

Zermatter Beherberger steigern Online-Präsenz

TOURISMUSINSTITUT DER HES-SO WALLIS HAT ONLINE-FITNESS AUSGEWERTET

Z Jedes Jahr gibt Zermatt Tourismus eine Studie in Auftrag, die die Onlinepräsenz von Hotels und Ferienwohnungen in der Destination bewertet. Die aktuelle Auswertung zeigt: Es besteht hohe Benutzerfreundlichkeit, aber Nachholbedarf bei Social Media.

Ist die Website in mindestens zwei Sprachen verfügbar? Werden alle Zimmerkategorien einzeln beschrieben? Gibt es ein Video zur Visualisierung des Objekts? So lauten drei der 32 Kriterien, anhand welcher das Forschungsinstitut Tourismus der HES-SO Wallis den Online-Auftritt von 117 Hotels und 55 Ferienwohnungen der Destination Zermatt – Matterhorn bewertet hat. Das Resultat: Der Online-Auftritt von Zermatter Beherbergern wird immer besser.

Steigerung zum letzten Jahr

Schaut man alle Beherberger zusammen an, haben sie 68 Prozent der Kriterien erfüllt. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr (62 Prozent) und dem Jahr davor (58 Prozent). Spitzenreiter ist das Hotel Bellerive, das 31 der 32 Merkmale erfüllt. Gefolgt von der Alpen Residence & SPA, dem Hotel Bella Vista, dem Hotel Matterhorn Focus und dem Parkhotel Beau Site mit jeweils 30 Punkten. Bei den Ferienwohnungen gilt die Residence Patricia als Best-Practice-Beispiel mit 28 erfüllten Kriterien.

Online-Auftritt verbessert

«Vor zwei Jahren hat das bei uns noch anders ausgesehen», schmunzelt Katja Noti vom Hotel Bellerive. Sie und ihr Mann haben in den vergangenen Jahren Zeit investiert, um ihren Online-Auftritt zu verbessern. Zu diesem Zweck haben sie unter anderem eine Sprechstunde mit einem E-Fitness-Coach in Anspruch genommen. Jedem Mitglied von Zermatt Tourismus steht pro Jahr ein kostenloses Coaching zur Verfügung. Ein Angebot, das sich auszahlt, wie Katja Noti im Interview erzählt.

Gute Noten für Aufbau

Der Bericht der HES-SO Wallis zeigt, in welchen Bereichen die Zermatter Beherberger generell gut abschneiden, in welchen Bereichen sie sich gegenüber dem Vorjahr gesteigert haben und wo noch Verbesserungspotenzial besteht. Die besten Noten gibt es für den Aufbau der Webseiten. Die



Das Hotel Bellerive schneidet bei der Auswertung zum Online-Auftritt am besten ab.

untersuchten Betriebe haben im Allgemeinen ihre Internetseite verständlich aufgebaut und benutzerfreundlich gestaltet. In diesem Bereich haben Zermatter Hotels und Ferienwohnungen 92 Prozent der Kriterien erfüllt.

Nachholbedarf bei Social Media

Anders sieht es im Bereich Social Media aus: Lediglich 40 Prozent der Kriterien sind erfüllt. «Weniger als die Hälfte erstellt regelmässig Beiträge, tritt mit Gästen online in den Dialog oder publiziert Neuigkeiten», weiss E-Fitness-Coach Pascal Gebert. Eine deutliche Steigerung zeigt sich hingegen bei rechtlichen Aspekten und bei den Buchungsvorgängen. «Viele Beherberger haben im letzten Jahr eine Direktbuchung auf ihrer Website eingerichtet, ihre Preise aufgeschaltet, Spezialangebote offeriert oder eine Best-Price-Garantie geleistet. Dies ist erfreulich und stimmt uns positiv für die Zukunft», so Pascal Gebert.

