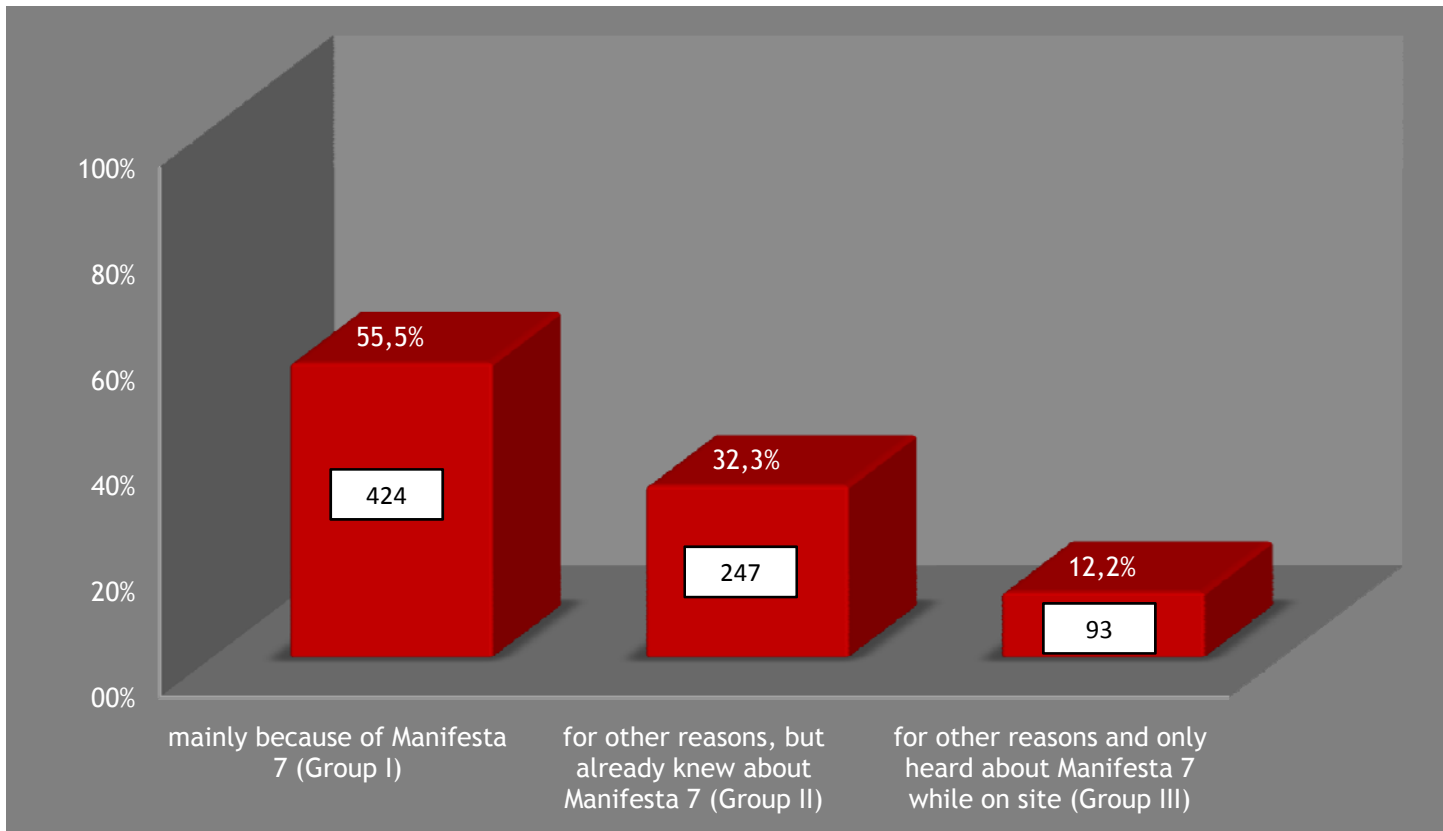
Stichprobe

- ▶ 1,394 gültige Interviews, davon 796 Touristen
- ▶ Touristen = nicht ansässig in der Region Trentino-Südtirol

