

Die moderne Destination im Wandel – neue Rollen als Arbeitgeberin & bei der Ausbildung



SECO Tourismusforum der Schweiz, Zentrum Paul Klee Bern, 14. November 2019

Ausgangslage



Alpine Tourismusindustrie im Wandel

- Neue Gäste - überforderte Gastgeber
- Neue Gästebedürfnisse - inadäquate Produkte und Angebote
- Fragmentierte Branche - jeder macht alles
- Legislative Vorgaben - nach Orientierung suchendes Gewerbe
- Urbanisierung / Sexyness der Städte - fördert den Fachkräftemangel
- Risikoaversion - begünstigt Denkblockaden





Erkenntnisse

Gefragt sind neue Rollenmodelle

AM BEISPIEL DER DESTINATIONSORGANISATION

- Wandelt sich von einer Marketing- zur Tourismusedwicklungsorganisation
 - Gibt Orientierung und zeigt Wege auf
 - Sensibilisiert und inspiriert
 - Integriert und lanciert

Und: stellt Wissen zur Verfügung resp. vermittelt Expertise!
z.B. mit den Kaospilots www.kaospilots.ch



... und neue Ansätze

BEITRÄGE DER DESTINATIONSORGANISATION – BEISPIELE

- Initialisierung von Kooperationen - z.B. HFL:
www.swissalpinehotels.ch
- Wohnungen sanieren und vermieten:
www.adelboden.ch/sanierung
- Arbeit und Freizeit verbinden:
www.mountain-lab.ch
- Aufbruch zur Ganzjahresdestination:
www.be-welcome.ch (... volle Fahrt an 365 Tagen ...)
- Suche und Erschliessung neuer Märkte



... bis zu seinen Grenzen

DER FAKTOR MENSCH

(... oder was wir unterschätzt haben ...)

- Am Bsp. Hotelkooperation: es sind immer noch die gleichen Personen ...
- Am Bsp. Sanierung ist die halbe Miete: neue Trends werden verkannt ...
- Am Bsp. Arbeit und Freizeit verbinden: Resistenz vor Veränderungen ...
- Am Bsp. Neue Märkte: Sinn und Zweck werden hinterfragt ...



A scenic landscape featuring a calm lake in the foreground, surrounded by lush green grass. In the background, there are rolling hills and a range of mountains under a dramatic, cloudy sky. The sun is low on the horizon, creating a bright glow and lens flare effects. The word "Massnahmen" is overlaid in the center in a clean, white, sans-serif font.

Massnahmen

Massnahmen innerhalb der eigenen Organisation

LEHRLINGSWESEN

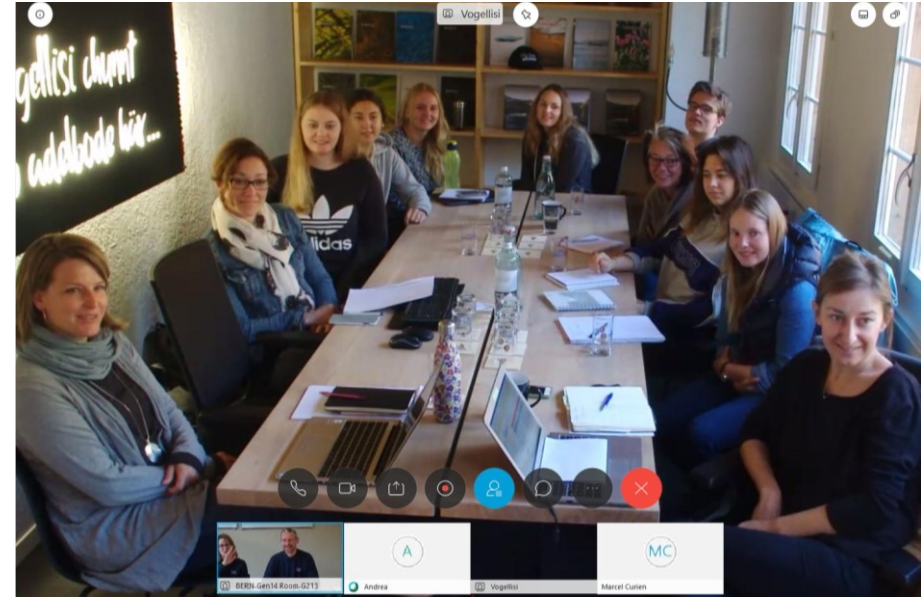
- Attraktivierung der kaufmännischen Lehre Tourismus - Bedürfnisse der jungen Menschen abholen

