

## Zillertaler Seilbahnen als Vorreiter bei Kundenorientierung

Wien (TP/OTS) - Über die Qualität von touristischen Angeboten entscheidet schlussendlich der Gast. Daher fragen die Seilbahnen im Zillertal seit über 10 Jahren ihre Gäste und werten die Antworten penibel aus. SAMON Seilbahnen hilft ihnen dabei, sehr exakte Schlüsse zu ziehen und entsprechend zu reagieren.

"Der Gast ist uns zu wichtig, als dass wir uns einen Mangel an Information leisten wollen" sagt Josef Reiter, Obmann der Interessengemeinschaft der Zillertaler Seilbahnen. Die Seilbahnen und das Zillertal sehen sich als Vorreiter in der Branche und messen daher von Jahr zu Jahr die Realität - die Wahrnehmung der Kunden. "Manchmal überraschen uns die Kundenreaktionen, manchmal haben wir sie ähnlich erwartet oder erhofft", meint Reiter, "aber immer geben sie uns Anlass uns ständig zu verbessern".

Ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess ist das Ziel von Benchmarking-Initiativen. Die Seilbahnen haben mit dem Benchmarking-Tool, das von MANOVA mit dem Marketing Forum der Seilbahnen entwickelt wurde, das ideale Instrument dafür. Einerseits lassen sich über Zeitvergleiche sofort Änderungen und Auswirkungen erkennen, andererseits hilft der Branchenbenchmark festzustellen, wo man selber steht. Stärken und Schwächen werden so nicht in der Selbstanalyse, sondern durch Vergleiche von Kundenmeinungen festgestellt.

Und das Zillertal ist wieder einen Schritt weiter: hier benchmarkt man nicht anonym mit dem Markt, sondern vergleicht jedes Jahr die Ergebnisse einzeln und offen mit den anderen Skigebieten im Zillertal. "So sehen wir genau, welche Maßnahmen beim Gast greifen, lernen daraus und entwickeln uns effizient und zum Nutzen der Kunden optimal weiter", meint Klaus Dengg, Geschäftsführer der Hintertuxer Gletscherbahnen. Das setzt natürlich Vertrauen voraus, der Nutzen aus dem direkten Benchmark überzeugt aber die Mitglieder der Interessengemeinschaft der Zillertaler Seilbahnen. "Ohne Benchmarks wäre die Gästebefragung sehr wenig wert für uns", so Dengg weiter, "das Tool und die gemeinsame Interpretation mit MANOVA ist für uns eine verlässliche und wichtige Basis für unsere Entscheidungen".

Nebenbei entsteht somit ein unglaublicher Wissenspool für die

Branche, denn schließlich werden jedes Jahr rund 30.000-40.000 Gäste in österreichischen Skigebieten befragt. "Damit ist die Seilbahnbranche wohl nicht nur bei Innovationen immer wieder vorne, sondern auch beim Wissen um den Gast", stellt Klaus Grabler, Geschäftsführer von MANOVA fest. "Und dieses Wissen um den Gast nutzen wir auch, um uns als Branche weiter zu entwickeln", sagt der Obmann der Seilbahnen, Nationalrat Franz Hörl. "Für uns im Zillertal ist das klar, dass wir das machen und als Seilbahn-Obmann bin ich stolz auf die Kundenorientierung unserer Branche". Dass man gut liegt im Zillertal, beweist die Weiterempfehlungsrate: "54% unserer Gäste wollen uns ganz sicher weiter empfehlen, 90% sicher" schließt Hörl stolz ab. "Und selbst damit geben wir uns noch nicht zufrieden", erweist sich NR Hörl zukunftsorientiert.

SAMON steht für Satisfaction MONitor und ist das bewährte Kundenzufriedenheitstool von MANOVA in WEBMARK Seilbahnen. Möchten auch Sie mehr über Ihre Gäste erfahren und sich dabei ständig gegenüber Ihrer Konkurrenz verbessern? Dann kontaktieren Sie uns!

~

Rückfragehinweis:

Iris Zehrer

Projektleitung Seilbahnen, Destinationen, Strategieberatung

iris.zehrer@manova.at

Tel.: +43 (0)1 710 75 35 - 19

MANOVA GmbH

Wipplingerstraße 23

A-1010 Wien

<http://www.manova.at>

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/4978/aom>

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

TPT0004 2013-09-25/10:51

251051 Sep 13

Link zur Aussendung:

[http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20130925\\_TPT0004](http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20130925_TPT0004)