

Drejebog for oplevelsescentre der ønsker at samarbejde med eksterne partnere fx en turistorganisation

Resultater fra projektet *Turisme Menneske Natur 2012-2015*

Claus Michelsen & Linda Ahrenkiel



Forfattere: Michelsen, Claus & Ahrenkiel, Linda

De synspunkter og holdninger som udtrykkes i denne publikation, er forfatterens og afspejler ikke nødvendigvis synspunkter og holdninger i LSUL.

LSUL Skriftserie, Volume 17, 2015

Forsidefoto: Solvin Zankl, Fjord&Bælt.- Marsvin på Fjord & Bælt, Kerteminde

Copyright: Laboratorium for Sammenhængende Undervisnings og Læring (LSUL) og forfatterene

ISBN 978-87-92321-17-6

Publikationen er tilgængelig via hjemmesiden www.lsul.dk

Indhold/ Inhalt

Dansk:

Indledning.....	4
Turisme, Menneske, Natur.....	5
Projektets formål.....	5
Naturvidenskabelige fodspor	5
Projektpartnere	6
Drejebog for science centre der ønsker at samarbejde med eksterne partnere fx en turistorganisation	7
Resume	8

Deutsch:

Einleitung.....	9
Tourismus, Mensch, Natur	10
Ziel des Projekts.....	10
Naturwissenschaftliche Fußspuren	11
Projektpartner	11
Drehbuch für Wissenschaftszentren im Hinblick auf eine Zusammenarbeit mit externen Partnern, z. B. einer Tourismusorganisation	12
Zusammenfassung.....	14

Indledning

Denne drejebog for markedsføring af turisme med fokus på naturvidenskabelige oplevelser bygger på praksiserfaringer fra projektet Turisme, Menneske, Natur (TMN) i perioden 2012-2015, hvor der har været et fokus på dialog mellem projektet og turistorganisationer omkring hvorledes nye aktiviteter og tiltag på science centre formidles bredt til turister og gøres til en del af turistorganisationers markedsføring.

Drejebogen er blevet til efter en række møder og workshops mellem partnerne i TMN projektet og lokale turistorganisationer i Interregionen Syddanmark-Schleswig-k.E.R.N. Udgangspunktet for drejebogen er den sidste workshop mellem turistorganisationer og TMN-projektet. Workshoppen blev afholdt på Phänomena i Flensburg den 29. september 2014. Referat og præsentationer fra mødet er vedlagt denne drejebog

Drejebogen er, foruden denne indledning, opbygget omkring en kort beskrivelse af TMN-projektet, den foreslåede drejebog og et resume af pointer fra workshops mellem turistorganisationer og TMN-projektet.

Målgruppen for drejebogen er først og fremmest science centre og turistorganisationer, der gennem denne drejebog kan få et indblik i hvorledes de to organisationer med forskellige fokuspunkter kan udvikle en fælles ramme for markedsføring: Science centre fokuserer i deres udvikling af nye tiltag meget på indhold i selve tiltaget, mens turistorganisationer fokuserer på markedsføring, der ofte er baseret på profiler af turistsegmenter. Denne drejebog søger at belyse hvordan de forskellige aktører bør være opmærksomme på dette i deres planlægning af hhv. nye aktiviteter og markedsføring.

Claus Michelsen, professor mso og projektleder

Linda Ahrenkiel, ph.d.-studerende

Turisme, Menneske, Natur

Danmark og Nordtyskland har ikke fået del i den vækst inden for turistområdet, som kendetegner resten af Europa. Ifølge danske og tyske rapporter tegner der sig konturerne af en nyturisme, hvor turisterne søger autentiske oplevelser med mulighed for personlig fordybelse, læring og værdi. TMN tilføjer grænseregionens turismeprofil et nyt perspektiv ved at komme med nye tilbud for interregionalt samarbejde såvel som nye mulige turistattraktioner med et stort indhold af oplevelser og værdier.

Ifølge danske og tyske rapporter som fx "Danmarks Nye Turisme – Oplæg til vækststrategi for dansk turisme" (Danske Regioner 2008) og "Handlungskonzept für die Neuausrichtung des Tourismus in Schleswig-Holstein" (Ministerium für Wissenschaft, Wirtschaft und Verkehr, TASH, TVSH, DEHOGA, IHK, 2006) såvel som "Tourismuskonzept" for Schleswig-Holstein (2006) tegner der sig konturerne af en nyturisme, hvor turisten som individuel forbruger søger autentiske oplevelser med mulighed for personlig fordybelse, læring og værdi.

