

KTI-Projekt „Stärkung der Gastfreundschaft in der Zentralschweiz“

Management Summary

Institut für Tourismuswirtschaft ITW
Rösslimatte 48, Postfach 2940, CH-6002 Luzern
T +41 41 228 41 45, F +41 41 228 41 44
www.hslu.ch

1 Ausgangslage und Handlungsbedarf

Gastfreundschaft ist ursprünglich, d.h. schon seit der Antike, eine Pflicht oder Sitte der Aufnahme, Bewirtung und des Schutzes von Menschen bzw. Reisenden. Heute wird Gastfreundschaft als eine Gesamtheit von Verpflegung, Unterkunft, Umwelt und dem Verhalten und der Einstellung der Menschen verstanden. Hierbei gilt es, die professionelle Gastfreundschaft, d.h. die Gastfreundschaft der touristischen Dienstleister, von der traditionellen Gastfreundschaft (Gastfreundschaft der Bevölkerung) abzugrenzen. Bis heute gibt es in der Literatur keine allgemein akzeptierte Definition der Gastfreundschaft. Dies liegt unter anderem daran, dass Gastfreundschaft von zahlreichen Faktoren beeinflusst wird (Einstellung der Menschen, Kultur, Kommunikation etc.), also etwas Mehrdimensionales ist. In den bisherigen Studien zu diesem Thema wurde dies nicht oder nur unzureichend berücksichtigt.

Diverse Umfragen haben gezeigt, dass die Schweiz in Bezug auf die Gastfreundschaft aus der Sicht der Gäste deutlich schlechter abschneidet als andere Länder (insbesondere Österreich) bei gleichzeitig hohen Preisen. Entsprechend gross ist der Handlungsbedarf, um die Gästezufriedenheit langfristig sicherzustellen. In den letzten Jahren haben verschiedene Destinationen und touristische Unternehmen zur Verbesserung der Gastfreundschaft konkrete Massnahmen ergriffen. Um eine ganze Destination, also z.B. die gesamte Zentralschweiz bezüglich Gastfreundschaft zu stärken, müssen alle Anspruchsgruppen in Bezug auf diese Thematik mit geeigneten Massnahmen und Instrumenten sensibilisiert werden.

Im 2015 feiert der Tourismus in der Zentralschweiz sein 200-jähriges Bestehen. Zu diesem Zweck haben sich die Kantone Uri, Schwyz, Luzern, Ob- und Nidwalden zu einem Trägerverein zusammengeschlossen (Gästival, Verein 200 Jahre Gastfreundschaft). Das Gästival plant und koordiniert alle öffentlichkeitsrelevanten Projekte im Jubiläumsjahr 2015. Das geplante KTI-Projekt soll den inhaltlichen Kern des Gästivals bilden und zu einer signifikanten Stärkung der Gastfreundschaft in der Zentralschweiz beitragen. Das Jubiläum bietet damit die einmalige Gelegenheit, dank der hohen Präsenz der Thematik die Zentralschweiz durch die Verbesserung der Gastfreundschaft nachhaltig wettbewerbsfähiger zu machen.

2 Ziele und Forschungslücken des Projekts

Mit dem vorliegenden Projekt soll erstmals eine ganze Destination, d.h. die gesamte Zentralschweiz mit ihren touristischen Leistungsträgern (Bergbahnen, Hotels etc.), weiteren mit dem Tourismus verbundenen Unternehmen (z.B. Taxiunternehmen) sowie der Bevölkerung, bezüglich ihrer Gastfreundschaft gestärkt und gefördert werden. Die zwei zentralen Ziele sind:

- Sensibilisierung der verschiedenen Anspruchsgruppen für die Thematik Gastfreundschaft
- Entwicklung konkreter Tools zur Verbesserung und Stärkung der Gastfreundschaft

Sowohl bei der Sensibilisierung bezüglich Gastfreundschaft als auch bei der Befähigung, diese gut umzusetzen, spielt die Kommunikation via Medien eine zentrale Rolle. Nur durch die Medien ist es möglich, neben den Entwicklungspartnern des Projekts zusätzlich weitere Unternehmen sowie die Bevölkerung zur Bedeutung der Gastfreundschaft zu informieren und sensibilisieren und dadurch die Bereitschaft für einen persönlichen Beitrag zur Verbesserung der Gastfreundschaft zu erreichen. Im Rahmen des Projekts werden diejenigen Instrumente entwickelt, mit denen sich die Gastfreundschaft nicht nur einzelbetrieblich, sondern in der gesamten Destination substanziell stärken lässt.

