

Benchmarking im Tourismus: strategische Wege aus der Arroganzfalle!

Zürich, 27. Mai 2021 – Auch der siebte «walk the talk» mit dem Thema «Benchmarking im Tourismus: strategische Wege aus der Arroganzfalle» im kleinen Saal von Schweiz Tourismus in Zürich war ausgebucht. Nach einer Pause von über 7 Monaten fanden endlich wieder angeregte Diskussionen in physischer Form statt. Die Innotour-Veranstaltung des Staatssekretariates für Wirtschaft SECO moderierte Tiziano Pelli von Schmid Pelli & Partner.

«Wir stellen fest, dass sich vor allem die Leader gerne vergleichen. Sie zeichnen sich dadurch aus, indem sie sich stets in Frage stellen und permanent nach Verbesserungsmöglichkeiten suchen. Ein Instrument dabei ist das Benchmarking», so Christoph Schlumpf, Programmleiter Innotour. Durch die Veranstaltung moderierte Tiziano Pelli von Schmid Pelli & Partner.

Orientierung an den Besten

Den Auftakt zum siebten «walk the talk» machte Michael Partel von Mountain Management Consulting. Seine beiden Studien «Best Ski Resort» und «Best Summer Resort of the Alps» gehören zu den aussagekräftigsten periodisch durchgeführten Studien in den Alpen. Laut Partel sind für das Benchmarking die richtigen Daten entscheidend. Gäste Weiterempfehlung (Net Promoter Score) und Zufriedenheit sind relevante Indikatoren mit Handlungsdringlichkeit. Folglich beeinflussen Freundlichkeit, Herzlichkeit und Qualität die Gesamtwahrnehmung fast aller Indikatoren. Daran führt kein Weg vorbei.

Drei Innotour-Projekte nehmen sich dem Benchmarking an

Marc Ungerer von Jungfrau Region Tourismus, Benjamin Studer von BAK Economics und Barbara Friedrich von HotellerieSuisse präsentierten ihre von Innotour mitfinanzierten Benchmarking-Projekte. In der anschliessenden Diskussion kamen ein paar spannende Erkenntnisse heraus:

- Benchmark-Daten sind praxisrelevant, geben Impulse für den Geschäftserfolg und müssen in Ziele und Taten umgesetzt werden.
- Der Vergleich hilft bei der Positionierung. Nur wenigen touristischen Unternehmen und Destinationen gelingt es, sich über eine einzigartige Positionierung hervorzuheben.
- Bei internationalen Vergleichen werden Schweizer Unternehmungen oder Destinationen durch ihre hohen Kostenstrukturen und die starke Währung benachteiligt.

- Benchmarking hat seine Grenzen. Datenvergleiche müssen interpretiert werden und ersetzen nie den persönlichen Austausch.

Best Practice: HBenchmark in Lugano

Den Abschluss der Veranstaltung machten Federico Haas, Direktor Hotel Delfino, und Barbara Donzelli von HBenchmark. Sie präsentierten das Hospitality Data Intelligence von HBenchmark, dem sich rund 30 Hotels in der Region Lugano mit ihrem PMS angeschlossen haben. Somit sind zu jedem Zeitpunkt Informationen über vergangene Touristenströme, über die aktuelle Situation und zukünftige Buchungen in der Destination einsehbar. Mittlerweile interessieren sich nicht nur die Hotels für die Daten. Die Tourismusorganisation kann seine Kampagnen messen, die Stadt kann die Wertschöpfung von Kongressen berechnen und die Universitäten haben wertvolle Daten zur Analyse als Grundlage.

Weitere Veranstaltungen der Innotour-Veranstaltungsreihe im 2021

- Tourismusstrategien für eine Aging Society, 7.9.2021, Luzern
- Touring – der Gast kennt keine Grenzen, 21.9.2021, Vevey
- Baukultur: aus alt mach neu! 29.9.2021, Burgdorf
- Digitales Erlebnis, 8.11.2021, Bern

Anmeldung auf [schmidpellipartner.ch](https://www.schmidpellipartner.ch).

Bildmaterial

<https://www.dropbox.com/sh/utea8z47f9a0550/AACPOosepXCScO5oFi1tUBfAa?dl=0>

Fragen und weitere Informationen:

Medienstelle

c/o Schmid Pelli & Partner

Tiziano Pelli

pelli@schmidpellipartner.ch

+41 79 150 70 39