Projektet Turisme, Menneske, Natur (TMN) har til formål at bidrage til udviklingen af denne nye turisme ved at fremkomme med nye tilbud for interregionalt samarbejde med offentlige og private aktører samt nye turistiske emner med et stort indhold af oplevelser og værdier. På denne måde tilføjer projektet grænseregionens turismeprofil et nyt perspektiv, og samtidig forventes øgede indtægter for de deltagende videnskabscentre, som kan direkte henføres til nyudviklede udstillinger og materialer

Projektets formål

Projektets overordnede formål er at positionere interregionen Syddanmark-Schleswig-K.E.R.N. som et moderne ferieland og gennem turisme fremme en bred offentlig forståelse for betydningen af menneskets relationer til den omgivne natur. Projektet skal bidrage til at profilere interregionen Syddanmark-Schleswig-K.E.R.N., som både en oplevelsesregion og en region med høj naturbevidsthed. Projektets overordnede målsætning realiseres gennem et tæt samarbejde mellem seks naturvidenskabelige oplevelsescentre og tre universiteter om udvikling af nye oplevelsesprodukter inden for temaet menneske-natur og fælles markedsføring af disse samt videnskabelig baseret erfaringsopsamling, videndeling og evaluering

I interregionen Syddanmark-Schleswig-K.E.R.N. tilbydes turisten i dag, udover en unik og kystnær natur, en række oplevelsescentre hvor temaet er naturen og dens biologiske og fysiske fænomener samt enestående vild- og husdyrracer i regionen. Alle centre har tilknytning eller samarbejde med forskningsmiljøer i interregionen inden for marinebiologi eller naturvidenskabelig formidling samt biodiversitet. En kombination af unik natur, oplevelsescentre og forskning har potentialet til udvikling af nye temaer og oplevelser, hvor naturens attraktionskraft kobles med viden, formidling og kommunikation. Projektet TMN skal aktivere oplevelsespotentialet i den unikke natur gennem udvikling af oplevelsesprodukter og medieplatforme, faglig formidling samt systematisk erfaringsopsamling og videndeling. Gennem fælles og koordinerede tiltag vil projektet kombinere naturoplevelser med oplevelser relateret til menneskets relationer til den biologiske og fysiske omverden med det formål at skabe øget bevidsthed om disse relationers betydning i forhold til naturbeskyttelse og bæredygtighed.

Naturvidenskabelige fodspor

Et konkret resultat af TMN-projektet er udgivelsen af bogen *Naturvidenskabelige Fodspor*, som inviterer til turismeoplevelser med autentisk indhold, aktiviteter og personligt udbytte. Bogen indeholder en række

fortællinger, der alle tager udgangspunkt i en destination i Syddanmark eller Schleswig-Holstein, og som handler om de udfordringer, som menneskets relationer til den omgivende natur stiller os overfor.

Projektpartnere

Projektets partnere tilfører projektet en række forskellige kompetencer, hvilket samlet giver projektet en unik ekspertise rækkende fra formidling af naturvidenskab til offentligheden til forskning i naturvidenskab og formidling af naturvidenskab.

