

## MEDIENDIENST

Lenk, 6. Februar 2017

### **Erfolgreiche Bilanz für 2016 von Lenk-Simmental Tourismus *Fazit 2016***

**Die Hotellogiernächte-Zahlen von 2016 liegen vor. Trotz der herausfordernden Rahmenbedingungen zieht die Tourismusorganisation bezüglich Logiernächteentwicklung eine positive Bilanz. Dennoch konnte das Niveau von 2011 nicht erreicht werden. Eine erfreuliche Entwicklung in der Freundlichkeit und Beratungsqualität stellt Lenk-Simmental Tourismus anhand der Auswertung des Quality-Checks fest.**

Die Hotellerie im Simmental konnte im Vergleich zum Vorjahr an Logiernächten zulegen und erreicht nach 4 Jahren erstmals wieder die Marke von 100'000 Nächten. Das Wachstum in den Hotellogiernächten beträgt 4% (Lenk +3.9%, St. Stephan +4.8, Boltigen +8.6%).

Die starke Abnahme von 2011 bis 2013 hat primär mit der veränderten Situation im Hotel Bellevue an der Lenk zu tun. Dafür entstanden seit dieser Zeit neue Beherbergungsangebote wie die Lenk Lodge und das B&B am Bühlberg. Die Zunahme im letzten Jahr kommt durch einen grösseren Event im März 16 sowie mit der aufs Marketing abgestimmten Angebotsgestaltung zustande. Das Angebot Bergbahnen inklusive im Sommer sowie die Bündelung der Mittel in einer Winterkampagne (Pisten-Jürg, Winterspecial) oder im Sommer mit AlpenKraft tanken in 10 Schweizer Städten, kombiniert mit digitalem Marketing tragen zu dieser Entwicklung bei. Mit der Inkludierung des Lokalbusses in die Gästekarte erhofft sich die Lenk eine weitere Verbesserung des Angebots und eine Stärkung der Zwischensaison, da die Buslinien auch in einen Ausflug oder eine Wanderung eingebaut werden können und das ganze Jahr fahren.

Lenk-Simmental Tourismus misst mittels Gästeeumfragen und Auswertungen seit 2013 die Qualität der Angebote in der Region, dem Service der einzelnen Leistungsträger sowie seiner eigenen Dienstleistungen. Die Auswertung des vergangenen Sommers zeigt, dass die Freundlichkeit und Beratungsqualität bei LST gesteigert werden konnte. Der Service, das Preis-Leistungsverhältnis und die Freundlichkeit vor Ort sind massgebend, da rund 90% der Gäste durch Mund-zu-Mund-Propaganda den Weg in unsere Region finden. «Ein gutes Angebot ist das beste Marketing», pflegt man oft im Tourismus zu sagen. Die Umfrage zeigt aber auch, dass die Fussgängerfreundlichkeit im Dorf, die Parkplatz-Situation und die Gastronomie als unterdurchschnittlich wahrgenommen werden. Positiv erwähnt werden das Dorfbild, die Freizeit- und Sportangebote, im Winter das Skifahren und im Sommer das Wanderangebot.

Die detaillierten Umfrageergebnisse der über 340 Antworttalons können bei Lenk-Simmental Tourismus angefragt werden.

PD – Lenk-Simmental Tourismus (ak)

