

MGM Tourismus-Dialog 26.01.2016

**Das Wesen der Gastfreundschaft.
Kollektive Intelligenz für Gästezufriedenheit und Kundenbindung.**

Dem Südtiroler Tourismus wird seit jeher eine besonders hohe Gastfreundschaft zugesprochen. Eine wesentliche Eigenschaft, um Kunden zu gewinnen und langfristig zu binden. Aus diesem Grund beschäftigte sich der MGM Tourismus-Dialog am 26. Januar mit dem Thema Gästezufriedenheit und Kundenbindung.

Der Hauptreferent des Abends, Dipl. Ing. Kambiz Poostchi, Architekt und renommierter systemischer Unternehmensberater, stellt bereits am Beginn seines Referats fest: Auf Dauer gesehen, gibt es nichts Profitables, als in einen Stammkunden zu investieren. Einen Kunden zu binden ist erstens günstiger, als einen Neukunden und zweitens bringt ein begeisterter Kunde in der Regel neue Kunden mit.

Was also ist zu beachten, so Poostchi, damit Gäste zufrieden sind und als Kunden an ein Unternehmen oder an eine Region gebunden werden?

Kundenbindung kann nicht allein durch materielle Zuwendungen oder Rabatte an den Gast „gekauft“ werden. Sie ist das Ergebnis einer authentischen Beziehung zwischen Gast und Gastgeber. Man erreicht sie auch nicht durch den Versuch, Kunden in eine Form der Abhängigkeit zu bringen, sondern indem man selber anziehend und magnetisch wird, so dass der Kunde aus freien Stücken wiederkehrt und verweilt. Menschen sind sehr sensibel für die interne Atmosphäre in Betrieben. Echter Teamgeist, gegenseitige Wertschätzung und kooperative Zusammenarbeit schaffen eine positive Atmosphäre des Willkommens, während im Gegensatz dazu verdeckte Konflikte und Uneinigkeit durch oberflächliche Freundlichkeit und Behübschungsmaßnahmen den Mangel nicht überspielen können.

Dieses Prinzip gilt nicht nur für ein Unternehmen, sondern auch für die Kultur einer gesamten Urlaubsregion: Konkurrenzkampf, Verdrängungswettbewerb und Missgunst zwischen den diversen Betrieben vergiften die Atmosphäre und führen letztlich zu Verlusten für alle. Wo jedoch Kooperation, wechselseitige Unterstützung, Wertschätzung für die Vielfalt und ein Bewusstsein für das gemeinsam Verbindende vorherrschen, macht dies eine Region zu einem „Magneten“, der Menschen anzieht und zum Verbleiben einlädt.

Der Chef Concierge vom Hotel Meraner Hof, Peter Schroffenegger, hat langjährige Erfahrung im Umgang mit Gästen und weiß, wie er seine Kunden zufrieden stellen kann. Schroffenegger erzählt den Besuchern des MGM Tourismus-Dialoges, worauf es seiner Meinung nach in der Beziehung zum Gast ankommt. Da kann es schon Mal vorkommen, dass ad hoc ein mittelalterliches Abendessen gezaubert werden muss, oder der Concierge höchstpersönlich in der Küche mithilft.

Schroffenegger schließt mit einer Empfehlung für Südtirol sich zu internationalisieren und rät allen jungen Nachwuchstouristikern: Bildet euch aus, lernt mehrere Sprachen und verbringt genügend Zeit im Ausland um Erfahrungen zu sammeln die ihr dann in Südtirol umsetzen könnt.

„Mit 300 Besuchern hat der Tourismus Dialog einen neuen Besucherrekord erreicht“, so die Leiterin der MGM-Abteilung für Destinationsentwicklung, Magdalena Fundneider. „Für uns ist das ein Ansporn, auch zukünftig unsere Rolle als Kompetenzzentrum für Tourismus wahrzunehmen, in dem wir den Unternehmen Wissen vermitteln und ihnen Plattformen für Gespräche und Austausch zur Verfügung zu stellen“, so Fundneider abschließend.