- [Laboratorium for Sammenhængende Uddannelse og Læring](#), Syddansk Universitet forsker i og udbyder kurser i fagdidaktik. Blandt laboratoriets forskningsområder er formidling af naturvidenskab i uformelle læringsmiljøer. Laboratoriet har inden for de seneste seks år uddannet 5 ph.d.-kandidater og været vært for to internationale konferencer inden for disse områder.
- [Phänomena](#) er et teknisk og naturvidenskabeligt oplevelsescenter i Flensburg med mere en 150 hands-on opstillinger. De fysiske og biologiske forskningsmiljøer ved Flensburg Universität indgår i et tæt samarbejde med Phänomena om konkretisering af interaktiv læring i form af udstillingseksponater. For studerende ved universitetet fungerer Phänomena som et ideelt pædagogisk praksisfelt, hvor nyudviklede læringsmaterialer kan afprøves. Derudover har universitet ekspertise i evalueringen af selvstyret læring uden for skolen.
- [Fjord & Bælt](#) og [Naturama](#). Fjord & Bælt er et kombineret forsknings- og oplevelsescenter i Kerteminde. Forskningens hovedopgave er at forbedre havpattedyrsvilkår i Danmark og andre egne af verden. Naturama er et naturhistorisk museum i Svendborg, der er forpligtet via Museumsloven til at arbejde for bevarelsen af den danske naturarv. Der udføres ved Naturama forskning relateret til habitat- og populationsøkologi og studier af fugle og pattedyr specielt med relation til populationsdynamik.
- [Forschungs- und Technologiezentrum Westküste](#), Christian-Albrechts-Universität (FTZ) udfører interdisciplinær anvendt forskning i kystnære havområder med fokus på havpattedyr. FTZ er samarbejdspartner til Seehundstation, der er oplevelsescenter med havpattedyr i Friedrichskoog. Excellence-Cluster "Future Ocean" på CAU er et netværk af forskere fra forskellige fakulteter og institutter, som undersøger havet og klimaændringer. Emner og resultaterne af denne forskning formidles til et bredt publikum af elever.
- [Multimar Wattforum](#) er et oplevelses- og uddannelsescenter i Tönning med fokus på nationalparken Schleswig-Holstein Wattenmeer.
- Dyreparkene [Arche Warder](#) er Europas største institution til bevarelse af opdræt af sjældne husdyrracer og et oplevelsescenter med et forskningsinstitut for bevarelsen af den biologiske mangfoldighed af gamle husdyrracer. Via interessante uddannelses tilbud er det målet at repræsentere den historiske sammenhæng mellem tæmning af husdyr og menneskets evolutionære historie, såvel som at præsentere mangfoldigheden af husdyr og dermed tilskynde til en påskønnelse af disse dyr og dyrenes velfærd. Yderligere er hensigten at tydeliggøre den økologiske sammenhæng mellem natur, menneske og landbrug.

Drejebog for science centre der ønsker at samarbejde med eksterne partnere fx en turistorganisation

På baggrund af de erfaringer TMN har fået omkring samarbejder foreslås følgende drejebog for samarbejder.

HANDLING	FORKLARING
Et science center ønsker at udvikle en ny aktivitet/event og samarbejde med en ekstern partner fx fra en turistorganisation for at styrke markedsføringen	Start med at formulere formålet. Hvorfor ønsker I et samarbejde? Hvordan kan det gavne jeres aktiviteter og jeres gæster
Science centeret drøfter hvad der ønskes styrket igennem samarbejdet	Vær så grundig så muligt. Sørg for at samarbejdet bidrager til det i gerne vil have gæsten skal opleve.
Science centeret udarbejder en oversigt over mulige samarbejdspartnere	Det kan være svært at kortlægge. Ofte har de lokale turistkontor et godt overblik over hvilke aktiviteter der allerede er i gang. Husk også at tænke i utraditionelle samarbejdspartnere
Beskriv ønskerne til samarbejdsformen	
Tag kontakt til samarbejdspartneren	
Første møde - på baggrund heraf skal der afstemmes forventninger og evt. udarbejdes en samarbejdsaftale	Der vil altid være behov for justeringer, så sørg for at få lagt møde (evt. telefonmøder) ind i god tid, og sikr jer, at det prioriteres. En fast evaluering og videndeling forbedre både projektet, men også relationerne mellem parterne.
Løbende møder omkring samarbejdet	

Resume

På baggrund af møder mellem turistorganisationer og TMN-projektet er der fremkommet en række emner for potentielle samarbejder, der ligger uden for TMN-projektets fokusområde. I dette resume opridses hovedpunkterne kort.

