

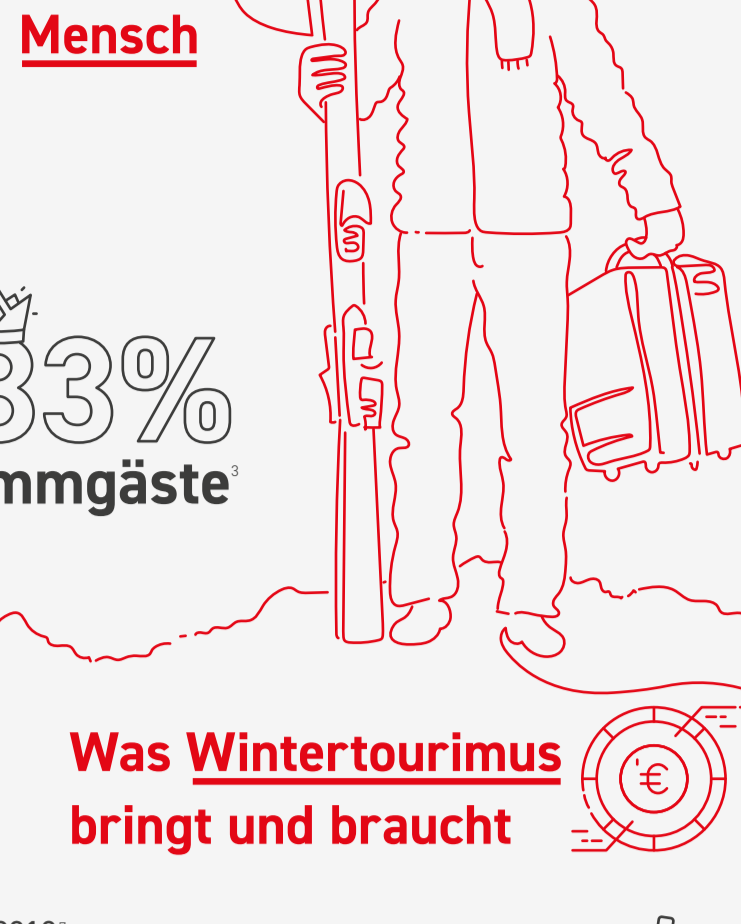
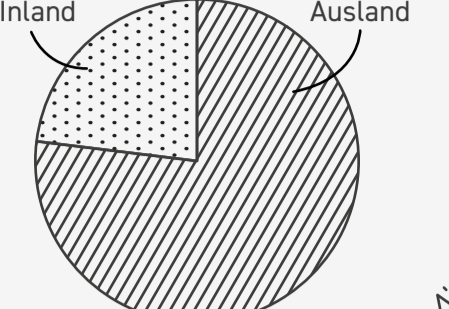


Transformation „Wintertourismus Reloaded“

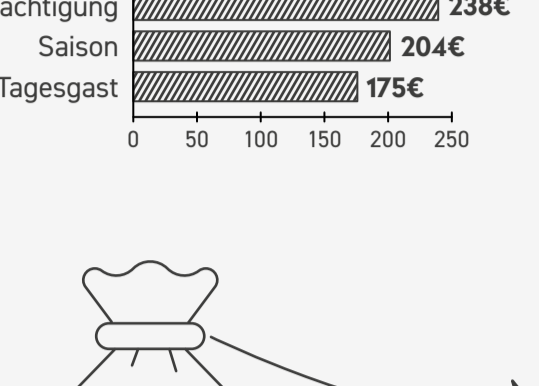
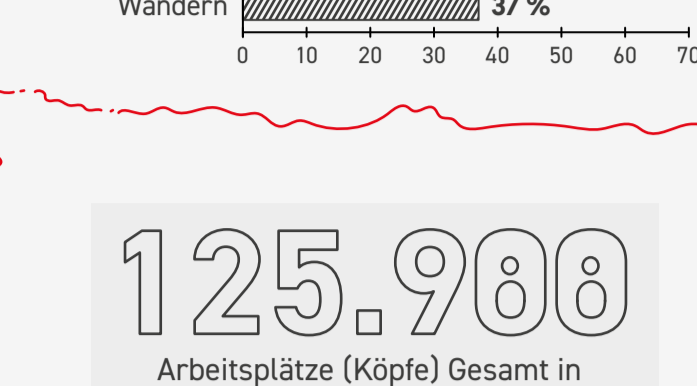
69,29 Mio. Nächtigungen
von November 2022 bis April 2023¹