	5 Aug 08 - 10 Aug 08	12 Sep 08 - 24 Sep 08	28 Oct 08 - 2 Nov 08	Total
Fortezza/Franzensfeste	80	36	78	194 (384)*
Bolzano/Bozen (Ex-Alumix)	115	86	51	252 (425)*
Trento (Palazzo delle Poste)	74	48	73	195 (341)*
Rovereto (Ex Peterlini/ Manifattura Tabacchi)	50	41	64	155 (244)*
Total	319 (468)*	211 (406)*	266 (520)*	796 (1394)*

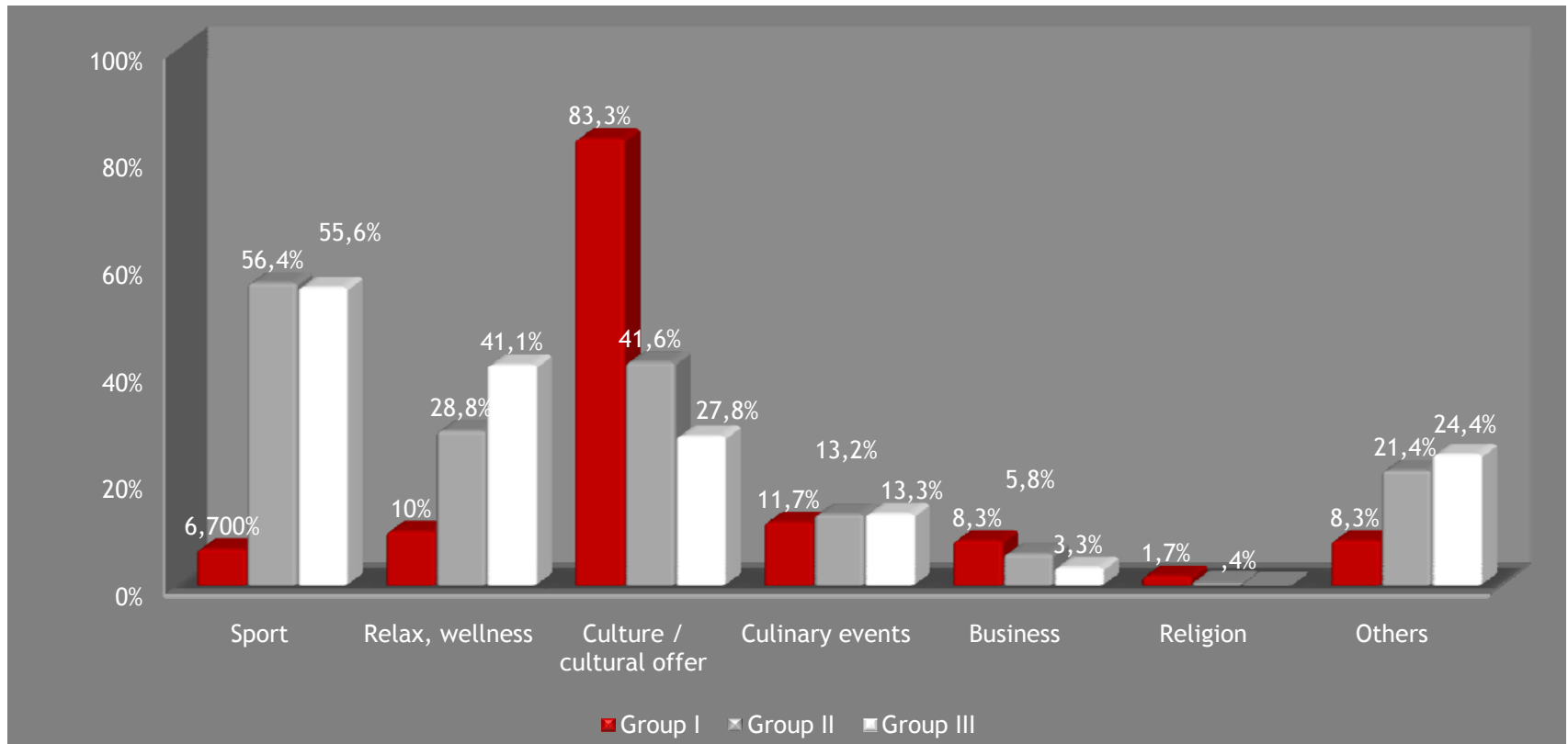
* Anzahl gültiger Interviews, (Touristen & Ansässige).