«Mit wenigen Klicks zum Ziel»

Das Hotel Bellerive steht bei der Auswertung zum Online-Auftritt zuoberst auf dem Podest. Geschäftsführerin Katja Noti hat vor zwei Jahren ein persönliches Coaching bei Zermatt Tourismus besucht. Im Interview spricht sie über ihre Learnings, Erfahrungen und Erfolgsrezepte.

umzusetzen. Zudem sind wir nun auf Social Media aktiv, was uns ein grosses Stück weitergebracht hat.»

Was ist Ihr Erfolgsrezept für die Zukunft?

«Wir wollen uns weiterhin auf den Social-Media-Auftritt und die Anpassung an mobile Endgeräte fokussieren. Zudem halten wir an unserer Transparenz fest. Wir zeigen beispielsweise alle unsere Zimmer auf der Homepage und haben viele unterschiedliche Zimmerkategorien. Das kommt bei Gästen gut an.»

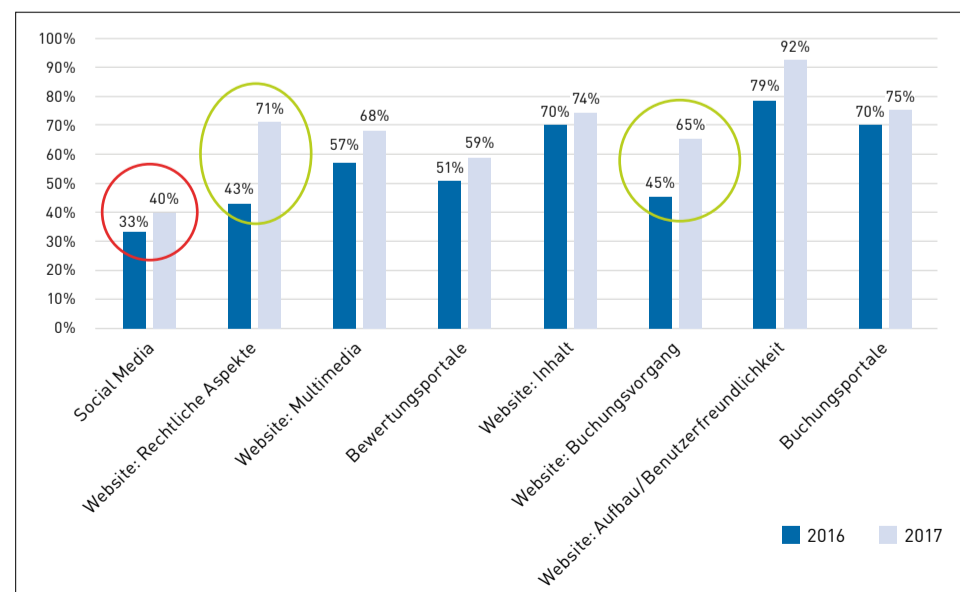


Katja Noti, welche Erfahrungen haben Sie mit dem persönlichen Coaching gemacht?

«Sehr positive. Ich empfehle das Coaching insbesondere Hotels in unserer Grösse – ohne Online-Spezialisten im Haus. Der Coach hat uns aufgezeigt, wo wir in Sachen Online-Auftritt stehen und wo es Potenzial nach oben gibt. Die Umsetzung der Vorschläge lag dann an uns.»

Das Hotel Bellerive hat seinen Online-Auftritt in den letzten Jahren stark verbessert. Was machen Sie diesbezüglich heute richtig?

«In den letzten Jahren haben wir gelernt, wie wichtig es für Gäste ist, mit wenigen Klicks zum Ziel zu kommen. Dies versuchen wir



Die Untersuchungsbereiche im Vergleich: Der E-Fitness-Check zeigt die Verbesserungen zum Vorjahr.



E-Fitness-Projekt

Die beschriebene Studie hat Zermatt Tourismus im Rahmen des E-Fitness-Projekts in Auftrag gegeben. Das Projekt umfasst weitere Dienstleistungen, um Beherberger bei ihrem Online-Auftritt zu unterstützen:

- Persönliche Beratungsgespräche
- Workshops
- Tipps und Neuigkeiten
- www.ztnet.ch/e-fitness