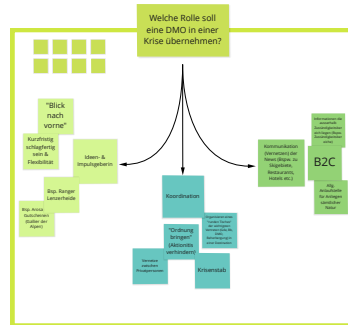


# Wie gewinnt der Tourismus Widerstandskraft?

... am Bsp. Corona



Wie wird die  
Veranstaltungs- &  
Event-Branche  
widerstandsfähiger?

Mit Kreativität  
schwierigen  
Rahmen-  
bedingungen  
stellen

Problem:  
Finanzielle  
Resilienz -  
Grossevents:  
Business Case  
geht nicht auf...

Konzentration auf kleinere,  
intimere Events - Flexibilität  
behalten und  
anpassungsfähig sein  
(gerade für Destinationen  
spannend)

Ausrichtung auf  
Online Events -  
Abstecken neuer  
Möglichkeiten,  
Erweiterung  
Portfolio

Viele Events  
sind exklusiv -  
Schwierig, da  
dies den Preis  
treibt...

Events mit sehr  
hohen  
Grundinfrastruktur-  
kosten leiden  
besonders -  
Quadratur des  
Kreises (un)möglich?

**Fixkosten  
senken!**

# Wie wird die Gastronomie widerstandsfähiger?

sofort  
demonstrieren  
:-)

durch die  
Pandemie weiss  
man, was  
ankommt  
(Erfahrung, was  
läuft)

Nachhaltigkeit

Geschäftsmodell  
erweitern

Einkauf  
flexibilisieren

Kundenbeziehung  
erweitern durch  
Abo, Gäste warm  
halten

Geschirr  
ausleihe

Kochkurse  
online,  
individuell  
auf Gast

mehr  
Digitalisierung

ähnlich wie  
McDonalds  
sofort reagieren  
und Angebot  
anpassen

privat  
kochen  
beim Gast

Take away  
Prozess  
optimieren  
(digital)

Brauereib  
esichtigung  
online

Ein Souvenir  
liefern an die  
gute Zeit im  
Restaurant

# Welche Rolle soll eine DMO in einer Krise übernehmen?



"Blick nach vorne"

Kurzfristig schlagfertig sein & Flexibilität

Ideen- & Impulsgeberin

Bsp. Ranger Lenzerheide

Bsp. Arosa Gutscheinen (Gallier der Alpen)

Koordination

"Ordnung bringen" (Aktionis verhindern)

Organisieren eines "runden Tisches" der wichtigsten Vertreten (Gde, Bb, DMO, Beherbergung) in einer Destination

