

«Der Gast gibt sein Handy heute fast nicht mehr aus der Hand»

PROFESSOR MICHAEL FUX GIBT EINBLICK IN DIE MÖGLICHE ENTWICKLUNG DER DIGITALEN WELT

ZI Wie könnte die digitale Zukunft von Zermatt – Matterhorn aussehen? Erörternde Fragen beantwortet Professor Michael Fux von der HES-SO Wallis. Seine Antworten zeigen: Die digitale Welt prägt zunehmend die Realität im Tourismus.

Michael Fux ist in Zermatt oft und sehr gerne Gast. Er hat an der Hochschule für Wirtschaft und Tourismus HES-SO Wallis in Siders eine Professur inne (siehe Kasten). Im Rahmen der E-Fitness-Kurse von Zermatt Tourismus hatten bereits viele im Tourismus Tätige die Möglichkeit, von ihm zu lernen.

Wie hat sich die Weiterbildung für Erwachsene auf der Ebene von Unternehmen in den letzten Jahren verändert?

«Die Online-Weiterbildung mit ihren elektronischen Formaten gewinnt immer mehr an Bedeutung. Vor allem Weiterbildung «on demand» ist zunehmend gefragt. Heute kann man praktisch alle Bildungsinhalte per Klick kaufen. «On demand» heisst, dass man sich die Inhalte dann holt, wenn sie individuell für die persönliche Weiterbildung benötigt werden.»

Zu welchen Themen müssen sich Touristiker in den nächsten Jahren fortbilden?

«Die klassischen Kompetenzen wie Fremdsprachen, Umgang mit dem Gast und Service vor Ort bleiben immer aktuell. Das bedingt, dass die Mitarbeiter Topqualität bieten. Das verlangt ständige Weiterbildung. Zudem wird sich das Online-Marketing und der Vertrieb dank Innovationen weiter verändern und entwickeln. Da ständig neue Formate entstehen, müssen Anbieter immer am Ball bleiben. Zu den zukunftssträchtigen Megatrends gehören Themen wie die virtuelle Realität, aber auch die Real-Time-Information. Der Gast ist dank Handy oder Smartwatch immer online erreichbar und bekommt beispielsweise die Information, dass in seinem Lieblingsrestaurant jetzt gerade ein Platz frei geworden ist, in Echtzeit übermittelt. Der Kunde ist der Treiber, er gibt vor, welche Informationen er haben will. Mit Echtzeitinformationen wird der Service am Gast verbessert. In der Hotellerie wäre für die Zukunft das automatisierte Check-out im Self-Service-Stil eine Option. Allerdings nicht in Fünfsternehotels, sondern eher im Budget-Bereich wie bei Jugendherbergen.»



Professor Doktor Michael Fux von der Hochschule für Tourismus und Wirtschaft in Siders ist oft als Gast in Zermatt und kennt die Destination Zermatt – Matterhorn bestens.

© Zermatt Tourismus

Wenn Sie einen Wunsch frei hätten, was würden Sie sich für Zermatt wünschen – was muss Zermatt anpacken, um weiterhin touristisch erfolgreich zu bleiben?

«Ich würde den Innerortsverkehr verbessern. Ich bin oft in Zermatt. Das Busfahren beim Skifahren ist mit Kindern eher unangenehm. Für die Zukunft gibt es Perspektiven mit autonomen Fahrzeugen. In Zug testet die SBB im Innerortsverkehr demnächst einen chauffeurlosen Minibus.»

Inwiefern gibt es noch klassisches Marketing?

«Klassisches Marketing wird je länger, je mehr digital. Klassische Fernsehwerbung beispielsweise wird den Bedürfnissen des Individuums angepasst, weil dank Internet-Daten bekannt ist, was das Individuum interessiert. Das klassische Fernsehen wird abgelöst von Streaming-Varianten und Netflix. Auch die Plakatwerbung wird digital. Es kann sein, dass es zur Interaktion zwischen der Software eines Plakates und dem Smartphone der Person, die sich nähert, kommt. Denn es ist bekannt, dass der Smartphone-Besitzer Snowboarder ist und die Snowboard-Werbung ihn interessieren könnte. Da das klassische Inserat in der Zeitung verschwindet, müssen sich die Druckmedien neu erfinden.»

Wäre es für eine Tourismusdestination spannend, «Offline»-Alternativen anzubieten?

«Viele Gäste haben ihr Handy immer dabei. Sie würden sich eingeschränkt fühlen, wenn sie den persönlichen Assistenten aus der Hand legen würden. Die Gästegruppe, die in den Ferien eine digitale Entgiftungskur machen will, ist marginal.»

Was halten Sie vom Marketing-Coup

«222 Franken Hammer-Angebot» in Saas-Fee?

«Kurzfristig scheint die Rechnung aufzugehen. Besonders auch die Wertschöpfung vor Ort ist positiv zu werten. Aus Marketingsicht sind wertvolle Kundendaten gewonnen worden. Es ist zu hoffen, dass die Erwartungen der neuen Gäste erfüllt wurden und diese zu Stammgästen werden. Saas-Fee hat demonstriert, dass sehr innovative Ideen auch gemeinsam umgesetzt werden können. Aber zum langfristigen Effekt können im Moment noch keine Prognosen gemacht werden.»

Wirtschaft und Tourismus

Professor Doktor Michael Fux (39) hat Betriebsökonomie an der Universität Bern studiert. Er lehrt seit 2009 an der Hochschule für Wirtschaft und Tourismus HES-SO Wallis in Siders Online-Marketing, Projekt-Management und Wirtschaftsinformatik. Die Doktorarbeit hat er zum Thema CRM-Systeme in Tourismusdestinationen verfasst. Sein grosses Hobby: Skifahren, am liebsten in Zermatt.

E-Fitness-Kurse in Zermatt

Das E-Fitness-Programm von Zermatt Tourismus bildet interessierte Mitarbeiter von Leistungsträgern seit zwei Jahren mittels Kursen und Online-Tools in den unterschiedlichsten Bereichen weiter. Michael Fux hat in diesem Rahmen in den Jahren 2015 und 2016 zu den Themen «Google AdWords»-Schulungen und E-Fitness-Checks sowie -Beratungen durchgeführt. Weitere folgen. Die E-Fitness-Initiative umfasst Analysen, Trainings, Checklisten, Kurse und vieles mehr.

E-Fitness-Kurse und kostenlose Tools auf zt.net.ch