

Klare Ziele _ Strategische Positionierung

Einige Anregungen

Ass.-Univ.Prof. Dr. Birgit Pikkemaat
Institut für innovativen Tourismus, <http://www.i-fit.at>

Ziel des Vortrages



Inhalte

(1) Was ist Positionierung?

(2) Warum ist es wichtig sich zu positionieren?

(3) Wie kann ich mich positionieren?

(4) Wie gehe ich vor? Wie entwickle ich eine Positionierungsstrategie?

(5) Conclusio

(1) Was ist Positionierung?

„More of the same“ oder doch was anderes?

...durch die Positionierung unterscheidet sich eine Dienstleistung oder ein Produkt klar von anderen Produkten und Dienstleistungen: es wird für den Gast unverwechselbar und einzigartig!

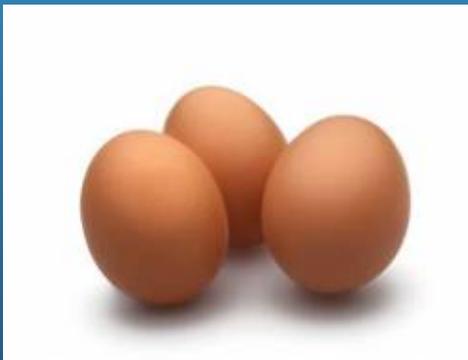


Bild: <http://www.ellviva.de>



Bild: <http://www.welt.de>

(1) Was ist Positionierung?

- Positionierung ist der Platz im Kopf des Kunden, weg von „more of the same“.
- Positionierung ist die aktive Planung, Gestaltung und Kontrolle des Unternehmensimages am Markt (bei Nachfragern, Wettbewerbern, Investoren, Partnern).
- Ziel der strategischen Positionierung... ist es, das eigene Angebot systematisch von den Wettbewerbern zu unterscheiden (Einzigartigkeitsziel, USP).

(1) Was ist Positionierung?

- Positionierung im touristischen Kontext ist, wenn das Angebot...
 - für den Gast und seine Urlaubsentscheidung relevant ist
 - vom Gast subjektiv wahrgenommen wird
 - eine Abgrenzung von den Mitbewerbern ermöglicht
 - langfristig verfolgt werden kann



(2) Warum ist Positionierung wichtig?

Aus Kundensicht

Der Kunde wird mit Informationen „zugeschüttet“.

Ohne klare Positionierung sind die Angebote austauschbar! Weniger ist mehr!

*"Wer nicht automatisch neue Kunden gewinnt, ist falsch positioniert."
(Peter Sawtschenko)*



(2) Warum ist Positionierung wichtig?

Aus Unternehmenssicht

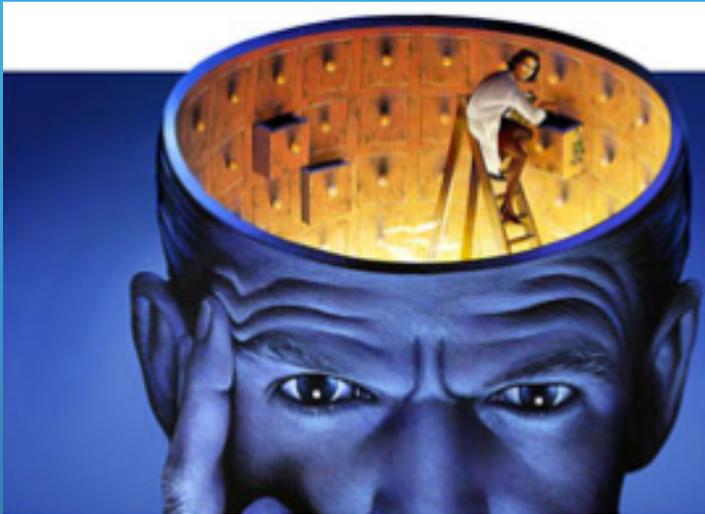


Bild: http://docupedia.de/zg/Erinnerung_und_Gedächtnis

... die Kosten sinken, die Preissensibilität des Gastes sinkt, Werbung und Kommunikation fallen leichter, die interne Organisation und Kundenakquise werden einfacher und generell wird die Produktivität als auch die Effektivität im Betrieb gesteigert.