Wintertourismus in Österreich in Zahlen

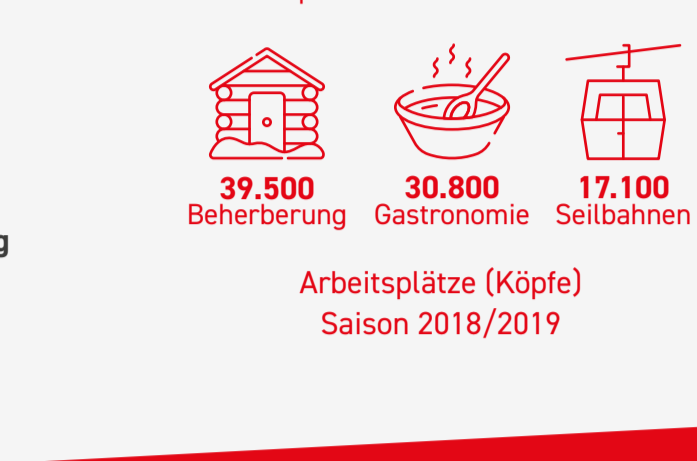
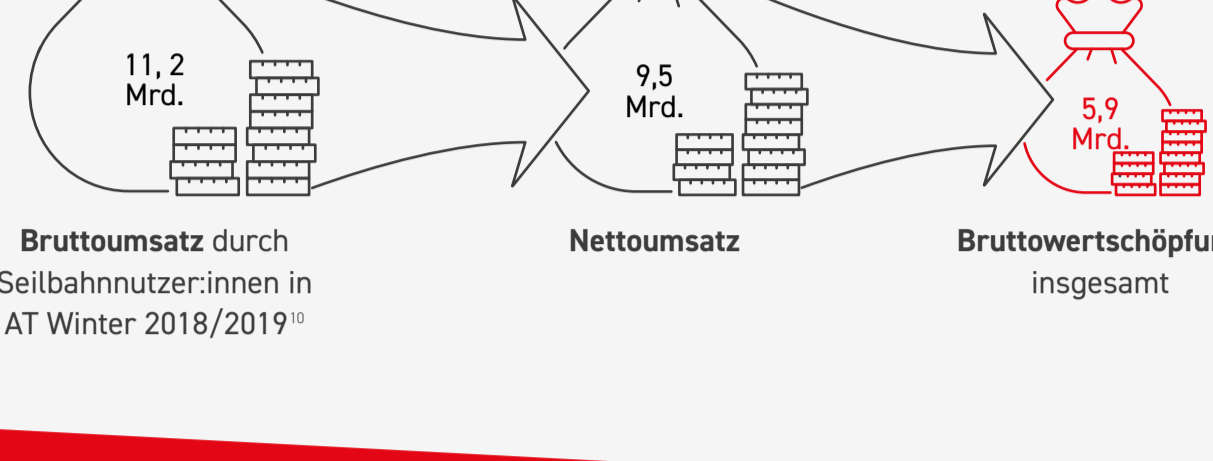
2/3 der Urlauber:innen kommen zum Skifahren