Besuchergruppen MANIFESTA 7



* 764 gültige Interviews , 32 nicht gültige Interviews

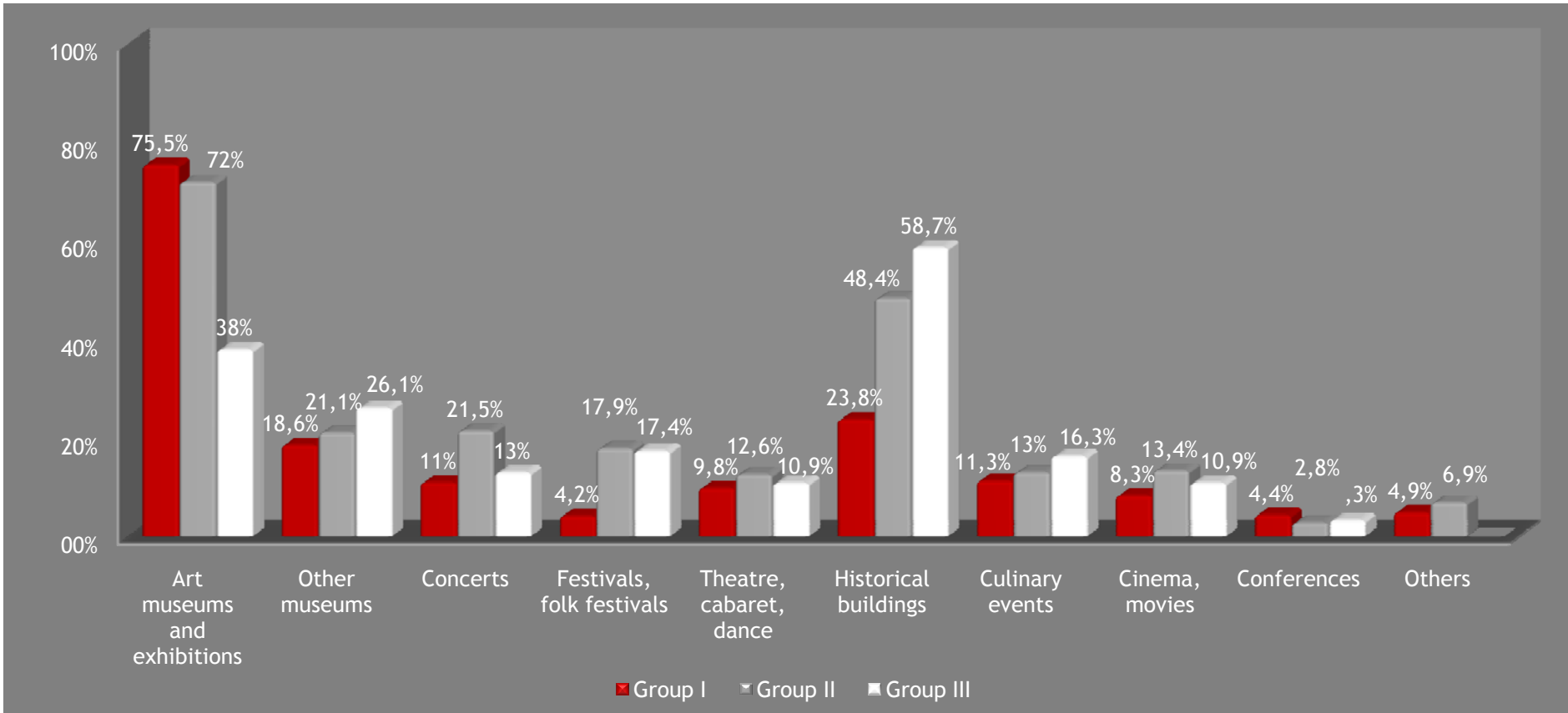
Gründe für den Besuch der Region Trentino-Südtirol