Det der synes at kendetegne partnerne i TMN projektet er, at de er meget fokuserede på det faglige indhold i deres oplevelsestilbud. Omvendt synes det at kendetegne turistorganisationerne at fokus er på markedsføring – ofte relateret til brugen af mobile enheder. Markedsføringen synes at være meget overordnet i forhold til generelle værdier turisterne kunne have og som sådan sjældent tage udgangspunkt i det konkrete indhold som science centrene er fokuserede på

I mødet mellem partnerne fra science centre i TMN-projektet italesættes behovet for fælles markedsføring mellem science centrene således det synliggøres for de besøgende, at der er lignende (science) tilbud andre steder i Interregionen. En konkret ide der er udsprunget heraf er en såkaldt "Kombi-Ticket" til science-oplevelser i Interregionen. Desuden italesættes den ændrede demografiske sammensætning i befolkningen som en udfordring for science centrene. Science centrene oplever, at der er visse befolkningsgrupper der ikke benytter sig af attraktionerne. Dette gælder fx befolkningsgrupper med anden etnisk baggrund.

I mødet mellem turistorganisationer og TMN-projektet italesættes turistorganisationerne at markedsføringskampagner finder sted på to niveauer: På nationalt niveau og via lokale satsninger. I mange kampagner fokuseres brugen af mobile enheder.

De konkrete ideer der udspringer fra TMN-projektets partnere kunne skabe grobund for et øget samarbejde mellem turistorganisationer og science centre til en Interregional satsning på science-oplevelser.

Einleitung

Dieses Drehbuch für das Tourismusmarketing mit dem Schwerpunkt auf naturwissenschaftlichen Erlebnissen beruht auf praktischen Erfahrungen aus dem Projekt Tourismus, Mensch, Natur (TMN) im Zeitraum 2012-2015, bei dem ein Dialog zwischen Projekt und Tourismusorganisationen im Mittelpunkt stand: Wie können neue Aktivitäten und Ansätze in den Wissenschaftszentren breit an Touristen vermittelt und Teil des Marketings der Tourismusorganisationen werden?

Das Drehbuch entstand als Ergebnis einer Reihe von Besprechungen und Workshops zwischen den Partnern des TMN-Projekts und örtlichen Tourismusorganisationen in der Interregion Syddanmark-Schleswig-K.E.R.N. Ausgangspunkt ist der letzte Workshop zwischen den Tourismusorganisationen und dem TMN-Projekt, der in der Phänomena in Flensburg am 29. September 2014 stattfand. Das Protokoll und die Beiträge des Workshops sind diesem Drehbuch beigelegt.

Das Drehbuch besteht neben dieser Einleitung aus einer Kurzbeschreibung des TMN-Projekts, dem vorgeschlagenen Drehbuch selbst und einer Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse der Workshops zwischen Tourismusorganisationen und dem TMN-Projekt.

Zielgruppe des Drehbuchs sind in erster Linie Wissenschaftszentren und Tourismusorganisationen, die dadurch einen Einblick gewinnen, wie die beiden Organisationen mit verschiedenen Schwerpunkten einen gemeinsamen Rahmen für das Marketing entwickeln können: Die Zentren konzentrieren sich bei der Entwicklung neuer Ansätze überwiegend auf die Inhalte, während die Tourismusorganisationen auf das Marketing abheben, das oft auf Profilen der touristischen Segmente beruht. Dieses Drehbuch versucht zu beleuchten, wie die verschiedenen Akteure dies bei der Planung ihrer neuen Aktivitäten bzw. ihres Marketings berücksichtigen können.

Claus Michelsen, Professor und Projektleiter

Linda Ahrenkiel, Doktorandin

Tourismus, Mensch, Natur

Dänemark und Norddeutschland hatten keinen Anteil am Wachstum des Tourismus, das den Rest Europas kennzeichnet. Laut deutscher und dänischer Berichte zeichnen sich die Konturen eines neuen Tourismus ab, bei dem die Touristen authentische Erlebnisse und die Möglichkeit für Vertiefung, Lernen und Werte und für sich selbst nachfragen. TMN zeigt dem Tourismusprofil der Grenzregion eine neue Perspektive auf, indem neue Angebote für die interregionale Zusammenarbeit und mögliche neue touristische Attraktionen mit hohem Gehalt an Erlebnissen und Werten entwickelt werden.

