

Herausforderungen im Tourismus

DESTINATIONEN IM WANDEL



DESTINATIONEN IM WANDEL

Der Schweizer Tourismus spielt seit über 150 Jahren eine massgebliche Rolle als Wirtschaftsfaktor und Arbeitgeber in der Schweiz. Trotz seiner Bedeutung steht er heute vor grossen Herausforderungen:

Heterogene Strukturen: Die Vielfalt der Akteure und Dienstleistungen erschwert eine effektive Koordination und nachhaltige Entwicklung.

Divergierende Interessen: Unterschiedliche Ansprüche von Gästen, Unternehmen, lokaler Bevölkerung, Umweltschützern und Regierungen führen oft zu Konflikten.

Interdependenzen: Komplexe Wechselwirkungen im Tourismussektor können unvorhersehbare negative Auswirkungen auf andere Bereiche haben.

Legitimität: Unethische Praktiken und mangelnde Transparenz beeinträchtigen das Image des Tourismussektors.

Illusion der Steuerbarkeit: Die Führung einer Destination ist komplexer als bei herkömmlichen Unternehmen.

Saisonale Schwankungen: Saisonalität und Auslastungsschwankungen führen zu finanziellen Unsicherheiten und Belastungen der Ressourcen.

Um diesen Herausforderungen zu begegnen und die Wettbewerbsfähigkeit der Destinationen zu erhalten und weiter zu

stärken, ist eine umfassende Neuausrichtung erforderlich. Die Zukunft des Schweizer Tourismus erfordert einen Wandel hin zu einer nachhaltigen, partizipativen und transparenten Destinationsentwicklung:

- Verabschiedung von Partikularinteressen: Fokussierung auf gemeinsamen Zielen, um eine effektive Zusammenarbeit zu ermöglichen.
- Partizipativer Entwicklungsprozess: Einbezug verschiedener Interessengruppen (Netzwerke) für den grösstmöglichen Erfolg der Destination.
- Strategische Ausrichtung: Orientierung an zukünftigen Trends wie Nachhaltigkeit, gemeinschaftliche Zusammenarbeit und innovative Mobilitätskonzepte.

Der Weg zur Destination der Zukunft

Auf diesem Weg hat Quant AG ein zukunftsweisendes Destination System entwickelt, basierend auf Steffen Spiegel und den 5 Foundation von Zartico. Dieses zeichnet sich durch eine innovative Struktur der Destination Governance aus, die darauf abzielt, die Pläne und Massnahmen der verschiedenen Akteure zu koordinieren und eine effektivere Zusammenarbeit zu ermöglichen. Mit einer offenen und vernetzten Struktur, die flexibel auf die Anforderungen der Zusammenarbeit reagiert, werden Chancengleichheit für die Stakeholder, die Wertschätzung des lokalen Erbes, die Förderung von Partizipationsmöglichkeiten sowie die Absicherung von Risiken und die Förderung neuer Investitionen für potenzielle Geldgeber gewährleistet.

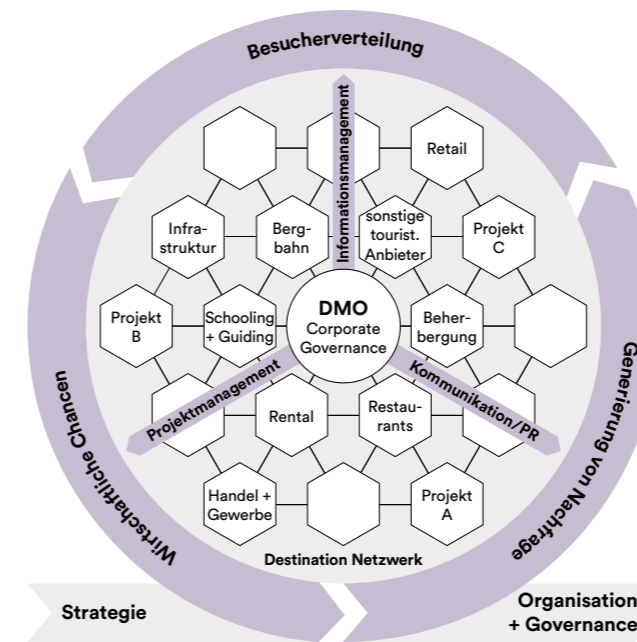


Abbildung: eigene Darstellung in Anlehnung an Steffen Spiegel und 5 Foundation von Zartico

Strategie: Diese bildet das Fundament des Destination Systems. Die definierten Rahmenbedingungen, Ziele und Massnahmen werden vom Führungsnetzwerk überwacht und regelmässig überprüft. Durch kontinuierliche Kommunikation und Austausch wird Transparenz gewährleistet, so dass jeder Akteur seine Verantwortung kennt. Alle Beteiligten wissen jederzeit, wo sie teilnehmen und profitieren können.

Netzwerk & Kollaboration: Die Netzwerk-Konstellation in der Destination ist für den Erfolg des Systems entscheidend. Die Destination Management Organization (DMO) kann eine koordinierende Rolle im System einnehmen, während sich die Akteure in Kooperation bzw. Zusammenarbeitsprozessen zusammenschliessen, um Herausforderungen gemeinsam anzugehen. Auf dieser Grundlage entsteht kollektives Handeln, das von persönlichen Beziehungen (Affiliation), Koordinierung, Zusammenarbeit bis hin zu strategischen Netzwerken reicht.

Wertversprechen: Das Wertversprechen der DMO als Zentrum der Destination Governance konzentriert sich auf die Generierung von Nachfrage, Besucher-Verteilung und Schaffung wirtschaftlicher Chancen. Im Mittelpunkt steht die Schaffung eines einzigartigen und attraktiven Lebens- und Tourismusraums für nachhaltige Erinnerungen.

