



Gemeinsam wachsen und entwickeln - die Rolle(n) der PATA in der Entwicklungsförderung

01

Was ist die PATA?

02

Ziele der PATA

03

Aktivitäten in Deutschland

04

Touristische Trends

05

Regionale Strategien aus PATA-Sicht

06

Mögliche Initiativen

Was ist die PATA?

- Pacific Asia Travel Association: Interessensvertretung der Region
- gemeinnützige Organisation, gegründet 1951 in Honolulu/Hawaiï, mittlerweile Hauptsitz in Bangkok
- mehr als 100 Staaten und -regionen und mehrere tausend privatwirtschaftliche Unternehmen aus der Touristik sind Mitglieder
- PATA Germany ist eins von weltweit 43 regionalen “Chapters” und gilt als eins der aktivsten:
 - eingetragener Verein
 - wirtschaftliche und gemeinnützige Säule
 - etwa 80 Mitglieder

Ziele der PATA

Catalyst responsible development of the Asia Pacific travel and tourism industry



Engaging since 1951 **Integrating the Tourism Value Chain** Public + Private
43 local chapters, 12 student chapters worldwide

Aktivitäten in Deutschland

Konsumenten

- Präsenz auf Reisemessen
- generelle regionale Informationen und Vernetzung der Konsumenten mit Mitgliedern

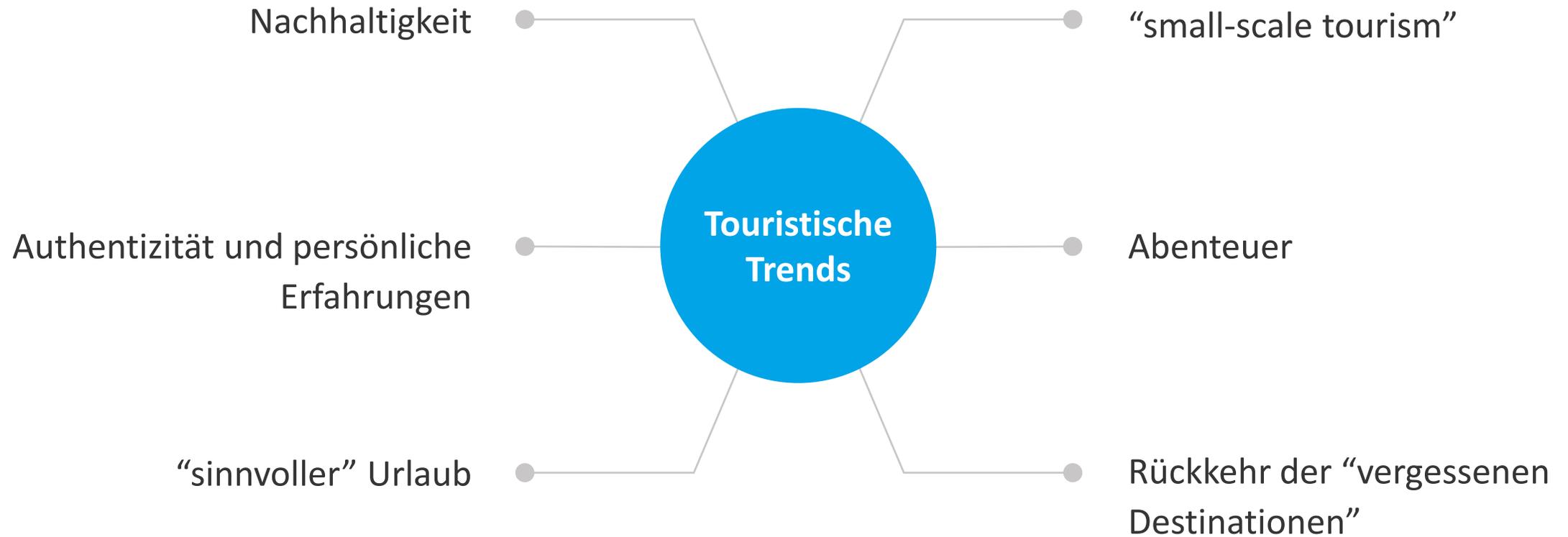
Presse und Medien

- “Stimme der Region” im deutschsprachigen Raum
- Positionierung der Mitglieder in den Medien
- Organisation gemeinsamer Kampagnen und Initiativen

Expedienten

- Roadshows und Trainings
- Webinare
- Cocktailabende, Stammtische und andere soziale Aktivitäten
- Organisation von Family gemeinsam mit Partnern

Touristische Trends



Regionale Strategien aus PATA-Sicht

Marketing

- die “richtigen” Touristen anziehen
- Marketing für das “Paradies” zieht nicht mehr
- Gelegenheiten zur Informationsweitergabe schaffen

Infrastruktur

- Förderung kleiner Unterkünfte
- Förderung lokaler Guides
- Lösungen für Herausforderungen im Transportwesen anstatt Fokus auf Megaprojekte

Politik

- erleichterte Visavergabe
- Verständnis für “grenzenlosen Tourismus”
- Länderübergreifende Initiativen (New Silk Road)

Was sind konkrete Handlungsoptionen?

| PATA Assets | Mögliche Initiativen |
|---|--|
| Beratung | <ul style="list-style-type: none">• Hilfe bei Kapitalbeschaffung• Unterstützung regionaler Entwicklungen aus Konsumentensicht |
| Know-How in Marketing und Vertrieb | <ul style="list-style-type: none">• Weitergabe an Studierende und Expedienten• Workshops für regionale Initiativen |
| Netzwerk | <ul style="list-style-type: none">• Schaffen von Öffentlichkeit für Projekte• Vernetzung von Berufseinsteigern und Mitgliedsunternehmen |



Vielen Dank!