Laut deutschen und dänischen Berichten wie z. B. „Danmarks Nye Turisme – Oplæg til vækststrategi for dansk turisme“ (Dänemarks Neuer Tourismus – Entwurf einer Wachstumsstrategie für den dänischen Tourismus) (Danske Regioner 2008) und „Handlungskonzept für die Neuausrichtung des Tourismus in Schleswig-Holstein“ (Ministerium für Wissenschaft, Wirtschaft und Verkehr, TASH, TVSH, DEHOGA, IHK, 2006) wie auch dem „Tourismuskonzept“ für Schleswig-Holstein (2006) zeichnen sich die Konturen eines neuen Tourismus ab, bei dem der Tourist als individueller Verbraucher authentischer Erlebnisse mit der Möglichkeit für Vertiefung, Lernen und Werte für sich selbst sucht.

Das Projekt Tourismus, Mensch, Natur (TMN) zielt darauf ab, durch neue Angebote für die interregionale Zusammenarbeit zwischen öffentlichen und privaten Akteuren sowie neue touristische Themen mit einem hohen Gehalt an Erlebnissen und Werten zur Entwicklung dieses neuen Tourismus beizutragen. Auf diese Weise zeigt das Projekt dem Tourismusprofil der Grenzregion eine neue Perspektive auf, wobei gleichzeitig Einnahmensteigerungen für die beteiligten Wissenschaftszentren zu erwarten sind, die direkt auf neu entwickelte Ausstellungen und Materialien zurückzuführen sind.

Ziel des Projekts

Das übergeordnete Ziel des Projekts ist die Positionierung der Interregion Syddanmark-Schleswig-K.E.R.N. als modernes Urlaubsland und die Förderung eines breiten öffentlichen Verständnisses für die Bedeutung der Beziehung des Menschen zur umgebenden Natur durch den Tourismus. Das Projekt soll dazu beitragen, die Interregion Syddanmark-Schleswig-K.E.R.N. als Erlebnisregion und eine Region mit hohem Naturbewusstsein zu profilieren. Die übergeordnete Zielsetzung des Projekts wird durch enge Zusammenarbeit zwischen sechs naturwissenschaftlichen Erlebniszentren und drei Universitäten im Hinblick auf die Entwicklung neuer Erlebnisprodukte im Themenbereich Mensch-Natur und deren gemeinsames Marketing sowie die wissenschaftlich basierte Erfassung von Erfahrungen, Wissenstransfer und Evaluierung realisiert.

In der Interregion Syddanmark-Schleswig-K.E.R.N. findet der Tourist heute neben einer einzigartigen küstennahen Natur eine Anzahl von Erlebniszentren, deren Thema die Natur und deren biologische und physikalische Phänomene sowie einzigartige Wild- und Haustierrassen in der Region sind. Alle Zentren sind mit Forschungsmilieus in der Interregion verbunden oder arbeiten mit ihnen zusammen, zum Beispiel im Bereich der Marinebiologie oder der naturwissenschaftlichen Vermittlung und Biodiversität. Eine Kombination von einzigartiger Natur, Erlebniszentren und Forschung hat das Potenzial zur Entwicklung neuer Themen und Erlebnisse, bei denen die Anziehungskraft der Natur mit Wissen, Vermittlung und Kommunikation gekoppelt wird. Das Projekt TMN soll das Erlebnispotenzial in der einzigartigen Natur durch die Entwicklung von Erlebnisprodukten und Medienplattformen, fachliche Vermittlung und systematische Erfassung von Erfahrungen und Wissenstransfer aktivieren. Durch gemeinsame koordinierte Ansätze

kombiniert das Projekt Naturerlebnisse mit Erlebnissen in Bezug auf die Beziehungen des Menschen zur biologischen und materiellen Umwelt, um das Bewusstsein für die Bedeutung dieser Beziehungen für Naturschutz und Nachhaltigkeit zu schärfen.

Naturwissenschaftliche Fußspuren

Ein konkretes Ergebnis des TMN-Projekts ist die Publikation des Buches *Naturwissenschaftliche Fußspuren*, das zu touristischen Erlebnissen mit authentischem Inhalt, Aktivitäten und persönlichem Ertrag einlädt. Das Buch enthält eine Reihe von Erzählungen, die alle ihren Ausgangspunkt in einem Zielort in Süddanmark oder Schleswig-Holstein nehmen und die Herausforderungen behandeln, denen die Beziehungen des Menschen zur umgebenden Natur uns gegenüberstellen.

