



INNOVATIONSPOTENZIAL-ANALYSE FÜR TOURISMUSREGIONEN

INNOVATION ist in der heutigen globalen Marktwirtschaft der Schlüsselfaktor, der das Überleben eines Unternehmens und in weiterer Folge Wachstum und Wohlstand sichert. Besonders Tourismusunternehmen und -destinationen stehen vor der Herausforderung, ständig ihre Produkte, Dienstleistungen, Geschäftsmodelle, Kooperationen oder Prozesse weiter zu entwickeln. Doch innovativ zu sein ist einfacher gesagt als getan! Es mangelt im Geschäftsalltag an Zeit und Raum, um neue Ideen zu entwerfen und umzusetzen.

So lange sich die bisherigen Pfade, mögen sie auch noch so ausgetreten sein, noch bewähren, scheut so mancher den Kreativitätssprung nach vorne. Außerdem: Ist Innovation möglich, obwohl man die Tradition bewahren will? Unsicherheiten wie diese lassen sich verringern: durch Bewusstsein für Innovationsnotwendigkeit, fundiertes Wissen über Innovationsmanagement und Kooperation. Denn bei Innovationen gilt: „Alleine kann man viel erreichen, zusammen alles!“

Ein solcher gemeinsamer Prozess ist das EU-Interreg-Projekt Innovationen in Destinationen. Sechs Regionen in Oberbayern und Salzburg haben sich die Vision gesetzt, Innovationsvorreiter zu sein und ihre Wettbewerbsfähigkeit

nachhaltig stärken. Dafür wurden Innovationscoaches ausgebildet, die touristischen Leistungsträgern bei der Entwicklung und Umsetzung von Projekten vor Ort zur Seite stehen. In regionalen Workshops wurden neue Impulsprojekte erarbeitet und in Seminaren bilden sich Unternehmer weiter.

Die Innovations-Potenzialanalyse umfasst die Erhebung und Analyse von Bedürfnissen entlang der gesamten touristischen Wertschöpfungskette (von der Reiseplanung über den Aufenthalt bis zur Abreise und Nachbetreuung). Durch Befragung von Gästen und Anbietern wurde das Selbst- und Fremdbild erarbeitet, in dem die tatsächlichen Gästebedürfnisse den von den Anbietern wahrgenommenen Bedürfnissen gegenübergestellt werden. Daraus wurden Innovationspotenziale für die Destinationen abgeleitet. In dieser Broschüre finden Sie die wichtigsten Ergebnisse.

Mit dem Zukunfts- und Innovationsforum Tourismus wurde eine Veranstaltungsreihe geschaffen, mit der die Projektpartner dem Thema Innovation im Tourismus über das Projekt hinaus Raum geben wollen. Wir wünschen Ihnen viel Inspiration für eigene Innovationen! Kontakte zu Ihrer Unterstützung finden Sie auf der Rückseite.

Die Innovationspotenzial-Analyse

Der Tourismus als Dienstleistungsbranche ist grundsätzlich extrem nahe an seinen Kunden, kennt die Bedürfnisse der Gäste recht gut und schafft es teilweise, deren innovative Ideen aufzugreifen. Doch die Bedürfnisse der Gäste wandeln und die Marktstrukturen verändern sich. Wie die Bedürfnisse der Kunden und die Vorstellungen der Touristiker darüber in den sechs Projektregionen aussehen, ist Ergebnis der Innovationspotenzial-Analyse.

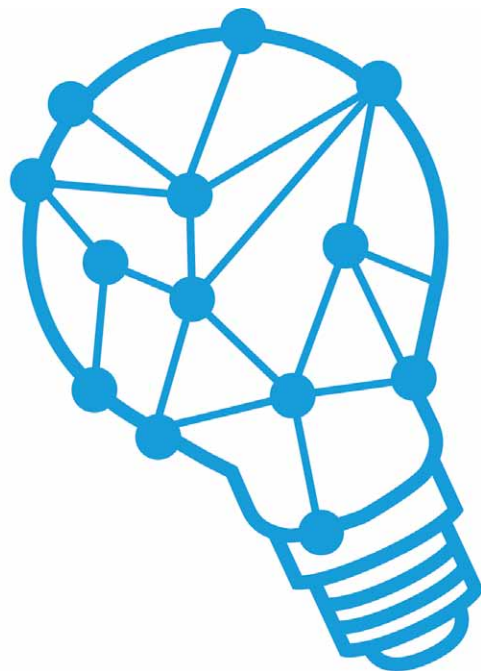
Vorgehensweise

Die Salzburg Research erhob gemeinsam mit Touristikern der sechs teilnehmenden Regionen potenzielle Gästebedürfnisse. Mittels Priorisierungssystem wurden diese Bedürfnisse wegen der großen Anzahl reduziert und in eine Online-Umfrage gegossen. Diese Umfrage wurde bei den Gästen der sechs Regionen mittels Newsletter, Homepages, Facebook und anderen Kanälen beworben – knapp 1.800 kamen ausgefüllt zurück. Über 750 Touristiker beantworteten den für sie adaptierten Fragebogen.