MITARBEITERENTWICKLUNG

- Förderung gezielter Kompetenzen (Bsp. Projektleitungen)

VERKAUFS- UND FREUNDLICHKEITSSCHULUNGEN

- Bedürfnis- und zeitgemässes Auftreten gegenüber dem Gast
- TO als «Ort des Gastgebers» und nicht als Büro verstehen
- Leistungen Dritter anbieten



Massnahmen in Zusammenarbeit mit Partnern

AUS DER DESTINATION

- Schaffung von Anreizsystemen zur Gewinnung von Mitarbeitenden aus Tourismus, Hotellerie und Gastronomie
- Gemeinsame Wissensvermittlung und Verkaufsschulungen
- Get-together Anlässe

Angedacht: Gemeinsames HR-Management Tourismus, Bahnen, Gemeinden

AUS DER WEITEREN REGION

Pop up Academy mit anderen DMO: zusammen mit einer Akademie (Tourismus-fachschule Berner Oberland) werden unter Nutzung moderner Infrastrukturen (CISCO) Schulungen angeboten - Beispiele:

- Alle Leistungsträger: Interkulturelle Kompetenzen
- Alle Leistungsträger: Umgang und Nutzung sozialer Medien
- Gastromitarbeitende: Sprachkurse
- Zweitwohner: Wege in die Selbständigkeit
- Zweitwohner: Beratung für Umbauprojekte

Tageskurs

Online Trend

Im Kurs wird aufgezeigt, worauf ein Gast bei einer Buchung achtet und wie der Online-Auftritt mit wenig Aufwand verbessert werden kann. Was gibt es für Online-Buchungsplattformen? Auf welchen Online-Buchungsplattformen macht es Sinn, die Ferienwohnung aufzuschalten? Früher wurden wir in der Zeitung oder durchs Fernsehen für Ferien inspiriert. Und wie sieht es heute aus?

Online Image

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Bilder dienen somit dem Gast als eine der wichtigsten Entscheidungshilfen. Mit kleinen Tricks können wir schnell zu qualitativ hochwertigen Bildern kommen, mit denen die Gäste einen gesamthaften Eindruck der Ferienwohnung erlangen. Zudem können durch Bildbeschriftungen wichtige Informationen direkt integriert werden.

Social Media

Die Welt der Social Media ist eine komplexe Angelegenheit. Mit diesem Kurs geben wir den Teilnehmern die wichtigsten Informationen mit auf den Weg. Die Konzentration liegt auf Facebook. Was ist für Ferienwohnungsbesitzer relevant und nötig? Wir werden gemeinsam ein Facebook-Profil erstellen. Voraussetzungen für den Kurs: Sie haben ein eigenes Facebook-Profil.

Webseite

Ist es sinnvoll, eine Webseite für die Ferienwohnung zu machen? Wie wird eine Webseite erstellt? Welches sind wichtige Informationen, um eine attraktive und relevante Webseite aufzubauen?



A scenic landscape photograph featuring a calm lake in the foreground, reflecting the surrounding environment. The background is dominated by rugged, rocky mountains with patches of snow on their peaks and slopes. The sky is a clear, pale blue. In the immediate foreground, the dark silhouettes of evergreen trees are visible against the water's surface. The overall atmosphere is serene and majestic.

Thesen

Diskussion

THESE 1

- Gute kreative Projekte und Aufgaben locken gute Leute an - das ist gelebtes Destinations-Branding

THESE 2

- Branchenwechsel bringen neue Ideen und Kompetenzen und sind daher zu fördern - sowohl in den wie auch aus dem Tourismus

THESE 3

- Die DMO übernehmen nicht nur in der Destination, sondern auch gegenüber weiteren DMO neue Rollen - mit der Bildung von Kompetenzzentren und jeweiliger Themenführerschaft

Danke für das Interesse –
ich freue mich auf Ihre
Fragen!

**TALK (Tourismus Adelboden-
Lenk-Kandersteg) AG**

T +41 33 533 04 77
info@be-welcome.ch
be-welcome.ch

