

Veröffentlicht: 06.05.2020, Lesedauer 4 Minuten

Wie sicher sind unsere Skigebiete im kommenden Winter 20/21?

Diese Frage werden sich sehr viele Gäste bei der Wahl des kommenden Skiurlaubs – sofern die Reisebeschränkungen bis dahin fallen – stellen. Das betrifft nicht nur die aktuell, medial sehr stark belasteten Skiregionen Tirols, sondern generell alle Skiregionen. Das Thema Gesundheit und Hygiene hat mit Covid-19 eine ganz neue Dimension erhalten.

In den kommenden Wochen erwarten wir seitens der Politik klare Richtlinien, in welcher Form der Winterbetrieb gestartet und durchgeführt werden kann. Hoffen wir, dass dazu gute und sinnvolle Lösungen gefunden werden.

Es gilt also, sich frühzeitig mit dem Thema Sicherheit (Gesundheit) –abgestimmt auf diese neue und spezielle Situation – zu beschäftigen und entsprechend zu kommunizieren. Dies betrifft nicht nur Hotels, Restaurants, öffentliche Räume im Skigebiet, sondern auch den Berg als Ganzes. Das beginnt beim Parking über Kassazonen, Einstiegsbereiche etc. bis zum eventuell „neuen Après-Ski“ und weiteren Unterhaltungsangeboten.

In der Anpassung an diese neuen Rahmenbedingungen liegt eine große Chance für sehr umsichtige, chancenorientierte Unternehmen. Versuchen Sie Ihre Mitarbeiter in diesen Prozess aktiv einzubinden. An welchen „Touch-Points“ können wir dem Gast ein „Wow“ bieten?

Dass die vorgeschriebenen Maßnahmen umgesetzt werden, wird eine klare Erwartung sein. Denken wir daher nach, wie und wo wir etwas drauflegen können! Wo können wir aufzeigen, dass wir besonders bemüht sind, die Gesundheit unserer Gäste zu schützen.

Wahrscheinlich haben auch Sie selbst in den letzten Wochen Unterschiede in diesem Bereich von Dienstleistern erlebt, ob man jemand nur eine Maske am Eingang gereicht hat oder ob ein Mitarbeiter den Einkaufswagen vor Ihnen persönlich gereinigt hat. Abgesehen von deren Auftreten bzw. Willkommensgesten sind das Erlebnisse, die man weiter transportiert. Hier kann man punkten!

Also nutzen wir die große Chance, Akzente zu setzen, Gäste zu binden und deren Weiterempfehlung (Net Promoter Score) positiv zu beeinflussen. Krisenzeiten sind Chancen-Zeiten!

Überlegen Sie sich, wie Sie schon im Vorfeld – also nachdem klar ist, was und wie behördlich vorgeschrieben sein wird – das Thema „Sicherheit“ besetzen wollen. Von der Homepage über soziale Medien bis zur Info beim Parking, in der Talstation etc.

Aus eigenen Studien wissen wir, dass ca. 30% unserer Gäste „Fans“ sind (Jene die den Wintersport als wichtige Bereicherung ihres Lebens sehen) Diese Gäste wollen sicher wieder auf die Piste. Den anderen Teil müssen wir uns heuer härter „erarbeiten“. Es ist davon auszugehen, dass Urlauber, ähnlich wie im bevorstehenden Sommer, zögern, abwarten,

vermehrt zu Hause bleiben. Also bedarf es besonderer Anstrengungen, diese Gruppe mit proaktiven Aktivitäten in Bezug auf Ihre Bemühungen, sich an diese neue Situation anzupassen, zu gewinnen.

Wir alle wissen, dass aufgrund der medialen Präsenz in Bezug auf COVID 19 besondere Anstrengungen unternommen werden müssen, glaubhaft darzustellen, dass man „fit“ in Bezug auf die besonderen Vorsichtsmaßnahmen ist.

Für Österreich gilt es die weltweit Nr.1 Position (gemeinsam mit Deutschland) im Bereich „Health & Hygiene“- siehe „The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019 – Seite 72“ – zu behaupten! Die Schweiz und auch Frankreich liegen im Ranking ebenfalls unter den Top 10. Etwas dahinter folgt Italien.

Die Alpenländer genießen weltweit hohes Ansehen. Dieses entgegengebrachte Vertrauen gilt es zu bewahren.

Michael Partel / Mountain-Management C.

www.mountain-m.com