

Wie geht die Ferienhotellerie mit der Krise um?



Zum Auftakt der 33. Hotel- & Tourismusmesse Bozen "HOTEL 09" war Erich Falkensteiner, Geschäftsführer der FMTG, als Referent der Veranstaltung geladen.

Credit: FMTG
Fotograf: FMTG

Vahrn/Brixen (TP/OTS) - Im Rahmen der 33. Auflage der Hotel- & Tourismusmesse Bozen "HOTEL 09" finden die Messedialoge statt, die verschiedene aktuelle touristische Themen aufgreifen und gemeinsam mit renommierten Persönlichkeiten aus der Tourismuswelt beleuchten. Zum Messeauftakt am gestrigen Montag war Erich Falkensteiner, Geschäftsführer der gleichnamigen Hotelgruppe, als Referent der Veranstaltung geladen.

Die Krise ist laut Erich Falkensteiner ein Zustand, der sich seit Bestehen der Falkensteiner Hotels in zyklischen Abständen wiederholt: In den 70ern waren es die hohen Ölpreise, in den 80ern die Inflation... Heute leiden nach Aussagen des Südtiroler Unternehmers einige Bereiche im Tourismus besonders, wie etwa die flugabhängigen Fernreiseziele oder die Stadthotellerie. Erstere aufgrund der Flugabhängigkeit und die Kürzung der Flugverbindungen, letztere durch die schnelle Reaktion der Firmen auf die derzeitige Krise...

Effektiv hat die Krise die Realwirtschaft nur in einigen Branchen erreicht, in naher Zukunft werden sich die Auswirkungen der Krise verbreiteter abbilden. Obwohl ein bedeutender Teil der Gesellschaft als krisenresistent bezeichnet werden kann und auf das Konsumgut Urlaub nicht verzichtet, muss die Hotellerie mit einem insgesamt rückläufigen Urlaubsetat rechnen. Allgemein rechnet man, dass 10% eines Familieneinkommens für Urlaub ausgegeben wird - es sei nach den Ausführungen von Erich Falkensteiner nicht verwunderlich, wenn dementsprechend die Produkt- und Preispolitik zukünftig eine Schlüsselrolle für den Erfolg von Tourismusprodukten spielen wird, da auch im heurigen Sommer bestimmte Ausgabegrenzen klar merkbar waren.

Für die Südtiroler Hotellerie sei nach Meinung der Gesprächsrunde die internationale Krise eine Chance, die eigenen Produkte klarer auszurichten und im Preisbereich aufzuwerten. Die deutliche Nachfrage nach Authentizität, Sicherheit, Echtheit, Menschlichkeit spiegeln sich im Angebot unseres Landes bestens wieder und bilden eine gute Voraussetzung zu einer nachhaltigen Preissteigerung.

Auf Landesebene treffen die internationalen Kriseneinflüsse auf interne Krisenfaktoren, wie etwa Probleme bei der Generationsfolge, Strategiekrisen, Erlös- und Kostenkrisen - diese stellen unsere Hotellerie vor eine Reihe von Herausforderungen, die es zu lösen gilt.

Die Gewinner werden laut Erich Falkensteiner jene sein, die sich auf die Spezialisierung der eigenen Angebote und eine Qualitätsoffensive im Dienstleistungsbereich konzentrieren. Wer nichts tut, verliert. Zur Zeit investiert die FMTG beispielsweise in Ausbildungsprogramme für das mittlere und obere Management die in Kooperation mit der Tourismusfachhochschule Villach und der Tourismusschule Bad Gleichenberg organisiert werden. Hierzulande fehlt es noch an weiterführenden Studien für die Führungskräfte von morgen. Unter dem Motto "Best Practice am Gast" wird die Tourismusschule Bad Gleichenberg an 114 Tagen am Jahr Schauplatz für gelebte Gastfreundschaft und die Schüler lernen unter der Falkensteiner Führung den richtigen Umgang mit dem Gast.

Software und die Konzentration auf Servicequalität werden zu einem zentralen Thema - es stellt sich nämlich heraus, dass Krisenresistenz stark mit einem großen Stammgästeanteil zusammenhängt - dieser lässt sich mit gutem Service aufbauen. Dementsprechend muss in Zukunft die Konzentration auf die so genannten "weichen Werte" fallen um eine Strategie um Service für den Gast spürbar zu gestalten und das eigene Produkt vom Markt abzugrenzen.

Erfolgreiche Tourismusprodukte müssen über emotionale Qualität und einen Mehrwert verfügen, dementsprechend muss die Konzentration auf die qualitative Erfüllung der Grunderwartungen und auf die Schaffung von WoWs im Bereich der "add on"-Leistungen erfolgen.

Hotels, die es schaffen hochwertige und begeisterte Mitarbeiter an sich und die eigenen Ziele zu binden, eine gesicherte Dienstleistungsqualität zu bieten und darüber hinaus den Gast zu überraschen und emotional zu treffen, sind krisensicher. Insgesamt,

schließt Falkensteiner seine Ausführung, bräuchte es eine dem Tourismus positivere Gesinnung - leider sei die Haltung zum Fremdenverkehr nicht immer positiv, dies bei Tourismusberufen oder hinsichtlich von Projekten und Bauvorhaben. Eine Sensibilisierung der Südtiroler Bevölkerung muss zu einer positiveren Grundhaltung unseres Landes zum Tourismus führen - in Krisenzeiten formen sich Kooperationsgedanken und Visionen auch leichter als in satten Jahren, auch dies ist für unser Land eine Chance.

Aus der Messe Bozen - HOTEL 09 Michaeler Partner Korrespondent
Stefano Cicalò

Fotomaterial

Bildmaterial zu den Kunden von Michaeler & Partner finden Sie auf
<http://www.press.michaeler-partner.com>.

Alle aktuellen Pressemitteilungen zum Download
<http://www.press.michaeler-partner.com>

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM/Original Bild Service, sowie im OTS Bildarchiv unter <http://bild.ots.at> .

Rückfragehinweis:

Michaeler & Partner
Eisackstr. 1
I-39040 Vahrn/Brixen (Südtirol)
Tel.: +39 0472 978140
Fax: +39 0472 978141
<mailto:info@michaeler-partner.com>
<http://www.michaeler-partner.com>
Iris Costazza
<mailto:iris.costazza@michaeler-partner.com>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0007 2009-10-20/13:45

201345 Okt 09

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20091020_TPT0007