83% sind Stammgäste

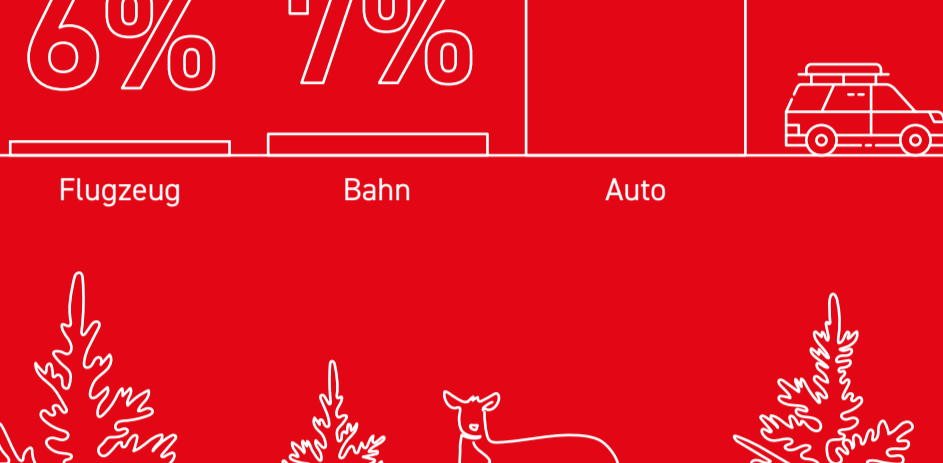


125.900
Arbeitsplätze (Köpfe) Gesamt in der Saison 2018/2019*

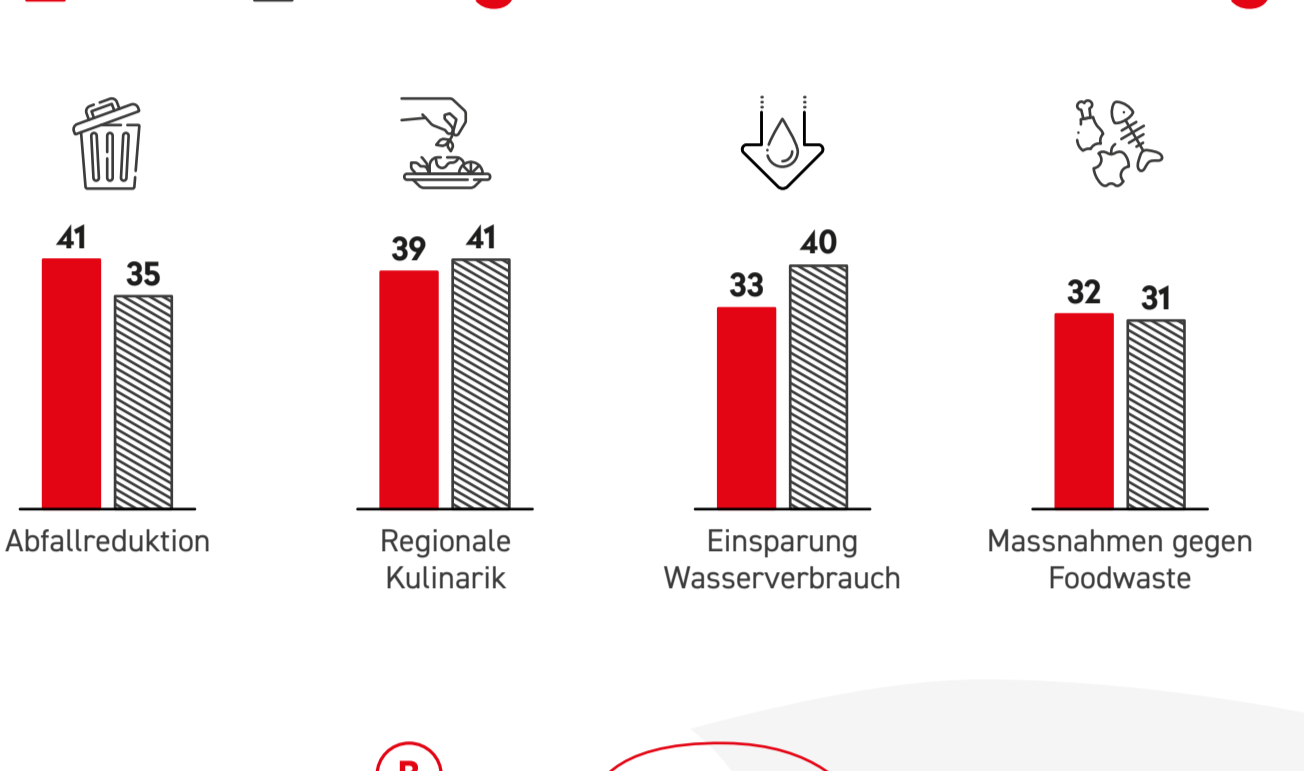


Energie- und Ressourceneinsatz

Für die An- und Abreise genutzte Verkehrsmittel* 83%



Nachhaltigkeit gewinnt an Bedeutung*



Die 3 Druckpunkte des Wandels

Erlebbarer, authentischer und nachhaltiger Wintertourismus

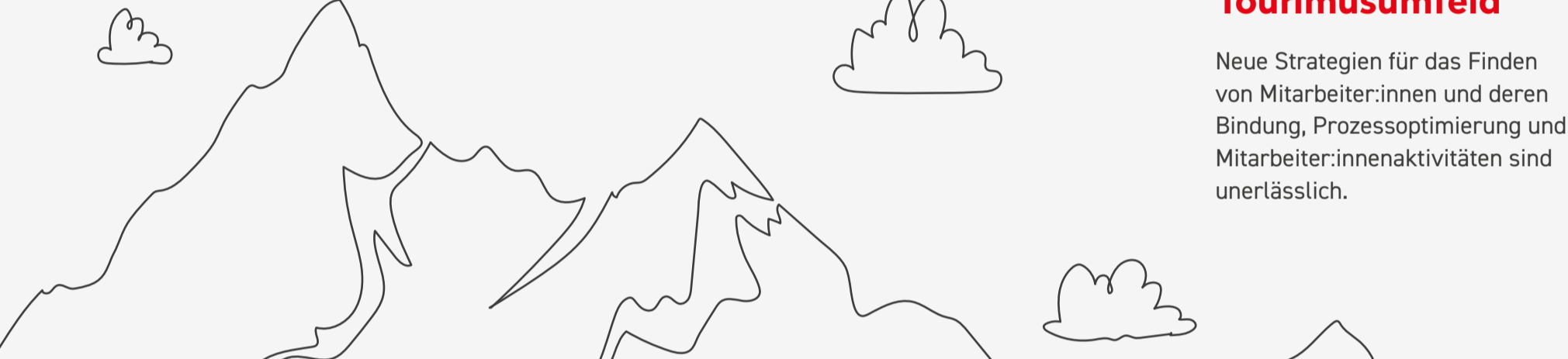
Der Wintertourismus in Österreich wandelt sich. Tourismusregionen zeigen schon heute transparenter, wie sie die Umwelt beeinflussen und zum Klimaschutz beitragen.

Digitale Erfahrungen vor, während und nach dem Winterurlaub

Es braucht neue, attraktive Angebote, um die kürzere Winter-/Schneesaison zu überbrücken.

„Employer Branding“-Attraktivierung für Mitarbeiter:innen im Tourismusumfeld

Neue Strategien für das Finden von Mitarbeiter:innen und deren Bindung, Prozessoptimierung und Mitarbeiter:innenaktivitäten sind unerlässlich.



Gemeinsam mit Kreativexpert:innen aktiv Veränderungen im Umfeld anstoßen

Unternehmen haben die Notwendigkeit, das gesamte Umfeld an Innovationen und Veränderungen zu beachten. Es beeinflusst mehr denn je zuvor ihren Erfolg. Erfassen Sie als Unternehmer:in Ihre Abhängigkeiten und Partnerschaften und bringen Sie diese in einer Übersicht zusammen.



6 Visionen für einen erfolgreichen Wintertourismus

Anne-Liese Prem
tomorrow stories e.U.
www.tomorrowstories.com

„Durch den Einsatz von neuen Technologien können interne Prozesse optimiert werden. Das schafft Ihren Mitarbeiter:innen mehr Zeit für die persönliche Betreuung Ihrer Kund:innen/Gäste und genau darum soll es in Zukunft wieder mehr gehen. Wenn alles immer digitaler wird, bekommt gleichzeitig der Faktor Mensch als Gegenpol wieder Gewicht. Mit digitalen Tools können Sie Ihr Back-Office optimieren und sich freispielen. Überlegen Sie gemeinsam mit Ihren Mitarbeiter:innen, welche Prozesse Sie im Unternehmen optimieren wollen. Expert:innen können Ihnen dann bei der Auswahl der Tools helfen.“