(2) Warum ist Positionierung wichtig?

Eine eindeutige Positionierung hilft..

- ...Erfolgspotenziale gegenüber Mitbewerbern aufzubauen und zu sichern.
- ...die Erwartungen der Gäste und damit ihre Zufriedenheit zu erhöhen.
- ...die Erinnerungsfähigkeit der Gäste an das Angebot zu erhöhen.
- ...sich selber im Betrieb auf Kernkompetenzen zu fokussieren.
- ...strategischer und professioneller zu agieren.
- ...den Verkaufserfolg zu verbessern.



Bild: <http://www.vertriebslexikon.de/Positionierung.html>

(3) Wie kann ich mich positionieren?



Bild: <http://www.oskom.de/positionierung.html>

(3) Wie kann ich mich positionieren?

Entschleunigung

Slow Food, Auszeit, Pilgern,
Zeit im Kloster, Burn Out Prävention

„Ich glaube, dass der Innovationsbedarf in der Entschleunigung liegt. Entschleunigung hat für mich sehr wohl was mit „runter vom Gas und weg mit den ganzen Sachen“ zu tun. Es wird eine Gegenbewegung zur Informationsüberflutung geben.“



The screenshot shows the website for Kloster Pernegg. The header features the logo and the tagline "Wir sind Fasten!". Below the header is a navigation menu with links for HOME, KURSE, METHODEN, BEGLEITER, KLOSTER, and INFO. The main content area includes a calendar for the month of März 2014, a video player titled "Kloster Pernegg", and a section titled "Herzlich Willkommen im Kloster Pernegg!". To the right, there is a vertical list of fasten-related topics: Klosterfasten, Themenfasten, Ayurvedafasten, Basenfasten, Hildegard Fasten, and 10-Tage-Fasten. The bottom of the page features a quote by Ulrich Schnabel and a book cover for "muße" by Ulrich Schnabel, with the subtitle "Vom Glück des Nichtstuns".

ULRICH SCHNABEL

muße



Vom Glück des Nichtstuns

Blessing

Home

Eselwandern in der Südsteiermark

Finde bei einer Eselwanderung zu innerer Ruhe und Einkehr ...

... und entdecke die Welt mit der Gemütlichkeit eines Esels neu

Mit einem Esel ist alles anders! Esel sind ideale Begleiter auf einer Wanderung, da sie für Abwechslung und Kurzweil entlang des Weges sorgen.

Wir bieten die Möglichkeit, bei einer Wanderung mit einem unserer Esel das Grenzgebiet zwischen Slowenien und Österreich auf etwas andere Art kennen zu lernen.

Eselwanderungen



Das Wandern ist immer noch mit einem Esel verbunden. Denn bei Du bei

Wir über uns



Wir sind insgesamt fünf Esel und wir sind die idealen Begleiter für dich auf

(3) Wie kann ich mich positionieren?



Convenience

I ♥
Convenience

- ...beginnt bei der Buchung
- ... der Gast sucht heute Bequemlichkeit. Er will „bedient“ werden und ist auch bereit dafür zu bezahlen.
- ... Zeitknappheit, die neuen Medien (apps) und technologische Errungenschaften (e bike) treiben diesen Trend an.

(3) Wie kann ich mich positionieren?

Regionalität

- ... die Gäste sind auf der Suche nach ursprünglichen Strukturen, Kulturgütern und -landschaften, mit Brauchtum, Handwerkskünsten und regionaler Küche.
- ...Einheimische verknüpfen das Wort Regionalität mit Vertrautem und Zugehörigem, der Gast sieht die Möglichkeit, Anderes und Neues zu erleben.



Regionalität wird in der Gastronomie immer wichtiger



(3) Wie kann ich mich positionieren?

Naturerlebnisse

- ... immer mehr Menschen leben in Städten und suchen in ihrer Freizeit zum Ausgleich den Kontakt zu intakter Natur und Landschaft.
- ...Natur und Landschaft werden ganz bewusst als Rückzugsort zur Entschleunigung wahrgenommen und gesucht.

Bild: www.wanderdoerfer.at



(3) Wie kann ich mich positionieren?

