

TIROLERIN

Oktober 2020
32. Jahrg. • € 3,90

LUST AUF EIN UPGRADE?

Entdecken Sie mit uns
die schönsten Seiten der
Tiroler Hotellerie neu

HÖHER,
SCHNELLER,
STOPP!

WIE WIR DEM LEISTUNGSDRUCK
ENTFLIEHEN UND UNS SELBST
WIEDER NÄHERKOMMEN



UPDATE: UPGRADE



KATHARINA ZIERL
Geschäftsführerin, Chefredakteurin TIROLERIN

u s t
auf ein Upgrade?

Wir schon! Mit unserer neuen Rubrik wollen wir ein Zeichen setzen und Sie mit auf eine inspirierende Reise nehmen. Der Tourismus ist mit seiner jahrhundertelangen Tradition nicht aus Tirol wegzudenken. Die wirtschaftliche Bedeutung ist enorm. Grund genug, künftig in jeder Ausgabe der TIROLERIN in unserem neuen Schwerpunkt „Upgrade“ ganz genau hinzuschauen und zu beleuchten, was Tirols Tourismus und Hotellerie zu bieten haben. Die vergangenen Monate haben alle vor große Herausforderungen gestellt. Es gilt, neue Strategien und Ideen zu entwickeln, um diese schwierige Zeit gut zu überstehen. Auch wir haben uns Gedanken gemacht und wollen neue Wege gehen. „Upgrade“ soll Tirols Gastgeberinnen und Gastgeber eine exklusive Plattform bieten, um ihre Einzigartigkeit und ihre vielen innovativen Ideen und Projekte zu präsentieren – egal ob es sich um architektonische Highlights, die Geschichte von Traditionsbetrieben oder ganz persönliche Einblicke in den Hotelalltag handelt. Der Faktor Mitarbeiterin/Mitarbeiter wird für die Hotellerie immer wichtiger, weshalb wir Hotelierinnen und Hoteliers in unserer neuen Rubrik die Möglichkeit bieten, sich als regionale Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber zu präsentieren. Auch Tourismusexpertinnen und -experten kommen regelmäßig zu Wort und regen mit ihren Inputs Diskussionen und Innovationen an. Darüber hinaus sorgt „Upgrade“ mit der Vorstellung von Tiroler Jungunternehmen aus der Tourismusbranche künftig für frischen Wind. Warum wir gerade jetzt mit „Upgrade“ durchstarten? Weil es gerade jetzt wichtig ist, Denkanstöße zu liefern und das gegenseitige Vernetzen zu fördern. Der Fokus der TIROLERIN liegt seit ihrer ersten Erscheinung vor mittlerweile 32 Jahren ganz klar auf Regionalität. Wir bilden ab, was Tirol ausmacht. Der Tourismus spielt eine zentrale Rolle. In Tirol und in der TIROLERIN. Stärken wir gemeinsam diesen unverzichtbaren Wirtschaftsfaktor. Mit einem Upgrade der besonderen Art.

TIROLERIN-TOURISMUS-IMPULSE

Die Bedürfnisse der Gäste ändern sich – und mit ihnen auch das touristische Angebot. Wir haben Branchenexperten gefragt, was das Hotel von morgen können muss und mit welchen Standortvorteilen Tirol punkten kann.

Redaktion Andrea Lichtfuss



CLEMENS WESTREICHER WESTREICHER CONSULTING

Clemens Westreicher begleitet Unternehmerfamilien und touristische Regionen bei Fragen der strategischen Weiterentwicklung und der betrieblichen Übergabe.
www.westreicher-consulting.com

Warum beschäftigen Sie sich mit der Zukunft im alpinen Tourismus?

Der Tourismus ist für Tirol ein wichtiger Wirtschaftszweig. Er trägt wesentlich zum Wohlstand der Tiroler Bevölkerung bei. Der Tourismus ermöglicht auch den Bewohnerinnen und Bewohnern Tirols Freizeitangebote, die es so sonst wohl nicht gäbe. Sich mit der Zukunft auseinanderzusetzen, ist für die meisten Regionen Tirols lebensnotwendig. In meiner täglichen Arbeit begleite ich Unternehmerfamilien im Tourismus bei der Gestaltung ihrer Strategie und der Nachfolge. Zudem unterstütze ich Gemeinden in der Standortentwicklung – alles Themen, die eine Beschäftigung mit der Zukunft erfordern.

Wie kann man den Gast in Zukunft begeistern? Inwieweit verändern sich die Bedürfnisse unserer Gäste?

Der Volksmund weiß, dass der Wurm dem Fisch und nicht dem Angler schmecken soll. Ich bin überzeugt, dass wir den Gast in Tirol nur begeistern können, wenn wir seine Bedürfnisse bestmöglich erfüllen. Daran müssen wir die touristischen Leistungen der Unternehmen und Regionen konsequent ausrichten. Ich beschäftige mich unter anderem mit der Analyse der Generationen Baby Boomer, X, Y und Z in den Herkunftsländern, um herauszufinden, wie sich Gästebedürfnisse entwickeln.

Wie sieht das Alpenhotel der Zukunft aus?

Ganz generell: Das Hotel der Zukunft ist auf die Bedürfnisse einer beziehungsweise einiger weniger Zielgruppen ausgerichtet. Zudem ist das Hotel groß genug, damit ein Sowohl-als-auch von Hotel und Familienleben der Hoteliers besser möglich ist. Nicht zuletzt schafft es ein inspirierendes Spannungsfeld zwischen alpiner Tradition und urbaner Moderne.

Was muss die Mitarbeiterin oder der Mitarbeiter der Zukunft können?

Die Mitarbeitenden der Zukunft sind sozialkompetente Gastgeberinnen und Gastgeber. In der Beherbergung, der Gastronomie und Betreuung erbringen sie auf den Gast individuell zugeschnittene Spitzenleistungen. Dabei werden sie von digitalen Helfern und Robotern unterstützt und entlastet.

In welcher Form müssen Hotels und Regionen zusammenspielen, um Innovationen zu generieren?

Für dieses Zusammenspiel würde ich weitere Leistungsträgerinnen und Leistungsträger ergänzen, beispielsweise Landwirtschaft, Dienstleisterinnen und Dienstleister, Bergbahnen. Die hohe Kunst ist es, sowohl heute als auch morgen erfolgreich zu sein. Das bestehende Angebot müssen wir laufend verbessern und zukunftsfähige, neue Erlebnisse für den Gast entwickeln. Für Tirol wäre das Produkt von heute der Winter und das Frühjahr, der Sommer und der Herbst sind die Produkte von morgen. Mit zunehmenden Protesten gegen den Tourismus erscheint mir die Einbindung insbesondere der lokalen Bevölkerung und der Gäste in die Entwicklung von Innovationen sinnvoll. Ein aufwendiger und lohnender Prozess! Er steigert unsere Identifikation mit dem Tourismus und die Chance auf die Umsetzung von Zukunftsprojekten.

Wie kann Tirol seine Rolle als eines der beliebtesten Urlaubsziele der Alpen auch in Zukunft bewahren? Welche Standortvorteile gibt es?

Indem sich der Tiroler Tourismus nachhaltig – also ökonomisch, ökologisch und gesellschaftlich – stetig weiterentwickelt. Als zukunftsfähige Standortvorteile zeigen sich aus meiner langjährigen Praxis leicht erreichbare, ganzjährige und sichere Erlebnisse für eine zunehmend alternde Gesellschaft.