3 mögliche Antworten (n=764)



Besucher der MANIFESTA 7: Welche weiteren Kulturangebote haben Sie genutzt?



multiple choice (n=764)

Wahrnehmung des Destination Image durch die 3 MANIFESTA 7 Besuchergruppen

	Gruppe I	Gruppe II	Gruppe III	Kruskal-Wallis Test
traditonell (1) und modern (5)	2.26	2.06	1.85	.000*
bodenständig (1) und exklusiv (5)	2.47	2.20	1.98	.000*
fortschrittlich (1) und konservativ (5)	3.11	2.99	3.19	.294
preiswert (1) und teuer (5)	3.14	3.10	3.30	.172
entspannend (1) und ermüdend (5)	2.06	1.74	1.81	.000*
langweilig (1) und spannend (5)	3.49	3.73	3.67	.004*
lebhaft (1) und ruhig (5)	3.35	3.64	3.55	.000*

Significance of the differences in destination image of the three groups (n=764)

* Significance level 0.05

<i>Welches Image assoziieren Sie mit der Region Trentino-Südtirol?</i>	Gruppe I*	Gruppe II*	Mann-Whitney-U-Test Asymp. Sig. (2-tailed)
Traditionell (1) und modern (5)	2.26	2.06	.003***
Bodenständig (1) und exklusiv (5)	2.47	2.20	.000***
Entspannend (1) und ermüdend (5)	2.06	1.74	.000***
Langweilig (1) and spannend (5)	3.49	3.73	.001***
Lebhaft (1) and ruhig (5)	3.35	3.64	.000***
	Gruppe I*	Gruppe III*	
Traditionell (1) und modern (5)	2.26	1.85	.000***
Bodenständig (1) und exklusiv (5)	2.47	1.98	.000***
Entspannend (1) und ermüdend (5)	2.06	1.81	.006***
Langweilig (1) and spannend (5)	3.49	3.67	.086**
Lebhaft (1) and ruhig (5)	3.35	3.55	.061**

Significance of the differences in destination image of the three groups (n=764)

*Average. ** Significance level 0.05; *** Significance level 0.10

<i>Welches Image assoziieren Sie mit der Region Trentino-Südtirol?</i>	Gruppe II*	Gruppe III*	Mann-Whitney-U-Test Asymp. Sig. (2-tailed)
Traditionell (1) und modern (5)	2.06	1.85	.016**
Bodenständig (1) und exklusiv (5)	2.20	1.98	.031**
Entspannend (1) und ermüdend (5)	1.74	1.81	.392
Langweilig (1) and spannend (5)	3.73	3.67	.660
Lebhaft (1) and ruhig (5)	3.64	3.55	.434

Significance of the differences in destination image of the three groups (n=764)

*Average. ** Significance level 0.05; *** Significance level 0.10

Zufriedenheit mit den Kulturangeboten

<i>Wie zufrieden sind Sie mit...</i>	Gruppe I*	Gruppe II*	Gruppe III*	Kruskal-Wallis-Test Asymp. Sig.
the variety of cultural events	1.88	1.63	1.69	.000
the information about cultural events	2.03	1.82	2.01	.004
the connection between cultural events	2.32	2.03	2.31	.007
the connection between cultural and tourist-focused events	2.00	2.05	2.20	.001
the quality of cultural offer	2.00	1.61	2.85	.000
cultural offer in general	1.88	1.69	1.90	.000

Significance of the differences in satisfaction of the three groups (n=764)

*Average (1=very satisfied; 5=very unsatisfied).

