

Arena Analyse

# Die Zukunft des Tourismus: Veränderung gestalten



Quelle:





## 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

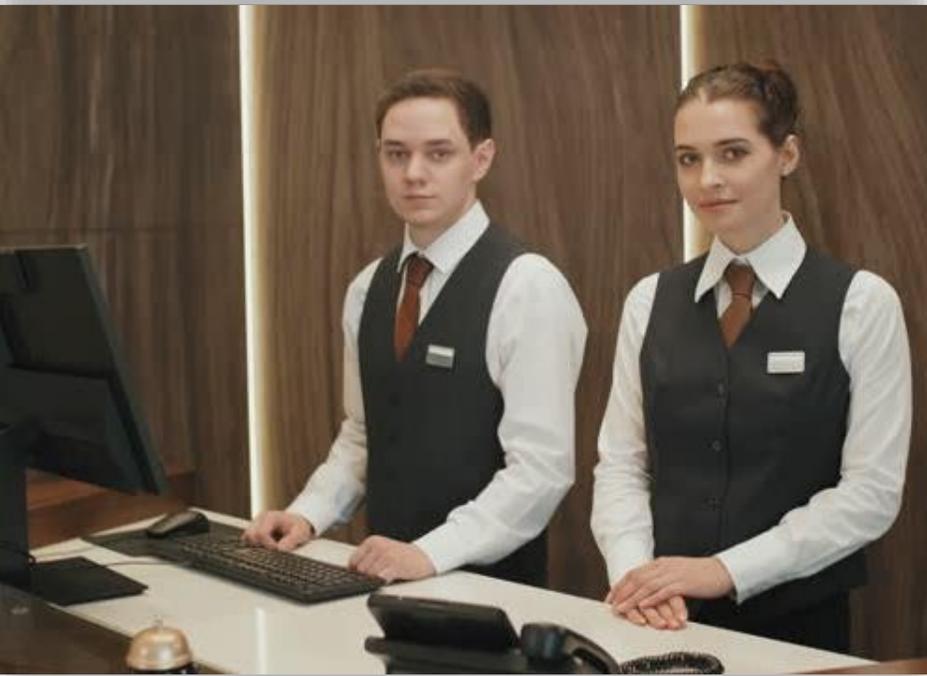


Bestehende Strukturprobleme werden noch weiter verschärft

- 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