Die verbesserte Gastfreundschaft führt zu einer höheren Gästezufriedenheit und damit verbunden zu einer stärkeren Gästebindung und Gästeloyalität in der Zentralschweiz. Diese führen wiederum zu höheren Gästerausgaben, einer längeren Aufenthaltsdauer, einer höheren Anzahl Wiederholungsbesuche sowie einer höheren

Weiterempfehlungsrate. Das Projekt führt damit sowohl kurzfristig als auch mittel- und längerfristig zu gesteigerten Umsätzen sowie einer grösseren Wertschöpfung und Beschäftigung in den touristischen und nicht-touristischen Unternehmen. Damit stärkt es die nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit der ganzen Tourismusbranche der Zentralschweiz.

Mit dem Projekt sollen vier Forschungslücken geschlossen werden:

1. Bisherige Modelle berücksichtigen die Mehrdimensionalität des Konstrukts Gastfreundschaft nur ungenügend. Erstmals werden die relevanten Aspekte, Treiber und Merkmale der professionellen und traditionellen Gastfreundschaft identifiziert und empirisch erfasst. Dies soll die Erstellung eines mehrdimensionalen und validierten Wirkungsmodells der Gastfreundschaft ermöglichen.
2. Aufbauend auf diesem Modell werden verschiedene Instrumente (Tool-Box) entwickelt, die die Anspruchsgruppen (touristische Leistungsträger, Bevölkerung, Gäste) bezüglich Gastfreundschaft sensibilisieren und sie befähigen, diese erfolgreich anzuwenden. Die Entwicklung dieser Tool-Box erfolgt in enger Zusammenarbeit mit den Entwicklungspartnern (siehe Kap. 3), um die Praxistauglichkeit und Akzeptanz bei den einzelnen Anspruchsgruppen sicherzustellen.
3. Mit dem Projekt wird eruiert, auf welche Weise sich eine ganze Destination im Rahmen eines Change-Prozesses in Bezug auf die Gastfreundschaft sensibilisieren und stärken lässt – d.h. wie eine positive Stimmung und dadurch Breitenwirkung erzielt werden kann. Im Rahmen des Projekts wird deshalb eruiert und getestet, mit welchen Medien- und Kommunikationsmassnahmen die Zentralschweiz am effektivsten und effizientesten für die Thematik sensibilisiert werden kann. Die Sensibilisierung bildet die zentrale Grundlage für die Stärkung der Gastfreundschaft. Die entwickelten Instrumente und Massnahmen zur Stärkung werden ebenso in Bezug auf Ihre Praxistauglichkeit und Anwendbarkeit getestet.
4. Mit der Entwicklung eines umfassenden Monitoring-Systems soll erstmals die Entwicklung der Gastfreundschaft langfristig erfasst und evaluiert werden. Die im Projekt entwickelten Sensibilisierungs- und Befähigungstools werden zusammen mit den Entwicklungspartnern laufend empirisch validiert und optimiert. Auf diese Weise soll nach Projektabschluss der Destination eine Auswahl an empirisch geprüften Tools zur Verfügung stehen, die nachweislich zur Stärkung der Gastfreundschaft beitragen.

3 Partner

Um die eingangs genannten Ziele zu erreichen bzw. die Forschungslücken zu schliessen, wird das vorliegende Projekt mit 11 Entwicklungspartnern umgesetzt.

Hauptumsetzungspartner ist der Verein "200 Jahre Gastfreundschaft Zentralschweiz".

Weitere Entwicklungspartner des Projekts sind die fünf Kantonalen Tourismusorganisationen, wobei jeweils eine Person des Kaders aktiv im KTI-Projekt mitwirken wird:

- Luzern Tourismus AG
- Uri Tourismus AG
- Schwyz Tourismus
- Obwalden Tourismus AG
- Nidwalden Tourismus

Pro Kanton ist ausserdem je ein touristisches Unternehmen als Entwicklungspartner beteiligt: Verkehrshaus der Schweiz (LU), Seminar- und Wellnesshotel Stoos (SZ), Brünig Park (OW), Stanserhorn Bahn AG (NW) und Andermatt-Sedrun Sport AG (UR).

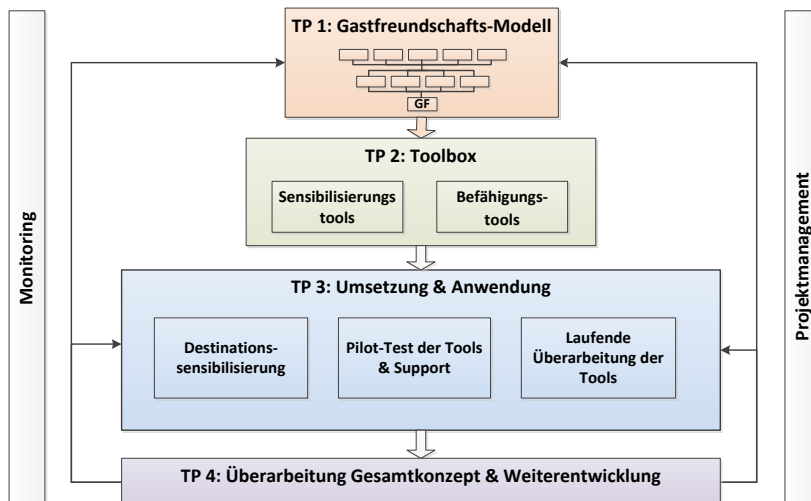
Mit dem geplanten Vorgehen werden für die angestrebte Breitenwirkung eine Vielzahl von Unternehmen und Personen über die Sensibilisierung und mit Hilfe der Instrumente der Toolbox motiviert, sich dem Thema Gastfreundschaft anzunehmen und damit sich persönlich bzw. die eigene Unternehmung sowie die gesamte Destination in Bezug auf die Gastfreundschaft zu verbessern.