Zufriedenheit mit den Kulturangeboten

<i>Wie zufrieden sind Sie mit...</i>		Gruppe I	Gruppe II	Gruppe III
the variety of cultural offer	Beta	.150	.473	.258
	Sig.	.468	.000	.000
the information about cultural offer	Beta	.083	.114	-.092
	Sig.	.012	.017	.348
the connection between cultural offer	Beta	.018	.078	.209
	Sig.	.784	.431	.000
the connection between cultural and tourist-focused offer	Beta	.054	.100	.073
	Sig.	.765	.007	.327
the quality of cultural offer	Beta	.744	.330	.501
	Sig.	.000	.000	.000

Satisfaction with the cultural offer of the region and the influence of single items on the overall satisfaction (n=764).

Wahrnehmung der MANIFESTA 7

<i>MANIFESTA 7 ...</i>	Gruppe I*	Gruppe II*	Gruppe III*	Kruskal-Wallis-Test Asymp. Sig.
adds to the attractiveness of the region	2.14	1.93	1.93	.000**
involves local / regional artists	1.82	1.59	1.83	.718
contributes to the cultural development of the region	2.17	2.18	2.73	.000**
transmits its atmosphere to the surroundings	2.93	2.94	3.42	.010**
gave me the chance to learn new things	1.90	2.15	2.90	.000**
Overall satisfaction with MANIFESTA 7	2.17	2.18	2.73	.000**

Significance of the differences in satisfaction of the three groups (n=764)

*Average (1=I fully agree; 5=I don't agree at all); ** Significance level 0.05

Wahrnehmung der MANIFESTA 7

<i>The biennial MANIFESTA 7...</i>		Gruppe I	Gruppe II	Gruppe III
adds to the attractiveness of the region Trentino-South Tyrol				
	Beta	.161	.083	.113
	Sig.	.019	.787	.545
contributes to the cultural development of the region Trentino-South Tyrol				
	Beta	.221	.255	.274
	Sig.	.006	.006	.031
transmits its atmosphere to the surroundings				
	Beta	.113	.181	.058
	Sig.	.019	.838	.707
gave me the chance to learn new things				
	Beta	.083	.268	.471
	Sig.	.853	.000	.000

Satisfaction with the perception of Manifesta 7 and the influence of single items on the overall satisfaction (n=764).

* 1=I fully agree; 5=I don't agree at all

Ergebnisse

- ▶ Durch die MANITESTA 7 konnten erfolgreich neue, “potenzielle Gäste” angesprochen werden (push-funktion)
- ▶ Es gibt signifikante Unterschiede der Gästegruppen
 - ▶ in der Zufriedenheit mit der Veranstaltung sowie mit dem erweiterten Produktangebot
 - ▶ in der Wahrnehmung der Destination
 - ▶ in der Wirkung der Veranstaltung auf die Destination

Bedeutung der Ergebnisse für die Praxis

- ▶ Mit Events können erfolgreich neue Zielgruppen angesprochen werden
- ▶ Events & neue Zielgruppen können das Image einer Destination beeinflussen
- ▶ Eine zielgruppenspezifische Produkt- und Angebotsentwicklung incl. Eventmanagement erscheint erforderlich
- ▶ Zudem unterstreichen die Ergebnisse indirekt die Bedeutung von Information und Besucherlenkung

Europäische Akademie Bozen

Institut für Regionalentwicklung und Standortmanagement



Drususallee 1

39100 Bozen, Italien

Tel +39 0471 055055

Fax +39 0471 055099

www.eurac.edu