

## MEDIENMITTEILUNG

Lenk, 18. November 2019

### **Austausch über die Strategieumsetzung und aktuelle touristische Themen**

**Lenk-Simmental Tourismus (LST) hat vergangene Woche zum jährlichen Austausch mit der Bevölkerung und den Leistungsträgern eingeladen. Im Fokus stand, die im letzten Jahr präsentierte, neue Strategie und deren konkrete Umsetzung. Die Plattform bot die Gelegenheit Inputs einzubringen, Fragen zu stellen und den persönlichen Austausch zu fördern.**

Zum zweiten Mal nach 2018 hat Lenk-Simmental Tourismus zum Tourismus-Apéro eingeladen. Der Hauptfokus lag auf der Umsetzung der neuen Strategie. Erste Massnahmen wurden bereits umgesetzt, weitere Projekte sind in der Pipeline. Die Strategie stellt eine Wegleitung bis ins Jahr 2022 dar und umfasst neben den sechs übergeordneten Hauptzielen, 65 konkrete Handlungsfelder. Albert Kruker (Direktor) und Dominik Hänni (Vizedirektor) führten durch den Abend und zeigten den aktuellen Stand an konkreten Massnahmen und ersten Umsetzungen auf. Dominik Hänni: «Die Strategie wurde bewusst schlank und pragmatisch gehalten. Wir wollten eine Strategie, die eine klare Richtung vorgibt und uns tatsächlich hilft, uns zielgerichtet weiterzuentwickeln».

Im Folgenden ein exemplarischer Auszug:

#### Strategieziel 1: konsequente Gästeperspektive

- Anhand eines abgebildeten Ferienwohnungsbuchungsprozesses erläuterte Dominik Hänni die Arbeiten vom laufenden Jahr. Von der ersten Kontaktaufnahme, über die Buchungsbestätigung und die Schlüsselübernahme, bis hin zum Followup-Mail und der Bewertung der Unterkunft wurden bis zu 15 Touchpoints zwischen dem Gast und der DMO, bzw. dem Ferienwohnungseigentümer evaluiert. Viele dieser Berührungspunkte stellen ein Optimierungspotenzial im Sinn von Reduce Pain und Customer Convenience dar. Von diesen Optimierungsmöglichkeiten wurden in einem nächsten Schritt konkrete Massnahmen abgeleitet.
- Betrachtet man den Erlebnisraum des Gastes, so bewegt sich dieser in den grünen Monaten vornehmlich im Raum Simmental und Saanenland. Dementsprechend werden aktuell Gespräche geführt, um das an der Lenk bestehende ÖV-inklusive Angebot zu erweitern und den Übernachtungsgästen im angesprochenen Perimeter den Öffentlichen Verkehr kostenlos anbieten zu können. Eine erste Kalkulation ist bereits vorliegend und wird in den nächsten Monaten mit den involvierten Partnern diskutiert.

#### Strategieziel 3: Steigerung Nachfrage & Ertrag

- Die Fülle an unterschiedlichen und unterstützungswürdigen Angeboten bedingt ein zielgerichteter und kosteneffizienter Einsatz der Ressourcen. So dient in Zukunft ein objektiver Bewertungsrastrer als Diskussionsgrundlage und zur Unterstützung in der Entscheidungsfindung. Angelehnt an die neue Strategie wird anhand von neun Kriterien eine Handlungsempfehlung abgeleitet.

- Um die Attraktivität und schlussendlich auch die Ertragskraft der Hotellerie zu fördern, beauftragte Lenk-Simmental Tourismus den externen Partner Swiss Hospitality Solutions (SHS) zur Analyse der Beherberger im Simmental. Zusammen mit der Hotellerie werden die Kommunikations- und Vertriebskanäle untersucht. Im Sinne von, ein attraktives Angebot ist das beste Marketing, werden individuelle und für den Gast spürbare Verbesserungsmaßnahmen abgeleitet.

#### Strategieziel 4: Zusammenarbeit mit Multiplikatoren

- Im Rahmen der Gästegewinnung soll in Zukunft verstärkt mit Vereinen, Leistungsträgern oder Zweitwohnungsbesitzern zusammengearbeitet werden. Deren bestehendes Netzwerk bietet Potenzial, um neuen Gäste die Schönheit des Simmentals aufzuzeigen und ihnen einen Besuch schmackhaft zu machen.
- In Zusammenarbeit mit dem Stammgästeverein Lenk strebt LST das Label «Top Zweitwohnungs-Destination» an. Das Label wird von der «Allianz Zweitwohnungen Schweiz» vergeben und unterstreicht die Lenk als attraktive Destination für einen Zweitwohnsitz. Gleichzeitig werden positive Effekte in Form einer erhöhten Nachfrage nach Wohnungen und potenziellen Investoren erwartet.

Lenk-Simmental Tourismus will auch in Zukunft regelmässig Tourismus-Apéros organisieren und der Bevölkerung, den Zweitwohnungsbesitzern und Leistungsträgern eine Plattform für den Austausch anbieten. Dominik Hänni unterstreicht die Relevanz solcher Treffen, bei denen Inputs eingebracht und eine offene Diskussion geführt werden kann. Denn nur gemeinsam könne man sich als Destination gezielt weiterentwickeln und den Gästen ein authentisches und unvergessliches Erlebnis bieten.

Lenk-Simmental Tourismus / Pressedienst

---

#### **Kontakt**

Alber Kruker, Direktor, Lenk-Simmental Tourismus  
Tel. +41 33 736 35 35, a.kruker@lenk-simmental.ch