Projektpartner

Die Partner des Projekts bringen verschiedene Kompetenzen in das Projekt ein, was insgesamt dem Projekt einzigartiges Fachwissen zuführt, das von der Vermittlung von Naturwissenschaft an die breite Öffentlichkeit bis hin zu naturwissenschaftlicher Forschung und deren Vermittlung reicht.

- Das [Laboratorium for Sammenhængende Uddannelse og Læring](#) (Laboratorium für Zusammenhängende Bildung und Lernen), Syddansk Universitet, forscht in Fachdidaktik und bietet Kurse dazu an. Zu seinen Forschungsgebieten zählen Vermittlung von Naturwissenschaft in informellen Lernmilieus. Das Laboratorium hat im Laufe der letzten sechs Jahre fünf Doktoranden ausgebildet und war Ausrichter von zwei internationalen Konferenzen zu diesen Themen.
- [Phänomena](#) ist ein technisches und naturwissenschaftliches Erlebniszentrum in Flensburg mit über 150 Hands-on-Aufstellungen. Das physikalische und biologische Forschungsmilieu an der Universität Flensburg trägt in enger Zusammenarbeit mit der Phänomena zur Konkretisierung von interaktivem Lernen in Form von Exponaten bei. Für Studenten der Universität dient Phänomena als ideales pädagogisches Praxisfeld, wo neu entwickelte Lehrmittel erprobt werden können. Darüber hinaus verfügt die Universität über Fachwissen in der Evaluierung von autonomem Lernen außerhalb der Schule.
- [Fjord & Bælt](#) und [Naturama](#). Fjord & Bælt ist ein kombiniertes Forschungs- und Erlebniszentrum in Kerteminde. Die Hauptaufgabe der Forschung ist die Verbesserung der Lebensbedingungen der Meeressäuger in Dänemark und anderen Teilen der Welt. Naturama ist ein naturhistorisches Museum in Svendborg, das nach dem dänischen Museumsgesetz dazu verpflichtet ist, für die Erhaltung des dänischen Naturerbes zu arbeiten. Am Naturama werden Forschungsvorhaben zur Habitat- und Populationsökologie sowie Studien von Vögeln und Säugetieren insbesondere in Bezug auf die Populationsdynamik durchgeführt.
- Das [Forschungs- und Technologiezentrum Westküste](#) der Christian-Albrechts-Universität (FTZ) betreibt interdisziplinäre angewandte Forschung in küstennahen Meeresgebieten mit dem Schwerpunkt auf Meeressäugern. Das FTZ ist Kooperationspartner der Seehundstation, eines Erlebniszentrums mit Meeressäugern in Friedrichskoog. Das Excellence-Cluster „Future Ocean“ der CAU ist ein Netzwerk von Forschern aus verschiedenen Fakultäten und Instituten, die Meer und Klimawandel erforschen. Themen und Ergebnisse dieser Forschung werden an ein breites Schülerpublikum vermittelt.
- Das [Multimar Wattforum](#) ist ein Erlebnis- und Bildungszentrum in Tönning mit dem Schwerpunkt auf dem Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer.
- Der Tierpark [Arche Warder](#) ist die größte Einrichtung Europas zur Bewahrung und Aufzucht von seltenen Haustierrassen und ein Erlebniszentrum mit Forschungsinstitut zur Erhaltung der biologischen Vielfalt alter Haustierrassen. Durch interessante Bildungsangebote zielt der Tierpark darauf ab, den historischen Zusammenhang zwischen der Züchtung von Haustieren und der

Evolutionsgeschichte des Menschen und die Vielfalt von Haustieren darzustellen und damit die Wertschätzung dieser Tiere und der Tierwohlfaht anzuregen. Außerdem ist beabsichtigt, den ökologischen Zusammenhang zwischen Natur, Menschen und Landwirtschaft zu verdeutlichen.

Drehbuch für Wissenschaftszentren im Hinblick auf eine Zusammenarbeit mit externen Partnern, z. B. einer Tourismusorganisation

Aufgrund der Erfahrungen, die TMN in Bezug auf die Zusammenarbeit gesammelt hat, wird folgendes Drehbuch für Kooperationen vorgeschlagen.

ANSATZ

Ein Wissenschaftszentrum möchte eine neue Aktivität/ein Event entwickeln und mit einem externen Partner z. B. einer Tourismusorganisation zusammenarbeiten, um das Marketing zu stärken.