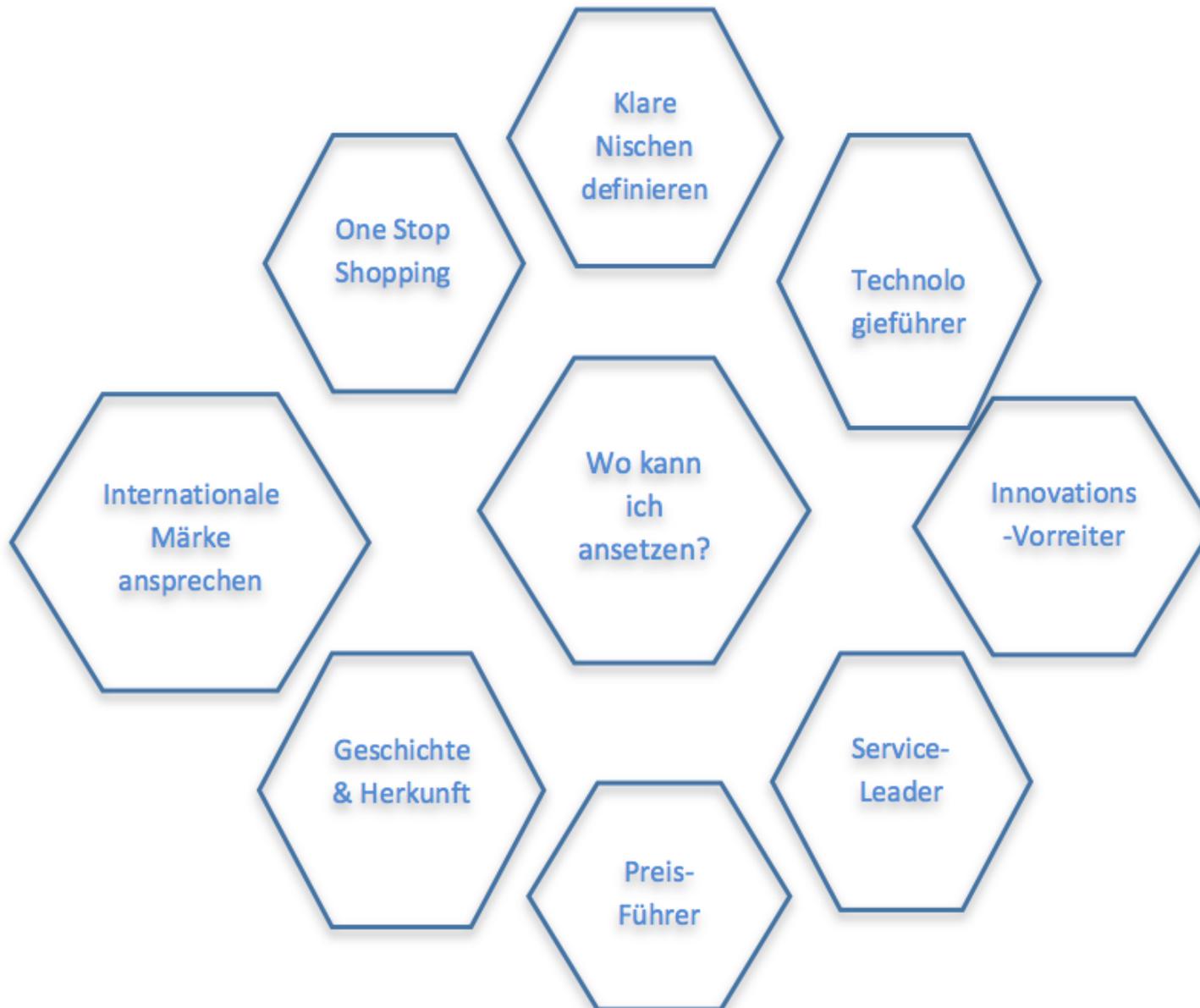
Gesundheit

- ... Wandel vom Fitnessgedanken der 80er Jahre über den passiven Wellnesskonsum der 90er Jahre hin zur heutigen Selbstentfaltung und Sinnsuche
- ...ein „gesunder Lifestyle“ wird auch mit Attraktivität, Schönheit und Glück assoziiert: Menschen möchten sich auch im höheren Alter noch jung, vital und gesund fühlen.

Bild: <http://www.glueckshotel-tirol.com/de/index.html>



(3) Wie kann ich mich positionieren?