Organisation & Governance: Im Destination System partizipieren die Produzenten (Akteure), der Orchestrator, die Abnehmer (Gäste) und das Führungsnetzwerk in verschiedenen Netzwerken. Ein hohes Mass an Vertrauen, Rechenschaftspflicht und Transparenz stärkt das System und sorgt für Stabilität. Jeder im System ist sich seiner Rolle, Verantwortung und Kompetenzen bewusst. Die Grundprämisse ist die gemeinsame Lösung von Problemen durch freiwillige Kooperation, unabhängig von Partikularinteressen. Dabei müssen organisatorische Strukturen, Normprozesse und Entscheidungsprinzipien, die eine effiziente Zusammenarbeit fördern definiert werden.

In diesem Sinne müssen Destinationen und Unternehmen vital und lernfähig sein, ständig die Kunst der graduellen Evolution ausüben. Das heisst, sie verbessern ihre Produkte, aber auch ihre Prozesse ständig. Essenziell für den zukünftigen Erfolg einer Destination ist jedoch ein ganz wesentlicher Punkt: Politische Gemeinden, Bergbahnen, Hotellerie und weitere Leistungsträger sowie die Destinationsorganisationen verabschieden sich vom partikulären Denken und Handeln und verfolgen ein gemeinsames, übergeordnetes Ziel:

Eine Vision teilen und gemeinsam umsetzen!

REFERENZENZEN

Eco Zermatt

Entwicklung einer Projektvision, strategische Ausrichtung und Positionierung. Konzeption und Umsetzung eines progressiven Kommunikationsinstrumentes für die Vermittlung des Projekts gegenüber definierten Dialoggruppen inkl. Stakeholder Management von Zermatt.



Tourismusstrategie Amden Weesen

Phase 1: Entwicklung eines räumlichen Tourismusentwicklungskonzepts (rTEK), Phase 2: Erarbeitung Tourismusstrategie für den Verein Amden Weesen Tourismus mit dem Ziel, die Strukturen des Vereins effektiv und effizient zu organisieren, sowie klar zu positionieren.



Kleinwalsertal 2030

Überarbeitung bestehende Strategie inkl. strukturierten Visions- und Strategieprozess zur Sicherstellung einer nachhaltigen Ausrichtung und qualitativen Wachstum der Destination Kleinwalsertal.



Destinations- und Markenstrategie Flims Laax Falera

Entwicklung Destinationsstrategie inkl. Markenstrategie für die Ferienregion Flims Laax Falera. Entwicklung Unternehmensstrategie für die DMO FLFM AG Marketing- und Kommunikationskonzept, Begleitung des Transformationsprozesses sowie Implementierung innerhalb der Organisation.



ZUKUNFT GESTALTEN

Als Individuen und Unternehmungen wie auch Organisationen sind wir Tag für Tag gefordert: Globalisierung, Umwelt, Gesellschaft, Demokratie und Technologie – diese sich überlagernde Krisenphänomene stellen uns vor immer neue Herausforderungen.

Wie können Unternehmen die Herausforderung Zukunft erfolgreich gestalten? Der Wandel beginnt mit dem Entwickeln eines Zukunftsbilds, das sich aus einem tieferen Verständnis der inneren Verfassung einer Unternehmung und der äusseren Kräfte der Märkte ergibt. Solche Zukunftsbilder setzen den Rahmen für neue Geschäftsmodelle, Marktpotenziale und Wachstumschancen.

Dafür beobachtet Quant kontinuierlich die Verhaltensmuster der Konsumenten, analysiert Zukunftstrends und versteht die Werthaltung verschiedener Kulturen und Communities. So vielfältig und unterschiedlich die Kundenbedürfnisse und Projekte sind, so stringent und konsistent ist unser Leistungserbringungsprozess. Jedem unserer Projekte liegt das Quant Framework zugrunde. Diese integrale Strategieentwicklung mittels eines hybriden Ansatzes richtet sich nach den drei Phasen «Ausrichtung», «Konzeption» und «Umsetzung». Unsere Strategie- und Entwicklungsmethodik kombiniert transparent

die Paradigmen strategischen Managements mit den Paradigmen der Agilität. So erarbeiten wir kreative Lösungen und objektive Entscheidungsgrundlagen.

Durch Interdisziplinarität und Methodenkompetenz sind wir in der Lage, unternehmerische Fragestellungen ganzheitlich und strukturiert zu bearbeiten. Dabei fokussieren wir unser Know-how und Engagement auf folgende Kompetenzbereiche:

- Strategieberatung
- Tourismus
- Immobilien
- Markenentwicklung
- Hospitality
- Investoren- und Betreibersuche, Fundraising

Durch die Integration des spezifischen Wissens unserer Kunden entstehen kreative Ideen, sinnhafte Lösungen und objektive Entscheidungsgrundlagen. Unser Anspruch ist es, Werte zu schaffen und Unternehmer:innen zu befähigen, die richtigen Entscheidungen für ihren Betrieb oder Organisation zu fällen, um die Herausforderung Zukunft erfolgreich zu gestalten. Möchten Sie mehr über unser konkretes Leistungsspektrum erfahren? Let's talk.

Quant AG

Via Nova 37
CH-7017 Flims Dorf
+41 81 531 34 21
www.quant.swiss

Kontakt

Seraina Schöb
Projekt Managerin
ses@quant.swiss
+41 79 586 92 45

QUANT
*from vision
to reality*