

[Jetzt abonnieren →](#)

Hotelière



Digitale Fitness macht auch vor Hotels in einer Biosphäre nicht Halt

↑ Teilen

Digitalisierung ist auch in der UNESCO Biosphäre Entlebuch (UBE) ein fester Bestandteil der Zukunft. Jetzt wird die Hotellerie digital fit gemacht. Innerhalb des UBE-Masterplans wird den Hotels ein Coachingprogramm zur praxisnahen Digitalisierung angeboten. Verantwortlich für das digitale Fitnessprogramm ist die SHS Pop Up Academy Entlebuch des Weiterbildungsinstituts SHS Academy.



Die UNESCO Biosphäre Entlebuch (UBE) hat proaktive Schritte unternommen, um die Hotellerie der Region digital fit zu machen. Mit Unterstützung des Weiterbildungsinstituts SHS Academy ist die UBE in der Planung für die Coachinginitiative namens «SHS Pop Up Academy Entlebuch». Das Projekt basiert auf einer Selbsteinschätzung von 19 Entlebucher Hotelbetrieben. Bei ihnen wurden die Bedürfnisse und die Herausforderungen in den Bereichen Positionierung, Online-Buchbarkeit und Vernetzung identifiziert.

Daniel Plancic, Geschäftsführer SHS Academy, sieht im Entlebuch eine Region, die seit langem die Bedeutung des Sommer- und Wintertourismus verstanden hat. «Um die Beherbergungsbetriebe digital vorwärts zu bringen, haben wir für die digitale Transformation ein behutsames Schritt-für-Schritt-Vorgehen gewählt», erläutert er. Es gehe in erster Linie um ein zielorientiertes Vorgehen im Sinne der Hoteliers. «Das Coachingprogramm richtet sich nach den identifizierten praxisnahen Bereichen, in denen Potenzial festgestellt worden ist», so Plancic. Im Vordergrund stehen die Preisgestaltung, die Distribution und der Online-Auftritt.

Analyse für jedes Hotel

Nach intensiven Vorabklärungen und Selbsteinschätzungen der Hotels startet das Programm der SHS Pop Up Academy Entlebuch am 20. September. Als Erstes erfolgt eine detaillierte Analyse jedes einzelnen Hotelbetriebs. Die Experten der SHS Academy analysieren nebst der Ausrichtung vor allem die digitale Präsenz und die Fähigkeiten der Hotels in fünf Schlüsselbereichen:

- 1. Online-Marketing (Website / Social Media):** Wie effektiv nutzen die Hotels digitale Kanäle zur Förderung ihrer Angebote?
- 2. Online-Distribution (Technology):** Wie effizient und zuverlässig sind die technologischen Systeme der Hotels für die Online-Vertriebsabwicklung?
- 3. Online-Message (Content):** Wie ansprechend und zielgruppenspezifisch sind die Online-Inhalte der Hotels?
- 4. Online-Image (Reputation):** Wie wird das Image der Hotels online wahrgenommen und verwaltet?
- 5. Online-Offer (Dynamic Pricing):** Wie dynamisch und marktgerecht sind die Online-Preise der Hotels?

Nach Abschluss der Analyse erhält jedes Hotel einen ausführlichen Bericht zu Stärken und Schwächen sowie konkrete Verbesserungsvorschläge. Die Berichte werden von den Experten mit den Hotelmanagements besprochen und können als Grundlage für weitere Massnahmen dienen.



Digitale Hilfe gegen Arbeitskräftemangel

Die Wettbewerbsfähigkeit eines Hotels hängt auch von seiner digitalen Fitness ab. Daniel Plancic konkretisiert dies anhand des gegenwärtigen Arbeitskräftemangels: «Die digitale Transformation beinhaltet Chancen in den Bereichen Automatisierung – respektive bringt Erleichterungen bei repetitiven Arbeitsabläufen.» Digitalisierung ist nie Selbstzweck, sondern muss dazu dienen, dass die Hotels besser performen, und zwar in jeder Hinsicht.

Ein wesentliches Element für jedes Hotel ist die Preispositionierung, die für jedes einzelne Hotel analysiert wird. «Grundlegend für den Erfolg des Coachingprogramms ist», so machte Plancic die Erfahrung, «dass sich die Hoteliers dem Thema digitale Transformation wirklich widmen. Tun sie das, so steigt auch die Freude daran». Damit wäre dann der entscheidende Schritt getan: «Den Hoteliers die Chance geben, sich in Zukunft selbst mit diesen Themen auseinanderzusetzen – im Sinne des lebenslangen Lernens», zeigt sich der Academy-Geschäftsführer bei-nahe pädagogisch.

Masterplan Entlebucher

Hotellerie Die Coachinginitiative für die Hotellerie ist Teil des UBE-Masterplans Tourismus. Neben dem Agrotourismus soll auch die Positionierung der Hotellerie mit ihren je eigenen Erlebniswelten vorgebracht werden. «Eine klare Fokussierung hilft, sich in Investitionen, in Kooperationen und in der Vermarktung nicht zu verzetteln», erläutert Sandro Bucher, UBE-Projektmanager Tourismus. Dazu sollen die digitalen Vertriebsplattformen weiterentwickelt werden. Bucher sieht darin die Basis für «die gemeinsame Orchestrierung des Online-Vertriebs und eine gemeinsame Vermarktung». Parallel zu den strategischen Zielen arbeitet die UBE daran, regionale Investoren für ein neues Familienhotel in Sörenberg zu finden, wie Sandro Bucher ausführt.