(3) Wie kann ich mich positionieren?

Bsp. Urlaub am Bauernhof

- Eselbauernhof, Hühnerbauernhof, Meerschweinchenbauernhof, Ziegenbauernhof, ...
- e-Bauernhof (WLAN, social media, eigener blog,..)
- Designbauernhof, Luxusbauernhof, Gourmetbauernhof, Romantikbauernhof
- Sportbauernhof, Fitnessbauernhof, Waldbauernhof, Lesebauernhof, Malbauernhof, Kochbauernhof
- Oma-Opa-Enkel Bauernhof, Erwachsenenbauernhof, Singlebauernhof, Babybauernhof, Frauenbauernhof, Lernbauernhof für Teens
- Bauernhof „back to the roots“, Brauchtumsbauernhof mit alten Bräuchen
- Bauernhof für Vegetarier, für Allergiker, zur Regeneration mit Arzt
- Active Ageing Bauernhof, Beauty Bauernhof, spiritueller Bauernhof, Entschleunigungsbauernhof, Fastenbauernhof

(4) Wie gehe ich vor?

Was muss ich bei der Umsetzung beachten?

KLARES BEKENNTNIS zur POSITIONIERUNG:

Ich will einzigartig und
unverwechselbar werden!



<http://78notes.blogspot.com/2011/06/intuition-needs-your-input.html>

(4) Wie gehe ich vor?

- Sie verknüpfen Ihre betriebsinternen Stärken mit einem gesellschaftlichen Trend!
- Sie und Ihre Mitarbeiter stehen hinter dem Thema und leben/lieben es!
- Sie nehmen sich Zeit für die Entwicklung/Umsetzung und verfolgen das Thema konstant weiter!
- Sie setzen das Thema gesamthaft um, im ganzen Haus, mit allen Sinnen! Einzelne Aspekte reichen nicht aus!

(4) Wie gehe ich vor?

Schritt 1: Stärken erkennen

Strenghts (Stärken)

- Was läuft gut?
- Was sind unsere Stärken?
- Worauf sind wir stolz?
- Was gibt uns Energie?
- Wo stehen wir momentan?

Opportunities (Chancen)

- Was sind unsere Zukunftschancen?
- Was könnten wir ausbauen?
- Welche Verbesserungsmöglichkeiten haben wir?
- Was können wir im Umfeld nutzen?
- Wozu wären wir noch fähig?
- Was liegt noch brach?

Weaknesses (Schwächen)

- Was ist schwierig?
- Wo liegen unsere Fallen/Barrieren?
- Welche Störungen behindern uns?
- Was fehlt uns?

Threats (Risiken)

- Wo lauern künftig Gefahren?
- Was kommt an Schwierigkeiten auf uns zu?
- Was sind mögliche Risiken/kritische Faktoren?
- Womit müssen wir rechnen?

(4) Wie gehe ich vor?

Schritt 2: Entwickeln Sie einen USP, ein Spezialgebiet

Der „USP“ (Unique Selling Proposition) bzw. das Alleinstellungsmerkmal muss

- verteidigungsfähig,
- zielgruppenorientiert und
- wirtschaftlich sein, sowie in Preis, Zeit und Qualität definiert werden.

(4) Wie gehe ich vor?

Schritt 2: Entwickeln Sie einen USP, eine klare Botschaft!

- Was macht mein Hotel aus?
- Welche Hobbys und Leidenschaften lebe ich/leben wir?
- Was passt zu mir und zu meinen Mitarbeitern?
- Was macht mich einzigartig?
- Warum kommen die Gäste in mein Haus?
- Welche Gäste spreche ich noch zu wenig an?
- Welchen Gast wünsche ich mir eigentlich?



(4) Wie gehe ich vor?

Schritt 3: Zielgruppe definieren

- Wo sind meine Märkte?
- Wie erreiche ich diese Märkte?
- Welche Märkte bediene ich bereits, wo liegt noch Potenzial?
- Wer sind meine besten Kunden und warum?
- Welche Kunden möchte ich in Zukunft bedienen? Vertragen sich diese mit den Stammkunden?
- Welche Angebote der Region oder im nahen privatem Umfeld bieten Grundlage für weitere Vermarktung und wurden bis dato noch nicht genutzt?



