

Die Marke „Insel Usedom“: 7. Touristiker Talk am 10. Mai 2016

20.04.2016, 14:05 | Tourismus, Auto & Verkehr

Pressemitteilung von: *Steigenberger Grandhotel and Spa Heringsdorf*

Presseagentur: *Matthes & Partner PR und Text*



Steigenberger Grandhotel and Spa Heringsdorf

Wie stark ist die Marke „Insel Usedom“? Wie wird die Insel Usedom von den Bundesbürgern wahrgenommen? Inwiefern spiegelt sich die Einzigartigkeit der Insel Usedom in der Markenbildung wieder? Diese und weitere Fragen stehen beim 7. Touristiker Talk am 10. Mai 2016, ab 15.00 Uhr im Mittelpunkt. Er findet zum siebten Mal im Steigenberger Grandhotel and Spa Heringsdorf statt und wird vom Hotel und dem Tourismusverband Insel Usedom e.V. veranstaltet.

Bei der für die touristische Entwicklung von Usedom wegweisenden Veranstaltung zum Thema „Die Marke Insel Usedom in der Innen- und Außendarstellung“ hält Jon Christoph Berndt (Inhaber der brandamazing Unternehmensberatung für Markenkommunikation) den einführenden Impulsvortrag. Die Teilnehmer der Podiumsdiskussion Dörthe Hausmann (Geschäftsführerin UsedomTourismus GmbH), Bernd Fischer (Tourismusverband MV e.V.), Peter Hauptvogel (Journalist), Ralf Trimborn (Geschäftsführer inspektour), Sebastian Ader (Geschäftsführer Kaiser Spa Hotel Zur Post und Ostseehotel Villen im Park) und Till Demtröder (Schauspieler und Geschäftsführer der Agentur ExperiArts) werden zum Thema des Touristiker Talks ein kurzes Pro und Contra abgeben und anschließend in die Diskussion mit dem Publikum einsteigen. Hoteldirektor und Gastgeber Carsten Willenbockel unterstreicht die Bedeutung des diesjährigen Touristiker Talks: „Wir werden das Thema „Die Marke Usedom“ aus unterschiedlichen Blickwinkel betrachten und sicherlich wertvolle Denkanstöße für die zukünftige Entwicklung dieser wunderbaren Insel mitnehmen.“

Initiiert wurde der Touristiker Talk erstmals im Jahre 2011 von Prof. Dr. Christian Buer, Abteilungsleiter Tourismuswirtschaft der Hochschule Heilbronn. In den vorangegangenen sechs Veranstaltungen haben Tourismus-Professoren, lokale Fremdenverkehrsgrößen sowie die Fachpresse über die Themen „Destinationsmarketing für die Insel Usedom“, „Wellnessinsel Usedom – ausreichend für ihre Einzigartigkeit oder austauschbar?“, „Qualität vs. Wirtschaftlichkeit“, „Gästeerwartungen vs. Personalnöte“, „Internationalisierung der Destination Usedom – Gewinnen oder verlieren wir Gäste in der globalisierten Welt?“ und „Tourismusintensität – Fluch oder Segen einer Destination“ diskutiert. Der nächste Touristiker Talk wird im Mai 2017 stattfinden.

Portrait

Das Steigenberger Grandhotel and Spa Heringsdorf befindet sich in bester Strandlage auf Deutschlands sonnenreichster Insel Usedom. Seit seiner Eröffnung im Jahre 2011 wird größter Wert auf die Positionierung des Hotels als bestes Haus an der Ostseeküste gelegt. Das Grandhotel verfügt über 169 Zimmer, Suiten und Studios. Die ansprechende Innenarchitektur verbreitet ein ebenso elegantes wie sonniges Urlaubsambiente. Der exklusive SPA-Bereich BALTIC SEA GRAND SPA Usedom ist 2.000 Quadratmeter groß und verfügt u. a. über ein 20 Meter langes Außenbecken. Familien bzw. Kindern und Teenagern wird altersgerechte Unterhaltung und Beschäftigung geboten. Das Steigenberger Grandhotel and Spa Heringsdorf steht für lässig-elegante Vielfalt auf höchstem Niveau – am schönsten Ostseestrand. Weitere Infos: www.heringsdorf.steigenberger.de

News-ID: 900507 • Views: 1098 (Stand: 19.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/900507/Die-Marke-Insel-Usedom-7-Touristiker-Talk-am-10-Mai-2016.html>