

Arena Analyse

Die Zukunft des Tourismus: Veränderung gestalten



Quelle:



Kovar & Partners



Arena Analyse: Die Methode

- Veränderungen früh erkennen
- Rundumblick gewinnen
- 41 Expert:innen
- Analysieren und Clustern der Ergebnisse

Fünf Handlungsfelder

- Betriebswirtschaft
- Nachhaltigkeit
- Digitalisierung
- Mitarbeiter:innen
- Destination



Handlungsfeld Betriebswirtschaft

Kosten – Strukturprobleme – Eigentümerverhältnisse

- Sprunghaft gestiegene Kosten für Energie, Warenwirtschaft & Mitarbeiter:innen ...
 - ... erfordern höhere Preise
 - ... bewirken geringere Erträge
- Gefahr von Schließungen und Insolvenzen
- Gegenstrategie: luxuriöser oder billiger
- Problem: Teure Kredite erschweren Investitionen



Handlungsfeld Betriebswirtschaft

Kosten – **Strukturprobleme** – Eigentümerverhältnisse

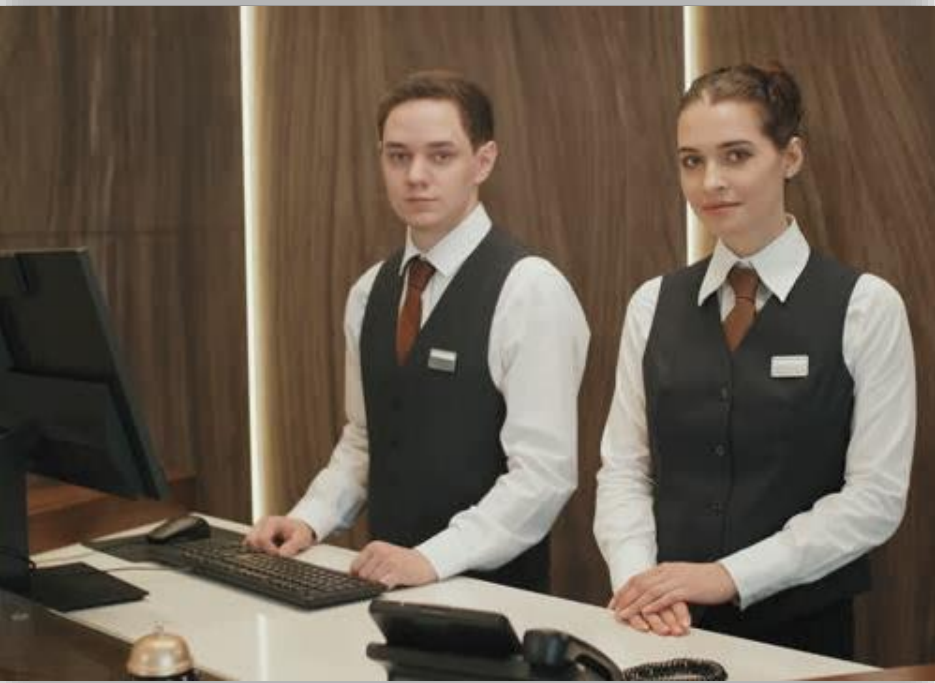


Bestehende Strukturprobleme werden noch weiter verschärft

- Mangelnde Kapitalausstattung
- Ungesunder Preiswettbewerb im Billig-Segment
- „Zombie-Betriebe“
- Mangel an Nachfolgern in Familienbetrieben

Handlungsfeld Betriebswirtschaft

Kosten – Strukturprobleme – **Eigentümergeverhältnisse**



Hotelketten und Investoren
übernehmen klassische
Familienhotels

- Verlust eines typischen Merkmals der Ferienhotellerie
- Verstärkte Professionalisierung
- Nutzen von Synergien innerhalb der Gruppe

Gegenbewegung: Verstärkte
Kooperation der Familienhotels





Handlungsfeld Nachhaltigkeit



Handlungsfeld Nachhaltigkeit

Resilienz und Kreislaufwirtschaft – Klimawandel

- Nachhaltigkeit: Wichtigster Langfrist-Trend im Tourismus
- Tourismus ist Opfer und Täter zugleich
- Kreislaufwirtschaft als Ziel
- Gesamte Wertschöpfungskette
- Nachhaltigkeit erhöht Widerstandskraft