Bild: www.hohenstein.de

(4) Wie gehe ich vor?

Schritt 4: Probleme der Zielgruppe lösen

Erfolgreiches neues Produkt muss entweder ein Kundenproblem lösen oder neue Bedürfnisse beim Kunden schaffen. Der Kunde muss einen Wert- oder Nutzenzuwachs spüren!



The screenshot shows the website for Hotel Bergland Seefeld. The main navigation bar includes 'DAS HOTEL', 'ZIMMER & PREISE', 'ALL-INCLUSIVE', 'ANGEBOTE', 'SPORT & AKTIV', 'SEEFELD', and 'KONTAKT'. The page title is 'E.BIKE & RADURLAUB IN SEEFELD TIROL'. On the left, there is an 'ONLINE BUCHEN' form with fields for 'Anreise' (19.09.2014), 'Abreise' (20.09.2014), 'Zimmer' (1), 'Zimmer 1' (Erwachsene: 2, Kinder: 0), and a 'JETZT BUCHEN' button. Below the form is a 'RESTPLATZBÖRSE' section. The main content area features a social media share bar, a title 'E-Bike & Radurlaub in Tirol', and a text block describing the region as a 'Dorado für Biker und Radurlaub'. It mentions 80 E-Bikes and 17 Verleihstationen. Below the text are three small images showing bicycles and a person riding. At the bottom, there is a section for 'E-Bike Aktive' with a list of rental options: 1 Tag Movelo € 25,-, 2 Tage Movelo € 40,-, and 3 Tage Movelo € 50,-.

Bild: www.berglund-seefeld.at

(4) Wie gehe ich vor?

Schritt 5: Innovationen und neue Produkte

Brauchen wir ein neues Produkt? Brauchen wir ein Innovationsmanagement?

Es gibt doch vieles mehr: Bauchgefühl - Vorahnung - Intuition

Innovation = Invention + Innovation + Diffusion!

Eine Idee muss Wirklichkeit werden, oder sie ist nur eine eitle Seifenblase (Berthold Auerbach, 1812-1882)

(4) Wie gehe ich vor?

Schritt 6: Kooperationen

- Kompetenzen und Informationen erhalten, die einen wirklich weiter bringen.
- Kooperationen helfen, Lücken im eigenen Kompetenzprofil zu füllen.
- Durch Kooperationen ergeben sich oft interessante Gespräche und innovative Ideen, auf die man alleine nie gekommen wäre.



Bild: www.immo-finanzen.de

(4) Wie gehe ich vor?

Schritt 7: Evaluierung und Weiterentwicklung

FRAGEN:

Läuft das Produkt?

Ist es eine Cash Cow oder ein Flop?

Muss ich das Produkt „weiterentwickeln“?

Wie lange „gebe“ ich dem Produkt?

Muss ich das Produkt vom Markt nehmen?

TOOLS :

- Gäste, Mitarbeiter, Lieferanten miteinbeziehen
- Gästebefragungen, Mystery Checks
- ABC Gästeanalysen
- Literatur und Journale
- Reisen und andere Kulturen, Kommunikation
- Social networks, Buchungsplattformen, blogs
- Blick in andere Branchen (Sportindustrie, Autoindustrie, Events, Lebensmittelindustrie)

(5) Conclusio

- Alpine Betriebe haben Ressourcen zur Erfüllung der Bedürfnisse nach Entschleunigung, Convenience, Regionalität, Gesundheit und Naturerlebnissen.
- Angebote zum Teil austauschbar. Schaffen Sie sich ein klares Profil! Vermitteln Sie eine ehrliche Botschaft!
- Fragen Sie sich selbst für was Sie stehen und was Ihre Stärken sind, in einem zweiten Schritt ob dies auch ihre Familie, Mitarbeiter und Gäste so sehen.
- Entwickeln Sie dann ein Alleinstellungsmerkmal, das sie von der Konkurrenz klar unterscheidet.

(5) Conclusio

Positionierungsmöglichkeiten gibt es überall...





[http://
justsophieandthechickenlife.blog
spot.co.at/2012/10/vielen-
dank.html](http://justsophieandthechickenlife.blogspot.co.at/2012/10/vielen-dank.html)

**...für Ihre
Aufmerksamkeit!**