4 Vorgehen

4.1 Übersicht Forschungs- und Projektplan

Folgende Grafik veranschaulicht das geplante Vorgehen. Die Teilprojekte werden kurz erläutert:

Abbildung 1: Forschungs- und Projektplan



TP 1: Gastfreundschafts-Modell

Um die Gastfreundschaft genauer zu verstehen und die Vision einer gestärkten Gastfreundschaft in der Zentralschweiz zu realisieren, wird ein Wirkungsmodell der Gastfreundschaft entwickelt, das die einzelnen Merkmale und Treiber der Gastfreundschaft beschreibt und illustriert. Das Modell bildet einerseits die Grundlage für die Entwicklung einer Toolbox zur Stärkung der professionellen und traditionellen Gastfreundschaft, andererseits stellt es auch die Basis für das Monitoring dar.

TP2: Toolbox

Ausgehend vom erstellen Gastfreundschaftsmodell werden mit den Entwicklungspartnern Tools konzipiert für die Sensibilisierung und Befähigung zur Verbesserung der Gastfreundschaft. In den Unternehmen sollen die Tools dazu beitragen, das Verbesserungspotenzial bezüglich Gastfreundschaft aufzudecken und anschliessend z.B. mit gezielten Schulungen diese Lücken zu schliessen. Für die Tourismusorganisationen sollen Instrumente entwickelt werden, welche die Organisationen nutzen können, um ihre Mitglieder sowie die Bevölkerung für die Gastfreundschaft zu sensibilisieren (z.B. mittels Charta der Gastfreundschaft, Videos, Geschichten, Workshops) und beratend zu unterstützen.

TP 3: Umsetzung und Anwendung

Die Sensibilisierungstools werden in der Zentralschweiz angewendet und deren Einsatz wird analysiert, um festzustellen, ob für die Breitenwirkung die richtigen Kommunikationsmassnahmen konzipiert und lanciert wurden. Die Befähigungstools werden auch einem Pilot-Test unterzogen, um deren Praxistauglichkeit zu testen. Bei Bedarf und Problemen bieten die Forschungspartner Support und untersuchen die Wirkung und Funktionsweise der Tools.

TP 4: Weiterentwicklung

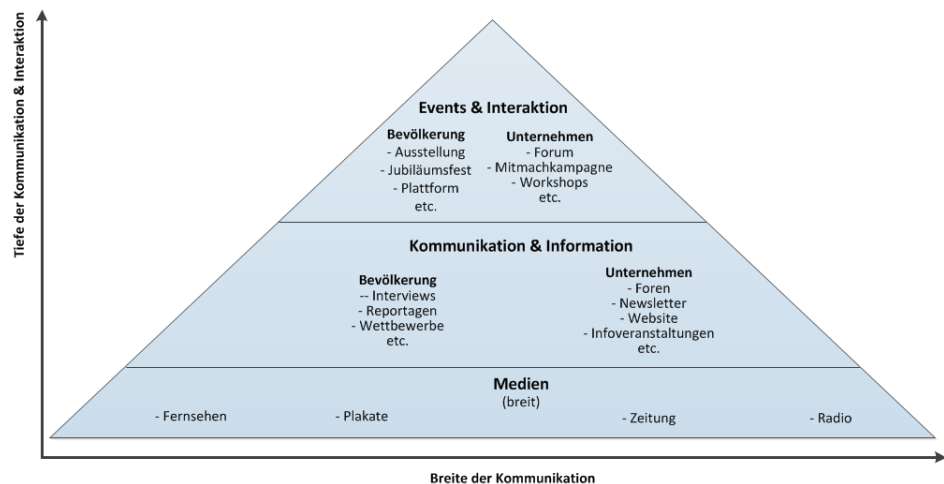
Die Erkenntnisse aus dem Pilot-Test der Sensibilisierungs- und Befähigungstools in der Zentralschweiz bilden die Grundlage für die Überarbeitung und Optimierung der Instrumente. Damit die dauerhafte Weiterentwicklung und Nutzung des vorliegenden Gesamtprogramms garantiert werden kann, wird eine Trägerschaft aufgebaut, die den langfristigen Erhalt und den Zugriff auf die Toolbox sichert.

