

Den Spiegel haben wir uns vorgehalten – jetzt muss die DMO liefern

Für eine Tourismusorganisation ist es unabdingbar, bekannte Strukturen zu verlassen – denn sie geben oft keine Antworten auf die neuen Herausforderungen. Trotzdem haben wirklich «disruptive» Ansätze in der Tourismusbranche Seltenheitswert. von Jungfrau Region Tourismus

Im Konzert des volltönenden Destinationsbrandings wird gerne die einfache Parole ausgegeben: «Gäste holen!» Doch wenn selbst renommierte Universitäten sich eingestehen müssen, dass es bis heute keine seriösen Studien gibt, welche die Wirksamkeit des Destinationsbrandings belegen könnten, geraten nicht nur die konventionellen Marktbearbeitungsmittel unter Druck. Das ganze Rollenverständnis einer DMO als reine Marketingorganisation ist in Frage gestellt und dies nicht nur auf der Ebene der lokalen Destinationen selbst, sondern genauso oder sogar in noch verstärkter Form auf kantonaler wie nationaler Promotionsebene.

Die Jungfrau Region Tourismus AG hat auf der Basis ihres Mehrmarkensystems eine erfolgreiche Rezeptur gefunden, um einerseits die Leistungserbringung vor Ort in den Vordergrund zu stellen. Und andererseits werden mittels der Konzentration der Basisdienstleistung in einer eigenen Organisationseinheit in Interlaken, Synergien geschaffen, um auf aktuelle Herausforderungen des DMO-Managements rasch, flexibel und adäquat reagieren zu können. Längst zählen zu diesen Basisaufgaben nicht mehr nur das reine Marketing. Die Weiterentwicklung der Destination im besten Sinne dieser Formel bedeutet in der heutigen Tourismuswelt Knochenarbeit an der Basis der Organisation. Denn die alten Strukturen liefern keine Antworten auf die neuen Herausforderungen des immer stärker digital gesteuerten Gästeaufkommens.

Neue Strategien formulieren und leben

In den stark frequentierten Aufenthaltsmonaten treten die exogenen Einflussfaktoren des Tourismus, die drei grossen «W» (Wetter, Währung, Wirtschaftskonjunktur), verstärkt in den Hintergrund und sind den drei neuen «W» gewichen: Welche Besucher wollen wir? Wie viele von ihnen? Wann sollen sie zu uns kommen? Zugebenermassen ein Luxusproblem. Aber wenn wir darauf die richtigen Antworten finden, dann können wir das Wertschöpfungspotential für die gesamte Region erhöhen und insgesamt die Nachhaltigkeit verbessern.

Das Instrumentarium des digitalen Marketings bietet ideale Voraussetzungen, um ressourcenschonend und dennoch zielgerichtet genau diejenigen Gästegruppen anzusprechen, die wir ins Visier genommen haben.

Dazu mussten neue Prozesse, Strukturen und Stellenprofile geschaffen werden, um ein neues Rollenverständnis zu akzeptieren sowie neues Wissen in der Organisation selbst aufzubauen. Aber werden wir konkret: Was war bis anhin wirklich disruptiv?

Sounding Board

Das Feedback unserer Partner und Leistungsträger ist als Ausgangsbasis für uns zentral – aber nicht in Form einer unnötigen, zusätzlichen Sitzung. Nein, vielmehr haben wir eine Interessensplattform – ein sogenanntes Sounding Board – geschaffen. Eine Plattform, bei der Hotelbetriebe, Hostels und BnBs mit den aktuellen Herausforderungen der DMO konfrontiert werden. Nur so kann sich die Jungfrau Region optimal als Dienstleisterin positionieren und ihren Weg in diesem digitalen Labyrinth finden. Vier Mal im Jahr wird dieser Austausch nun stattfinden.

Prozessorientierte Finanzsteuerung

Die Tourismusbranche feiert sich gerne selbst, denn die Logiernächte-Entwicklung spricht ja für sich. Dabei vergibt sie sich schöne Preise oder Labels für vermeintlich aussergewöhnliche Destinationsattribute und vergisst gerne, dass die eigene Anspruchshaltung ohne politische Legitimation schnell einmal wirkungslos sein könnte.

Es existiert im Destinationsmanagement das klassische Marktversagen für bestimmte Aufgabenstellungen. Dennoch gibt es genügend Prozesse, die sehr wohl kommerziell geführt werden können. Der Spagat zwischen «subventionierten» und selbsttragenden Prozessen innerhalb derselben Organisation ist nicht einfach auszuhalten. Aber es besteht die Verpflichtung, diesen immer wieder aufs Neue zu wagen.

Mut zur Multimedia Company

Im rasanten Karussell der Customer Journey hat sich glücklicherweise ein Punkt nicht verändert: Content bleibt der Schlüssel zum Erfolg. Deswegen versteht sich die Jungfrau Region Tourismus AG zusehends als Multimedia Company. Letzten Endes geht es nicht darum, über Content zu reden, sondern Inhalte zu produzieren, um zu einem bestimmten Zeitpunkt an einem bestimmten Ort diesen für die Fans, Zuschauer und Interessenten zu publizieren. Ganz einfach. Dafür braucht es aber ein kompetentes Team.