Der Großteil (ca. 81 %) der befragten Gäste war schon einmal in der Region auf Urlaub und konnte eine authentische Beurteilung abgeben. Etwa 27 % davon waren Sommergäste, etwa 25 % Wintergäste und etwa 29 % waren sowohl im Sommer als auch im Winter in der Region.

Touristiker sind (selbst-)kritischer als die Gäste!

Viele Touristiker bewerteten Angebote und Leistungen insgesamt schlechter, als die Gäste das taten. Trotzdem gibt es auch von Seiten der Gäste verbesserungswürdige Punkte. Hier gibt es Innovationspotenzial!



Ergebnisse nach Reisephasen

Die Ergebnisse der Analysen werden folgend in die Reisephasen *Inspiration & Information, Auswahl & Buchung, Vorfreude, Transport, Unterkunft & Verpflegung, Aktivitäten in der Destinationen* und *Nachbereitung* eingeteilt.

Information

Das Bedürfnis nach Information ist bei Gästen sehr hoch, wird aber auch sehr gut abgedeckt:

Höchste Wichtigkeit und hoher Erfüllungsgrad:

- » Informationen müssen v.a. absolut glaubwürdig und wahr sein (z.B. authentische Fotos von der Unterkunft, von gebotenen Aktivitäten etc.)
- » Informationen sollen möglichst einfach, schnell und zielgerichtet erhältlich sein
- » Informationen aus dem Internet (aus verschiedenen Quellen)
- » Persönliche Ansprechpersonen sollen leicht zu finden sein

Bevorzugte Informationsquellen:

- » Hotelier / Unterkunftsgeber
- » Tourismusverband
- » Bewertungs- und Empfehlungsplattformen
- »

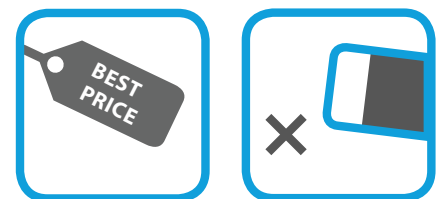


Auswahl & Buchung

Was die Gäste sich wünschen:

- » Kulante Stornobedingungen
- » Sicherheit, das Produkt zum besten Preis gekauft zu haben
- » Übersichtliche und einfache Online-Buchung
- » Echtzeit-Vakanzabfragen online
- » Sofortige Buchungsbestätigung schriftlich bzw. online und die individuelle Beantwortung von Anfragen werden sehr wichtig eingeschätzt, aber auch sehr gut erfüllt.
- » Gäste bewerten das Thema Empfehlungen auf Online-Bewertungsplattformen als ausreichend gelöst

Größtes Innovationspotenzial: Kulante Stornobedingungen und die Sicherheit, das Produkt zum besten Preis gekauft zu haben. Übersichtliche und einfache Online-Buchung sowie die Echtzeit-Vakanzabfragen online sind sehr wichtig, aber noch nicht optimal gelöst.



**Größtes Innovationspotenzial:
Gutscheine / Rabattkarten für
Angebote vor Ort**



Vorfreude

Am besten lässt sich Vorfreude bei Gästen folgendermaßen wecken:

- » Zusätzliche aktuelle und saisonbezogene Informationen (z. B. zu Veranstaltungen, Wetter etc.)
- » Gutscheine / Rabattkarten für Angebote vor Ort
- » Newsletter aus der Region
- » Frage des Vermieters / Hotels nach individuellen Wünschen

**Größtes Innovationspotenzial:
Staufreie Anreise, keine Termin-
vorgaben seitens des Hotels**



Transport

**Was sind die wichtigsten Punkte bei der An- und Abreise aus
Gästesicht?**

- » Staufreie Anreise
- » Keine Terminvorgaben seitens der Hotels (z. B. nur Samstag als An- und Abreisetag)
- » Kostenlose Ski- bzw. Wanderbusse
- » Gutes Angebot öffentlicher Verkehrsmittel in der Destination
- » Gutes Leitsystem für öffentlichen Personennahverkehr in der Destination

Der Knackpunkt für die Gäste – „Staufreie Anreise“ – wird von den Touristiker ebenfalls gesehen, trotzdem sehen sie eine Gegenmaßnahme, die die Hoteliers selbst setzen könnten (keine Terminvorgaben seitens des Hotels für An- und Abreise) als nicht top-relevant an.