Die einzelnen Vorgehensschritte (Modell, Tools, Pilot-Test, Weiterentwicklung) erfolgen in enger Zusammenarbeit mit den 11 Entwicklungspartnern. Auf diese Weise wird sichergestellt, dass aufgrund des gemeinsam eruierten Handlungsbedarfs die richtigen Tools konzipiert werden. Ein weiteres Element ist das Monitoring, mit welchem laufend empirische (qualitative und quantitative) Daten erfasst werden, um die Entwicklung der Gastfreundschaft zu überprüfen und die Tools zu überarbeiten.

4.2 Sensibilisierung

Wie im Projektplan ersichtlich, ist die Sensibilisierung der Zentralschweiz ein wesentliches Element des Projekts. Um eine Stärkung der Gastfreundschaft in der gesamten Destination zu erzielen, muss ein eigentlicher Change Prozess eingeleitet werden. D.h. die Leistungsträger und die Bevölkerung müssen in einem ersten Schritt erkennen, dass in Bezug auf die Gastfreundschaft ein Handlungsbedarf besteht, so dass in einem zweiten Schritt die Bereitschaft zur Veränderung resultieren kann. Für die Sensibilisierung spielen Medien- und Kommunikationsmassnahmen eine zentrale Rolle. Im Projekt gilt es herauszufinden, welche Massnahmen für die Sensibilisierung am effektivsten und effizientesten sind. Angedachte Massnahmen sind z.B. Reportagen, Portraits, Gastfreundschaftsgeschichten, kleine Ausstellungen, Newsletter, Wettbewerbe, Infoveranstaltungen etc.

Abbildung 2: Sensibilisierung

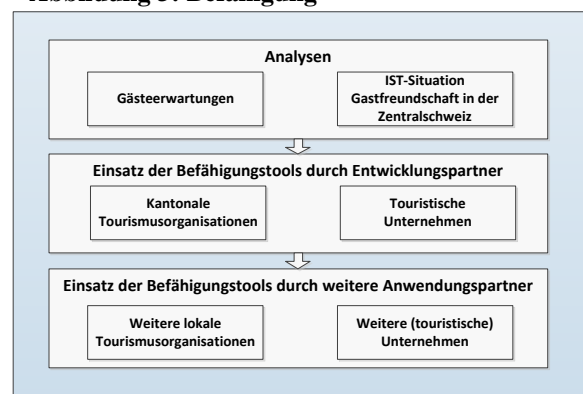


Die entsprechenden Massnahmen werden auf unterschiedlichen Ebenen lanciert. In einem ersten Schritt erhält das Thema Gastfreundschaft eine breite mediale Präsenz. Aufbauend darauf findet eine zielgruppenspezifische Information und Kommunikation statt, die sich an die Bevölkerung (traditionelle Gastfreundschaft) und an die Unternehmen bzw. touristischen Leistungsträger (professionelle Gastfreundschaft) richtet. Auf einer dritten Ebene finden gezielte Interaktionen mit den Anspruchsgruppen statt, um durch zweiseitige Kommunikation, d.h. im Rahmen des geplanten Jubiläumfest des Gästivals oder der Mitmachkampagne¹, die Gastfreundschaft zu thematisieren und eine Bereitschaft zu einem persönlichen Beitrag zu erwirken. Die Grafik veranschaulicht die geplanten Aktivitäten.

4.3 Befähigung

In einem nächsten Schritt geht es darum, die konkrete Verbesserung der Gastfreundschaft mittels des Einsatzes von Befähigungstools einzuleiten. Zuerst wird dafür eruiert, was Gastfreundschaft für den Gast bedeutet (Gästepbefragung) und wie das Gastfreundschaftslevel der einzelnen Betriebe ist (Ist-Analyse). Diese Analysen bilden die Ausgangslage für die Entwicklung der Tools in enger Zusammenarbeit mit den Entwicklungspartnern des Projekts. Im anschliessenden Pilot-Test werden die Befähigungstools in der ganzen Zentralschweiz eingesetzt. Damit kann garantiert werden, dass diejenigen Sensibilisierungs- und Befähigungstools langfristige weiter verwendet werden, die einen substantziellen Beitrag zur Stärkung der Gastfreundschaft beitragen.

Abbildung 3: Befähigung



¹ Das Jubiläumfest, die Mitmachkampagne und das Forum zur Mitmachkampagne sind Elemente der Jubiläumsfeierlichkeiten des Gästivals und werden auch im geplanten KTI-Projekt für die Kommunikation und Interaktion genutzt.