

Performance Check

STRATOS im Überblick

Sowohl aus Sicht des Regionalmanagements wie auch der Wirtschaftsförderung hat die RW Oberwallis AG (RWO AG) den Auftrag, sich für den Tourismus zu engagieren. Sie will zu einer ökonomisch, ökologisch und soziokulturell nachhaltigen Entwicklung des Walliser Tourismus beitragen und fokussiert dabei die Tourismusentwicklung im engeren Sinn. Nicht aktiv agiert sie in den Bereichen Tourismuspolitik, Tourismusforschung und Destinationsmanagement. Die Aktivitäten der RWO AG sind in der STRATOS-Projektreihe gebündelt. In STRATOS #01 wurde die Rolle der RWO AG im Oberwalliser Tourismus definiert. STRATOS #02 fokussierte die Visualisierung des Oberwalliser Tourismussystems in seiner ganzheitlichen Form und die Identifikation der wichtigsten Geschäftstreiber.

Zielsetzung STRATOS #03

Basierend auf STRATOS #02 soll in der dritten Projektphase die Leistungsfähigkeit der Tourismus-Destinationen im Oberwallis beurteilt werden. Anhand von 88 Kennzahlen, die sich an den identifizierten Geschäftstreibern orientieren, wurde ein umfassendes Benchmarking durchgeführt.

12 Oberwalliser Destinationen wurden bezüglich ihrer Leistungsfähigkeit untereinander und mit den fünf nationalen Destinationen Les Quatre Vallées, Lenzerheide, Engadin-Scuol, St. Moritz und Engelberg sowie den drei internationalen Destinationen Garmisch-Partenkirchen, Grossarlal und Chamonix Mont-Blanc verglichen. Aus dieser Vergleichsanalyse wurden die Kompetenzen und Kompetenzlücken pro Destination und für die Region Oberwallis abgeleitet.

Im Anschluss zum Benchmarking wurden Wechselbeziehungen zwischen den verschiedenen Angebotsfaktoren untereinander und in Bezug auf die Nachfrage untersucht (Korrelationsanalysen). Die Abhängigkeiten wurden analysiert, visualisiert und in Form von Schlüsselerkenntnissen zusammengefasst.

Diese spezifischen Resultate pro Destination sowie die generellen Schlüsselerkenntnisse bilden die wesentlichen Grundsteine für STRATOS #04.

Erkenntnisse STRATOS #03

Allgemeine Erkenntnisse

- Der Alpentourismus ist ein komplexes System mit grossen Abhängigkeiten zwischen sechs wesentlichen Angebotsfaktoren.
- Der Motor im Alpentourismus ist das Beherbergungsangebot.
- Das Tourismussystem wird primär gesteuert durch das Naturangebot.
- Die Aufenthaltsdauer wird primär beeinflusst durch das Sport- und Freizeitangebot (positiv) und das Transportangebot (negativ).

Kernkompetenzen

- Das Oberwallis besitzt mit dem überdurchschnittlichen Naturangebot eine nachhaltige Kernkompetenz.
- Im Oberwallis schlummert ein beträchtliches soziokulturelles Potenzial.
- Das Oberwallis hat mit einem überdurchschnittlichen Transportangebot einen langfristigen Wettbewerbsvorteil.

Herausforderungen

- Die Beherbergungsqualität im Oberwallis verbessern (erste Priorität).
- Das Sport- und Freizeitangebot besser aufeinander abstimmen und gezielt erweitern (zweite Priorität).
- Das Gastronomieangebot verbessern (dritte Priorität).
- Das soziokulturelle Angebotspotenzial destinationsübergreifend erschliessen (vierte Priorität).



Benchmarking

Das Benchmarking der 20 Destinationen wurde anhand von 88 Kennzahlen durchgeführt. Die Kennzahlenauswahl orientierte sich am Geschäftsmodell und an den Geschäftstreibern aus STRATOS #02. Während die Definition und Datenbeschaffung der Kennzahlen im Bereich Beherbergung, Gastronomie und Transport einfach waren, gestaltete sich das Benchmarking des Natur- und des Kulturangebots anspruchsvoll. Beispielsweise wurden zum Benchmarking des Naturangebots Kennzahlen wie Anzahl Bergseen, Kilometer Bachlänge oder durchschnittliche Sonnenscheindauer verwendet.