Geschwindigkeit

... ist Trumpf! Dies bedeutet eine Arbeitskultur zu schaffen, die das Experimentieren und Scheitern zulässt, anstatt alles bis ins Detail zu planen. So haben wir angefangen umzusetzen und in kürzester Zeit ein Social-Media-Konzept erarbeitet, durch welches wir nun in globalen Rankings unter den DMOs die «Engagement-Rate» betreffend führend sind. Ein Konzept, welches auf qualitativem Content basiert und gleichzeitig Destinationsgrenzen ignoriert. Besonders in dieser digitaldominierten Welt bedeutet Geschwindigkeit schlicht alles – denn der einsamste Platz auf dieser Welt ist bekanntlich auf Seite 2 bei Google. Dort sucht niemand nach uns. Auf Seite 1 zu bleiben, geht aber nur, wenn wir den Wandel zulassen und die Veränderung als Teil unseres Alltags akzeptieren.

Jungfrau Region Pop-up Academy

TAGESWORKSHOP
FerienwohnungsbesitzerInnen

- » Online Image
- » Online Trends
- » Webseite
- » Social Media

30.9. / 26.10.2019 / 14.3.2020

Tageskurs inkl. Mittagessen CHF 275

BASIC WORKSHOP
Gastronomen
Restaurant Revenue Management & Digital Marketing

16. / 17.10.2019

Erster Workshop in der Jungfrau Region für Gastronomen
KOSTENLOS* nur im Oktober 2019

Anmeldung unter:
jungfrauregion.swiss/workshops

*nur für Gastronomen in der Jungfrau Region

Neues Rollenverständnis: Dienstleistungsangebot der Jungfrau Region

Die Richtung ist klar: Die Jungfrau Region bewegt sich weg von einer reinen Marketingorganisation hin zu einer Destinationsentwicklerin. Die Pop-up Academy liefert in Form von pragmatischem Wissen Antworten auf die drängenden Herausforderungen der Digitalisierung. Dabei setzen wir mit einem ganzheitlichen Revenue Management darauf, die Wertschöpfung für den einzelnen Beherberger und damit in der ganzen Jungfrau Region zu erhöhen. Weitere Dienstleistungsangebote der Jungfrau Region komplementieren die digitale Identität unserer Beherberger und Leistungsträger, wenn diese Aufgaben nicht sinnvoll selbst wahrgenommen werden können. Dazu steht ab Januar 2020 unseren Leistungsträgern ein kompetentes Team zur Seite.



Online-Analyse

Preise auf Anfrage

Mit einer Online-Analyse ist es möglich, den Online-Auftritt des Betriebs zu durchleuchten und das Potential aufzuzeigen. Ebenso werden Bereiche wie die eigene Webseite, Buchungsplattformen und -technologien ausgewertet.

Das Multimedia Team der Jungfrau Region lichtet die Ferienwohnung, das Hotel oder Restaurant im besten Winkel ab und macht nebst professionellen Aufnahmen auch die Bearbeitung der Bilder bzw. Videos.



CHF50/h
exkl. Anfahrtsweg

Fotos und Videos

BRUCHSCH HILF? MIER SI DA!



Übersetzungen in alle Sprachen

abhängig Anzahl Wörter

Aussagekräftige Texte – aber noch keine Übersetzungen dazu? Eine korrekte Übersetzung erleichtert den Gästen die Informationsbeschaffung.

jungfrauregion.swiss/service

CHF60/h
exkl. Hosting/Unterhalt

Website Ferienwohnung und BnB



Webseiten sind ein wichtiges Kommunikationsinstrument. Wenn die Webseite nicht überzeugt oder veraltet ist, wirft dies einen Schatten auf Ihr Unternehmen. Wir bieten Unterstützung beim Aufsetzen einer modernen und attraktiven Website, die für den Nutzer einfach zu bedienen ist.



Individuelle Beratungen Ferienwohnung und BnB

CHF60/h

Es ist wohl inzwischen allen bekannt, dass Facebook kein Fotoalbum ist oder TripAdvisor kein Reisebüro. Nichtsdestotrotz sind es zwei Paar Schuhe, einen Eintrag korrekt erstellen zu können oder nur zu wissen, wofür die Portale stehen. Wir unterstützen die Leistungsträger dort, wo der Schuh drückt. Bei einem individuellen Gespräch werden die persönlichen Anliegen und Fragen im Bereich der Digitalisierung geklärt.

Grindelwald
Wengen
Mürren
Lauterbrunnen
Haslital

Jungfrau Region

Jungfrau Region Tourismus AG • Kammistrasse 13 • 3800 Interlaken
033 521 43 43 • info@jungfrauregion.swiss • jungfrauregion.swiss