Handlungsfeld Nachhaltigkeit

Resilienz und Kreislaufwirtschaft – **Klimawandel stoppen**

- CO2-Fußabdruck verringern
 - Energieversorgung
 - Abfallmanagement
 - Regionaler Einkauf



Klimaneutrale
Mobilität der
Gäste bei
Anreise und in
der Region



Handlungsfeld Nachhaltigkeit

Anpassung an den Klimawandel

- Saisonen verschieben sich
- Klassisches Saisondenken wird verschwinden
- Neue Konzepte für den Winter
 - Zukunft der Beschneigung
 - Diversifizierung des Winter-Angebots





Handlungsfeld Digitalisierung



Handlungsfeld Digitalisierung

Marketing und Buchung – Smarte Dienstleistungen – Big Data

- Digitale Kanäle gewinnen weiter an Bedeutung für Werbung und Vertrieb:
 - Reiselust wecken
 - Nur ein Klick vom Surfen zum Buchen
- Social-Media-Empfehlungen und Urlaubspostings als wichtige Werbeträger
- Virtual Reality und Metaverse als nächste Entwicklungsstufe



Handlungsfeld Digitalisierung

Marketing und Buchung – **Smarte Dienstleistungen** – Big Data

- Von der Anreise bis zur Heimkehr
 - Route finden, Stau vermeiden
 - Wetter-Info
 - Tagesaktuelle Angebote und Events in der Region
- Besucherstrom-Management
- Automatisierung im Hotel



Handlungsfeld Digitalisierung

Marketing und Buchung – Smarte Dienstleistungen – **Big Data**

- Erheben von Daten
 - Gäste liefern Daten
 - Aggregierte anonyme Daten von Suchmaschinen, Plattformen, Handys
- Nutzen von Daten
 - Planung der Destinationen-Strategie
 - Planen eines Angebots-Portfolios
 - Erschließen neuer Gäste-Gruppen
 - Individualisierte Angebote





Handlungsfeld Mitarbeiter:innen

Handlungsfeld Mitarbeiter:innen

Strukturwandel – Arbeitsbedingungen – Employer Branding

- Mangel an Mitarbeiter:innen betrifft alle Branchen
- Kein temporäres Problem, sondern langfristiges *new normal*
- Demografischer Wandel + gesellschaftlicher Wandel + hausgemachte Probleme
- Folge: Strukturwandel
 - Personalintensive Services werden teurer
 - Rationalisierung und Automatisierung
 - Veränderte Öffnungszeiten
 - Personal-Kooperation (Gemeinschaftsküchen)



Handlungsfeld Mitarbeiter:innen

Strukturwandel – **Arbeitsbedingungen** – Employer Branding

- Jobs in Hotellerie und Gastronomie gelten als unbeliebt
- Häufigste Kritikpunkte
 - Fehlende Wertschätzung
 - Arbeitszeiten
 - Bezahlung
 - Mangelnde Entwicklungsmöglichkeiten
- Ziel: Bessere Bedingungen schaffen



Handlungsfeld Mitarbeiter:innen

Strukturwandel – Arbeitsbedingungen – **Employer Branding**

- Die Tourismusbranche muss wieder als Arbeitgeber geschätzt werden
- Wettbewerb um gute Mitarbeiter
- Reale Vorzüge in den Vordergrund rücken
 - Schöne Orte
 - Glückliche Menschen
 - Weltweite Mobilität, Internationalität
 - Karrierechancen
 - Arbeiten am Wertkanon: Junge Menschen suchen sinnstiftende Tätigkeiten



Handlungsfeld Destination



Handlungsfeld Destination

Ganzheitliche Konzepte – Akzeptanz und Authentizität



Destination wird zum zentralen Player im Tourismus: „Wer und was wollen wir sein?“

Destinationen müssen ihre vorhandenen Stärken erkennen

Handlungsfeld Destination

Ganzheitliche Konzepte – Akzeptanz und Authentizität

Tourismusgesinnung – Akzeptanz:

- Management der Gesamtmenge
- Management der Touristenströme
- Teilhabe der Bevölkerung an der Wertschöpfung
- Benützung von touristischer Infrastruktur durch Einheimische
- Echtes Erlebnis statt Disneyfizierung



PERFECT HOTEL

Handlungsfelder – Handlungsoptionen

- Betriebswirtschaft
- Nachhaltigkeit
- Digitalisierung
- Mitarbeiter:innen
- Destination