Vernetze zwischen Privatpersonen

Krisenstab

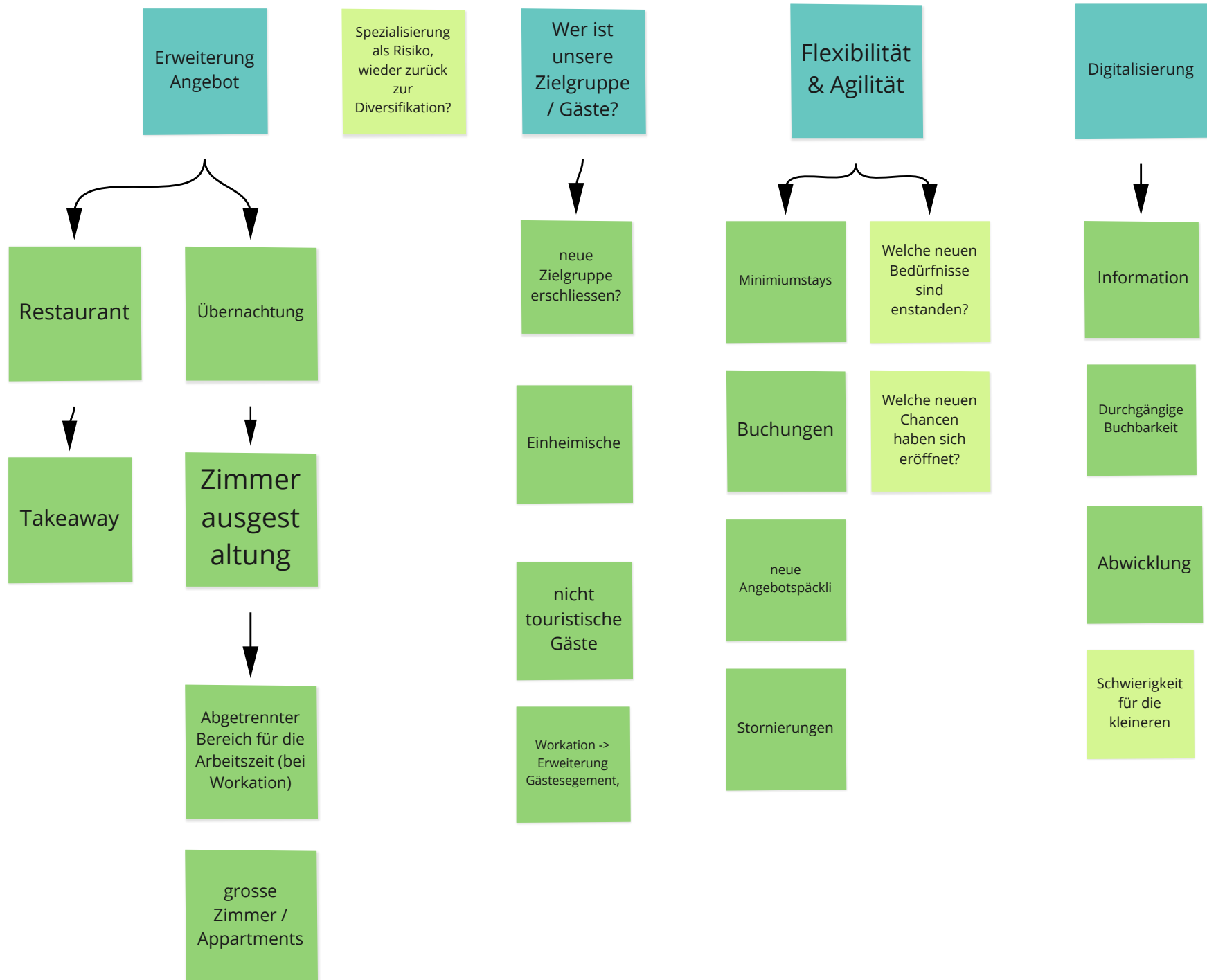
Kommunikation (Vernetzen) der News (Bspw. zu Skigebiete, Restaurants, Hotels etc.)

Informationen die ausserhalb Zuständigkeitsbereich liegen (Bspw. Zuständigkeitsbereiche)

B2C

Allg. Anlaufstelle für Anliegen sämtlicher Natur

# Wie wird ein Hotel widerstandsfähiger?



Wie wird eine  
Bergbahn  
widerstandsfähiger?

Agile  
Projektorganisat  
ion  
implementieren

Bereit für  
den  
"Ernstfall"

Zweck der Bahnen  
weiterentwickeln.  
Was ist /kann der  
Verwendungszweck  
in Zukunft sein?

Wertschöpfungs  
tiefe erhöhen,  
diversifizierung  
der Produkte  
und Märkte

Mindsetchange:  
Transport zu  
Erlebnis

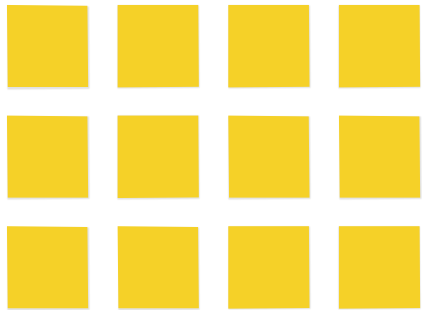
Gesamtangebot  
der Destination  
im Vordergrund,  
Quersubvention  
nicht rentabler  
Angebote

neue  
Zielgruppen  
erschliessen

BB sollten offen  
für  
Kooperationen,  
da BB ein Teil des  
Gesamtsystems  
sind



# Learnings aus der Krise?



Bsp.: Währungskrise (2015):  
- kurzfristiges Überleben  
- langfristig sich neu Erfinden

Organisation  
schizophren  
führen  
(immer Vorbild  
sein)

outside-in (Was  
kann ich von  
aussen holen  
für mein  
Unternehmen?)

Agilität  
(permanente  
Verändungs-  
fähigkeit)  
beginnt im  
Kleinen/Operativen

Marketing nicht  
vergessen! neue  
Angebote alleine  
reichen nicht.  
Kreative Wege,  
MA einbeziehen

Positionierung!  
nicht nur ggü.  
Kunde, auch  
ggü. Partner

in Iterationen  
denken  
(Standpunkte,  
kleine Pakete,

Daten sammeln!  
bzw. mit  
vorhandenen  
Daten learnings  
ableiten und A/B-  
testen

Infrastruktur ist ein  
"Hemmschuh" für  
Agilität  
=> trotzdem gibt es  
noch viele  
Teilbereiche, die agil  
wären