Wolfgang Krapesch
Rekuno OG
www.rekuno.com

„Bei den Eigenschaften, die neue Mitarbeiter:innen haben sollen, arbeiten wir mit einer ‚Candidate Persona‘ also wir beschreiben die Wunschbewerber:innen möglichst genau, um sich bestmöglich in die Lage der Person zu versetzen. So können wir auch erfahren, wie wir die Wunschbewerber:innen ansprechen müssen, wo die richtigen Kontaktpunkte sind und welche Kommunikationskanäle sie nutzen. – Dadurch erreichen wir sie besser.“

Sabrina Oswald
Futura GmbH
www.futura-comm.at

„Mir ist wichtig, dass wir das Ökosystem nicht eingegessen – die Betriebe sind eingebettet in einer Urlaubsregion und häufig haben diese Regionen bereits eine Ausrichtung. Sie als Unternehmen können bewusst im Einklang mit dieser Ausrichtung sein oder sich davon abgrenzen – es muss nur klar sein und kommuniziert werden.“

Silvia Lacher
Strategy Workshop
www.strategyworkshop.at

„Der Mensch steht im Mittelpunkt – nicht nur der Gast, sondern auch die Mitarbeitenden sind essenziell für die Wertschöpfung und sollten mit der gleichen Aufmerksamkeit bedacht werden. Gleichzeitig ist es mir wichtig, dass Sie als Unternehmen nicht in eine Bittstellung verfallen, sondern Stärken und Vorteile Ihres Unternehmens erkennen und klar kommunizieren.“

Isabelle Goller
Estuar AG
www.estuar.at

„Akteur:innen im Wintertourismus brauchen ein tiefes Verständnis der Gäste; sie müssen wissen, welche Bedürfnisse, Wünsche und Schmerzpunkte sie haben und auch wie sich die Gäste tatsächlich in der digitalen Welt bewegen. Hier sind die Methoden und Denkhaltungen von Service Design sehr hilfreich, helfen können beispielsweise Personas oder Kundenreisen (vor, während und nach dem Urlaub).“

Florian Schleicher
Impact Marketing Studio
www.future-s.at

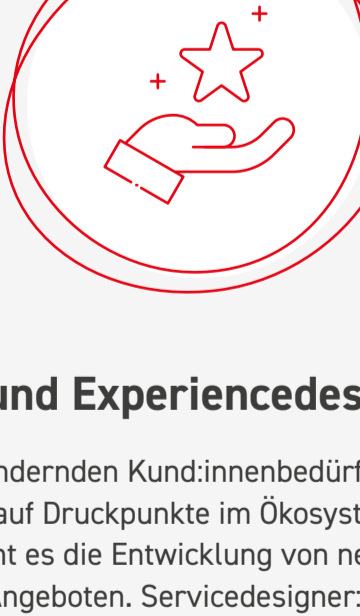
„Das Thema Klimaneutralität ist ein hocheminentes und komplexes Thema. Dabei beobachte ich immer, wie es am einfachsten ist, die Verantwortung bei anderen zu sehen und zu verorten. Wenn wir echte Veränderungen vorantreiben wollen, dann braucht es zuerst einen Blick nach Innen, zum eigenen Bereich und den Austausch mit anderen, um von und mit ihnen zu lernen. Verantwortung haben wir alle. Und gute Beispiele gibt es schon, wir müssen sie nur stärker teilen.“

Kreativleistungen für einen erfolgreichen Wintertourismus



Positionierung & Storytelling

Die einzelnen Teile des Ökosystems Wintertourismus, wie auch die gesamte Wertschöpfungskette und Regionen, müssen ihr Alleinstellungsmerkmal kennen, sich dementsprechend positionieren und von der Konkurrenz abgrenzen. Ihre Alleinstellung muss mit den richtigen Geschichten und die Zielgruppe transportiert werden. Kommunikations- und Marketingexpert:innen können Sie bei der Identifikation Ihrer Positionierung unterstützen und gemeinsam mit Ihnen Ihre Geschichte entwickeln und so auch neue Zielgruppen erreichen.



