



Ohne Ziel ist kein Wind der richtige *(Zitat Seneca)*

Auf dem 25. TourismusForumAlpenregionen in Mayrhofen sind einige bemerkenswerte Statements gefallen. Etwa vom grischconsulta GF Dr. Roland Zegg: „Die herkömmliche Formel, eine neue Bahn bringt 10 % mehr Gäste, hat längst keine Gültigkeit mehr.“ Zegg als Experte für Fusionen und Coachings sowie u. a. Verwaltungsrats-Vizepräsident der Zermatt BB AG muss es ja wissen. In gesättigten Märkten, wie der Wintersport-Tourismus einer ist, hat eine eindeutige Positionierung die oberste Priorität. In unserer Branche verhält es sich hingegen nach wie vor so, dass ziemlich alle Skistationen ähnliche Produkte bieten. Um jedoch künftige Zielgruppen begeistern zu können, gilt es ein eigenes Profil zu finden, das dann passende und innovative Produkte für eine gewisse „Geschmacksgruppe“ bereitstellt. Ja, Sie haben richtig gelesen. Laut der Key Note-Referentin Dr. Helene Karmasin stimmt der traditionelle Begriff der „Zielgruppe“ im Tourismus heute nicht mehr. Man habe es vielmehr mit „Stilgruppen“ quer durch alle Schichten und Altersgruppen zu tun, die sich durch ihren Lifestyle charakterisieren, so die renommierte Motiv- und Marktforscherin. Folglich geht es darum sich klarzumachen, welche Botschaften ein Produkt ausstrahlen muss, um den Gast in seinen diversen Lebenssituationen „abzuholen“.

Schatzkammer Alpen als Gegenwelt

Was aber allen gemeinsam ist: sie suchen im Urlaub eine Gegenwelt zum erschöpfenden Alltag. Und die meisten unserer Gäste kommen inzwischen aus urbanen Ballungszentren – in Europa leben bereits 70 % der Menschen in Städten. „Die Alpen sind im Vergleich zu diesen Betonwüsten eine wahre Schatzkammer der Schönheit, Natürlichkeit und Authentizität (zumindest meistens..). Wir haben ganz grundlegende Werte, die andere nicht kennen. Weil wir etwas Besonderes bieten, dürfen wir auch teuer sein und müssen uns nicht auf dem Altar der Billigmärkte opfern“, outete sich Zegg weiter. Erfolg in gesättigten Märkten gehorche nicht grundsätzlich anderen Re-

geln, jedoch die Konsequenz sei noch viel wichtiger. Mit anderen Worten: Wer eine eindeutige Positionierung konsequent umsetzt, seine Ziel (Stil-)gruppen klar definiert, für diese passende und innovative Produkte aufbaut, diese bewirbt und dadurch letztlich Leadership erreicht – der gewinnt. Summa summarum braucht es dafür die „3 K“: Klarheit, Konsequenz und Kraft!

Atempause durch PistenManagement

Es nützt aber alles nichts für diese Tourismussparte, wenn es keinen Schnee gibt. Bislang konnte die technische Schneeproduktion trotz kürzerer „Schneefenster“ und zunehmend instabilerem Klima noch immer als Lebensretter in die Bresche springen. Der Preis dafür ist allerdings hoch. Ein Viertel des Umsatzes wird im Durchschnitt von den Seilbahnunternehmen bereits in die Pisten investiert, noch mehr Einsatz bei der Infrastruktur können sich künftig aber nicht mehr alle leisten. Ein Weg, der uns auf die nächsten Jahre hinaus eine Atempause verschafft, um auf die Klimakapriolen reagieren zu können, ist das Ressourcen und somit Kosten sparende PistenManagement durch die Schneehöhen-Messsysteme (samt den unbedingt dazugehörigen Masterplänen für die Sollhöhen!). Insofern ist „PistenManagement auch immer DestinationsManagement!“, wie es Robert Sölkner von PowerGIS bei seinem Referat: „Ökologisches Engagement statt Wasser marsch. Das Zusammenspiel von Natur, Mensch und Technik.“ ausdrückte. Denn PistenManagement sichert die Wertschöpfung ganzer Regionen. Noch! Wir kommen aber nicht daran vorbei, uns ein Ganzjahresgeschäft aufzubauen, um verstärkt „schneunabhängige Tourismuseinnahmen“ zu generieren. Das bekannte sogar die TOP-Winterdestination Garmisch-Partenkirchen in der Person des TVB-Chefs Peter Nagel offen. Und Mayrhofen-Vorstand Michael Rothleitner ergänzte: „Wir müssen uns jetzt auf 365 Tage Geschäfts-Ideen vorbereiten, um das aufzuholen, was wir künftig im Winter nicht mehr verdienen können!“



... die **größte** und **sicherste ZIP-LINE** der Welt ...

4 parallele Linien
1500m & 1000m

... nach Seilbahn- und Vergnügungsgeräte-Norm