Generell sehen Touristiker wesentlich mehr Handlungsbedarf bei öffentlichen Verkehrsmitteln in der Destination als die Gäste!



Unterkunft & Verpflegung

Womit begeistern Unterkünfte Gäste / womit können Unterkünfte sonst noch punkten?

**Nichtraucher-Zimmer sind deutschen Gästen noch wichtiger als österreichischen.
Rauchfreie Restaurants sind für deutsche und österreichische Gäste extrem wichtig. In Salzburg sind die Nichtraucherbedürfnisse der Gäste signifikant schlechter erfüllt als in Bayern.**

Top-Priorität, aber ganz gut bediente Bedürfnisse der Gäste:

- » Sich willkommen fühlen
- » Nichtraucher-Zimmer
- » Verpflegung mit regionalen Produkten und Spezialitäten
- » Kulinarisch ausgezeichnete Verpflegung
- » Mit offenem Fenster schlafen können
- » Persönliche Beratung in der Unterkunft bzgl. Möglichkeiten für Aktivitäten und Veranstaltungen

Touristiker sehen die größten Verbesserungspotenziale bei:

- » Dem Gast das Gefühl geben, willkommen zu sein
- » Gratis WLAN (in Unterkünften und in Lokalen)
- » Unkompliziert Essen mit speziellen Anforderungen bieten können, z.B. für Allergiker, Diabetiker

WLAN ist für Gäste in der Unterkunft viel wichtiger als in Lokalen. Wenn es aber um WLAN in Lokalen und Restaurants geht, ist es Frauen und Jüngeren wichtiger als Männern und Älteren. Gästen in bayrischen Regionen ist WLAN wichtiger als in Salzburger Regionen und sie sind auch unzufriedener mit dem Angebot. Generell schätzen deutsche Gäste die Wichtigkeit von WLAN in der Unterkunft höher ein als österreichische (egal ob sie nach Salzburg oder nach Bayern fahren).

WLAN ist für Gäste in der Unterkunft viel wichtiger als in Lokalen. WLAN ist Gästen in den bayerischen Regionen wichtiger als in Salzburg. WLAN ist für deutsche Gäste wichtiger als für österreichische.



Aktivitäten in der Destination

Höchstes Innovationspotenzial bei allen Gästeschichten:

- » Seine Sachen nie vor Diebstahl schützen müssen
- » Bei Bedarf immer eine Toilette finden
- » Gute Beschilderung für Outdoor-Aktivitäten in der Region
- » Unbekannte oder nur teilweise bekannte Orte besser kennenlernen
- » Die alpenländische Kultur entdecken

Touristiker haben die Bedeutung des Themas Diebstahlschutz erkannt. Das Thema Toilette wird von ihnen sogar noch viel dramatischer gesehen als von den Gästen. Offenbar hakt es bei der Umsetzung?

Wo hakt es an der Umsetzung der Verfügbarkeit von Toiletten?



Touristiker denken wesentlich breiter und v.a. in Gästegruppen (z.B. Skifahrer). Höchste Innovationspotenziale aus Touristiker-Sicht bei diversen Zielgruppen:

- » Schneesicherheit des Skigebietes
- » Platz auf der Piste, ausreichend Abstand zu anderen Skifahrern
- » Ausreichend wetterunabhängige Sportalternativen (z.B. Therme, Hallenbad, Tennishalle, Kletterhalle etc.)
- » Modernste Skilifte mit allem Komfort
- » Möglichkeiten für organisierte, hochwertige Kinderbetreuung
- » Klare Orientierungshilfen im Skigebiet

Gäste nehmen Schneesicherheit in Skigebieten als gegeben wahr, Touristiker sehen Schneesicherheit als große Herausforderung.



Höchstes Innovationspotenzial sehen sowohl Gäste und noch viel mehr Touristiker im professionellem Beschwerdemanagement:

- » Mit einer evtl. Beschwerde soll höflich, sachlich, für den Kunden zukommend und im Zweifelsfall kulant umgegangen werden.

Nachbereitung

Frühes Angebot für erneute Buchung und Informationen über Stammgast-Vorteile schätzen Gäste als sehr wichtig, aber noch nicht zur Gänze erfüllt ein.