Service- und Expierencedesign

Um den sich ändernden Kund:innenbedürfnissen zu entsprechen und auf Druckpunkte im Ökosystem reagieren zu können, braucht es die Entwicklung von neuen erfolgversprechenden Angeboten. Servicedesigner:innen können gemeinsam mit Ihnen Ihr Angebotsportfolio analysieren und neue innovative und kund:innenorientierte Services und Angebotsbündel entwickeln. Dabei werden neue Möglichkeiten für Kooperationen und Netzwerke berücksichtigt. Gemeinsam wird Ihr Geschäftsmodell weiterentwickelt und neue Wege der Wertschöpfung werden gefunden.



Green Marketing

Wie Sie ein ganzheitliches Konzept entwickeln, das den wirtschaftlichen Erfolg mit dem nachhaltigen Mehrwert für alle Stakeholder verbindet, und wie Sie dieses authentisch nach außen tragen, wissen Expert:innen aus unterschiedlichen Kreativdisziplinen, die sich auf das Thema Nachhaltigkeit oder Kreislaufwirtschaft spezialisiert haben. Ein wichtiger Bereich ist hier z. B. Green Marketing oder Green Events. Gemeinsam mit Ihnen können Sie im Unternehmen Bewusstsein für mehr Nachhaltigkeit schaffen und Ihre Unternehmensstrategie im Sinne der Nachhaltigkeit zukunftsfähig gestalten und kommunizieren.



Employer Branding

Um die richtigen Mitarbeiter:innen finden und langfristig halten zu können, müssen Sie sich von anderen Wettbewerber:innen im Arbeitsmarkt differenzieren und positiv abheben. Expert:innen aus dem Bereich Employer Branding unterstützen Sie dabei, die Zufriedenheit der Mitarbeiter:innen zu steigern und sich nach außen und innen authentisch als attraktive Arbeitgeber:in zu positionieren. Sie unterstützen Sie auch, wenn Sie in Ihrem Ökosystem überlegen, umfassende Mitarbeiter:innenangebote zu schaffen.



Quellenverzeichnis: 1 <https://news.wko.at/news/oesterreich/wko-hotellerie-gute-wintersaison-optimistischer-ausblick.html>, 2 <https://news.wko.at/news/oesterreich/wko-hotellerie-gute-wintersaison-optimistischer-ausblick.html>, 3 <https://www.wko.at/branchen/wintertourismus/wintertourismus-in-zahlen-2022.pdf>, 4 <https://www.wko.at/branchen/wintertourismus/wintertourismus-in-zahlen-2022.pdf>, 5 <https://www.wko.at/branchen/wintertourismus/wintertourismus-in-zahlen-2022.pdf>, 6 <https://www.wko.at/branchen/wintertourismus/wintertourismus-in-zahlen-2022.pdf>, 7 <https://www.wko.at/branchen/wintertourismus/wintertourismus-in-zahlen-2022.pdf>, 8 <https://www.wko.at/branchen/wintertourismus/wintertourismus-in-zahlen-2022.pdf>, 9 <https://www.wko.at/branchen/wintertourismus/wintertourismus-in-zahlen-2022.pdf>, 10 <https://www.wko.at/branchen/wintertourismus/wintertourismus-in-zahlen-2022.pdf>, 11 <https://www.wko.at/branchen/wintertourismus/wintertourismus-in-zahlen-2022.pdf>, 12 <https://www.wko.at/branchen/wintertourismus/wintertourismus-in-zahlen-2022.pdf>, 13 <https://www.wko.at/branchen/wintertourismus/wintertourismus-in-zahlen-2022.pdf>, 14 <https://www.wko.at/branchen/wintertourismus/wintertourismus-in-zahlen-2022.pdf>, 15 <https://www.wko.at/branchen/wintertourismus/wintertourismus-in-zahlen-2022.pdf>