Das Wissenschaftszentrum erörtert, was durch die Zusammenarbeit gestärkt werden soll.

Das Wissenschaftszentrum arbeitet eine Übersicht über mögliche Kooperationspartner aus.

Beschreiben Sie die Wünsche für die Form der Zusammenarbeit.

Nehmen Sie Kontakt zum Kooperationspartner auf.

Erste Besprechung – auf deren Grundlage die Erwartungen abzustimmen sind und eine etwaige Kooperationsvereinbarung getroffen werden soll.

Laufende Besprechungen über die Zusammenarbeit

ERLÄUTERUNG

Zu formulieren ist zunächst das Ziel. Warum möchten Sie eine Zusammenarbeit? Wie kann sie Ihren Aktivitäten und Ihren Gästen nützen?

Seien Sie so gründlich wie möglich. Sorgen Sie dafür, dass die Zusammenarbeit einen Beitrag zu den gewünschten Erlebnissen für die Gäste leistet.

Diese sind manchmal schwer zu kartieren. Oft haben die örtlichen Tourismusbüros einen guten Überblick über bereits laufende Aktivitäten. Denken Sie auch an unkonventionelle Kooperationspartner.

Es besteht ein ständiger Bedarf für Anpassungen. Sorgen Sie also dafür, Besprechungen (evtl. Telefonkonferenzen) rechtzeitig festzulegen, und messen Sie ihnen den entsprechenden Stellenwert zu. Die laufende Evaluierung und der Wissenstransfer kommen dem Projekt, aber auch den Beziehungen zwischen den Partnern zugute.

Zusammenfassung

Auf der Grundlage der Besprechungen zwischen den Tourismusorganisationen und dem TMN-Projekt sind Möglichkeiten für potenzielle Kooperationen aufgedeckt worden, die außerhalb des Schwerpunktbereichs des TMN-Projekts liegen. In dieser Zusammenfassung werden die Hauptpunkte kurz umrissen.

Für die Partner des TMN-Projekts scheint es charakteristisch zu sein, dass sie sich sehr stark auf den fachlichen Inhalt in ihren Erlebnisangeboten konzentrieren. Umgekehrt scheinen die Tourismusorganisationen den Schwerpunkt auf das Marketing zu legen – oft unter Anwendung von mobilen Einheiten. Dem Marketing wird anscheinend ein durchaus übergeordneter Stellenwert im Verhältnis zu allgemeinen Werten beigemessen, die die Touristen möglicherweise mitbringen, und daher selten vom konkreten Inhalt ausgehen, auf den sich die Wissenschaftszentren konzentrieren, .

Bei der Begegnung zwischen den Partnern der Wissenschaftszentren im TMN-Projekt wird der Bedarf für ein gemeinsames Marketing zwischen Wissenschaftszentren zur Sprache gebracht, so dass den Besuchern deutlich wird, dass ein ähnliches (Wissenschafts)angebot an anderen Orten in der Interregion vorhanden ist. Eine konkrete Idee, die daraus entspringt, ist ein sogenanntes „Kombi-Ticket“ für Wissenschaftserlebnisse in der Interregion. Außerdem wird die geänderte demografische Zusammensetzung der Bevölkerung als eine Herausforderung für die Wissenschaftszentren berücksichtigt. Die Wissenschaftszentren erleben, dass bestimmte Bevölkerungsgruppen die Attraktionen nicht nutzen. Dies gilt z. B. für Bürger anderer ethnischer Herkunft .

In der Begegnung zwischen den Tourismusorganisationen und dem TMN-Projekt sorgen die Tourismusorganisationen dafür, dass die Marketingkampagnen auf zwei Ebenen stattfinden: Auf nationaler Ebene und über lokale Ansätze. In vielen Kampagnen liegt der Schwerpunkt auf dem Einsatz mobiler Einheiten.

Die konkreten Ideen, die die Partner des TMN-Projekts einbringen, könnten einen Nährboden für eine verstärkte Zusammenarbeit zwischen den Tourismusorganisationen und den Wissenschaftszentren im Hinblick auf eine interregionale Förderung von Wissenschaftserlebnissen schaffen.

INTERREG4A
SYDDANMARK-SCHLESWIG-K.E.R.N.