Wie wird die Nachbetreuung der Gäste herausragend?

- » Den Gästen Angebote für eine mögliche erneute Buchung mit ein paar Monaten Vorlauf zukommen lassen
- » Mitteilung über den Status als Stammgast mit Informationen über diverse Stammgäste-Vorteile



Winter- vs. Sommergäste

Folgende Bedürfnisse bieten im Winter höheres Potenzial als im Sommer:

- » Staufreie Anreise
- » Möglichst wenig umsteigen müssen
- » Sachen nie vor Diebstahl schützen müssen
- » Angebote für eine mögliche erneute Buchung mit ein paar Monaten Vorlauf erhalten

Resümee

- Touristiker in den sechs Regionen haben nur wenige blinde Flecken, d. h. sie sind recht offen und an Gästebedürfnissen orientiert.
- Die größten Innovationspotenziale schlummern in den Rahmenprozessen (Vorfreude, Anreise, Nachbetreuung)
z. B. staufreie Anreise, Gutscheine / Rabatkarten für Angebote vor Ort, Schutz vor Diebstahl, Toiletten
- Tendenziell möchten die Gäste mehr Freiheit bei der Hotelbuchung (Sommer und Winter): Reservierung ohne Anzahlung, kulante Stornobedingungen, keine Terminvorgaben etc.
- Mit der Raucherlösung in Österreich ist niemand zufrieden!
- Ideal sind Innovationstätigkeiten in einem Mix aus Bedürfnisfeldern, die saisonunabhängig bedeutsam sind, sowie Bedürfnissen mit spezieller Ausprägung im Sommer oder Winter

Die Customer Journey als Ausgangspunkt für Innovation

Die Gesamtbetrachtung der Gäste-Reise und des Aufenthalts sowie die Einzelbetrachtung der entstehenden Kontaktpunkte sind Ausgangspunkte für strategische Verbesserungen und Innovationen. Als Impuls und Denk-Unterstützung, haben wir für Sie die einzelnen Phasen und Kontaktpunkte angeführt:



Die Innovations-Helfer



An der **Fachhochschule Salzburg** ist die Tourismusforschung beheimatet. Sie hat im Zuge des Projekts Innovationen in Destinationen eine Innovations-Coach Akademie aufgebaut, an denen rund dreißig Coaches aus den Regionen ausgebildet wurden. Diese können Tourismus-Unternehmen bei Ideenentwicklung und Umsetzung vor Ort unterstützen.

Kontakt:

Fachhochschule Salzburg
Urstein Süd 1, A-4512 Puch/Urstein
T +43 50 2211 -1359 E thomas.hinterholzer@fh-salzburg.ac.at
www.fh-salzburg.ac.at



Die **Salzburg Research Forschungsgesellschaft** ist ein unabhängiges Forschungsinstitut mit dem Schwerpunkt Informationstechnologien und Innovationsmanagement. Für das Projekt Innovationen in Destinationen hat Salzburg Research die Innovationspotenziale im alpenländischen Tourismus untersucht.

Kontakt:

Salzburg Research Forschungsgesellschaft mbH
Jakob Haringer Straße 5/3, A-5020 Salzburg
T +43 662 2288 -302 E markus.lasnig@salzburgresearch.at
www.salzburgresearch.at



Das **ITG – Innovationservice für Salzburg** unterstützt Salzburger Betriebe umfassend bei Innovationsvorhaben. Dabei bietet es Leistungen von der Hilfe bei der Projektentwicklung bis zum Finden der passenden Förderungen an. Im Zuge von Innovationen in Destinationen hat das ITG – Innovationservice Workshops mit Touristikern in allen teilnehmenden Regionen durchgeführt, in denen Ideen zu neuen Dienstleistungen entwickelt wurden.

Kontakt:

ITG – Innovationservice für Salzburg
Südtiroler Platz 11, A-5020 Salzburg
T +43 662 254 300 -54 E lorenz.maschke@innovationservice.at
www.itg-salzburg.at

www.tourismus-innovationen.eu

Das Projekt „Innovation in Destinationen“ findet im Rahmen des INTERREG Bayern-Österreich Programms statt und wird aus Mitteln des Landes Salzburg und des EFRE – Europäischer Fonds für Regionale Entwicklung kofinanziert. Projektpartner sind FH Salzburg, Salzburg Research, ITG – Innovationservice für Salzburg und sechs Tourismusregionen in Salzburg und Bayern.