Wussten Sie, dass

Beherbergung

- es in der Hälfte der Oberwalliser Destinationen keine 4- oder 5-Sterne-Hotels gibt?
- der Anteil 4-Sterne-Hotels im Grossarlal bei 55% liegt, im Oberwallis mit Ausnahme von Zermatt hingegen bei knapp 10% oder weniger?
- in 7 der 12 Oberwalliser Destinationen weniger als 50% der Hotels (nach Sternen) klassifiziert sind?

Gastronomie

- sich 24 der 27 Oberwalliser Gault-Millau-Restaurants in Zermatt oder im Goms befinden?
- der Michelin-Führer 54 Restaurants aus Zermatt enthält?
- sich in 8 der 12 Destinationen im Oberwallis kein Gault-Millau-Restaurant befindet?

Transport

- aus der Deutschschweiz die Oberwalliser Destinationen ca. 60 Minuten schneller erreichbar sind als Bündner Destinationen?

Sport & Freizeit

- Zermatt das höchstgelegene Skigebiet in ganz Europa ist?
- sich jede vierte SAC-Hütte im Oberwallis befindet?
- die Bergbahnen in Graubünden rund 30 Tage länger in Betrieb sind als diejenigen im Oberwallis?
- über 70% der Pisten in Grächen und Zermatt beschneit sind, in Leukerbad weniger als 20%?
- St. Moritz mit 230 km mehr Langlaufloipen aufweist als das gesamte Oberwallis?

Kulturangebot

- St. Moritz mehr internationale Events anbietet als das gesamte Oberwallis?

- im Goms oder in der Aletsch Arena über 20 Freizeitmöglichkeiten angeboten werden, in den Regionen Simplon, Lötschental und Leuk-Pfynwald weniger als 10?

Naturangebot

- das Oberwallis im Vergleich zum Berner Oberland und Graubünden einen markant höheren Anteil an Landschafts- und Naturdenkmäler aufweist?
- die Dichte an Seen im Goms, in der Simplon-Region und in der Region Leuk-Pfynwald 50% bis 250% grösser ist als in St. Moritz, Engadin, Engelberg oder Lenzerheide?
- sich jeder dritte Bergsee im Oberwallis im Goms befindet und das Goms über 250 km Bachlänge hat?
- jeder zweite Steinbock in Europa in der Schweiz lebt und dass, obwohl Graubünden den Steinbock im Wappen trägt, die Steinbockdichte im Oberwallis signifikant grösser ist?
- Grächen, Leuk, Visp und Brig ein Drittel weniger Regentage aufweisen als Leukerbad, Simplon, Lötschental oder das Goms und halb so viele wie Engelberg oder Chamonix?
- sich 10 der 11 grössten Schweizer Gletscher im Wallis befinden?
- jeder zweite 4'000er in Europa im Oberwallis liegt?

Balanced Scorecard

Im Stil einer Balanced Scorecard wurde jede Kennzahl in ein relatives Punkte-Mess-System übertragen, um die Kennzahlen miteinander zu verknüpfen und so zusammenzufassen, dass eine Aussage pro Angebotsfaktor möglich ist. Die Abbildung fasst die Benchmark-Resultate zusammen. Aufgrund der Sensitivität der Daten wurde an dieser Stelle auf die Destinationssicht verzichtet. Gezeigt werden die Kernkompetenzen und die Kompetenzlücken pro Angebotsfaktor und pro Destination. Als Kernkompetenz wird dabei eine positive Abweichung zum Durchschnitt aller 20 Destinationen von mehr als 15% angenommen, als Kompetenzlücke eine negative Abweichung von mehr als 15%.

Die beiden Kernkompetenzen im Oberwallis bestehen sicherlich im überdurchschnittlichen Naturangebot und im überdurchschnittlichen Transportangebot. Die Kompetenzlücken liegen in der Beherbergungsqualität, in der Gastronomie, im Sport- & Freizeitangebot und im Kulturangebot. Beim Kulturangebot muss festgehalten werden, dass ein enormes Potenzial vorhanden ist, dieses jedoch nur wenig erschlossen ist.

Korrelationsanalysen

Aufgrund der umfassenden statistischen Menge von 20 Destinationen und 88 Kennzahlen war es möglich, Korrelationsanalysen

Balanced Scorecard

● Kompetenzlücke

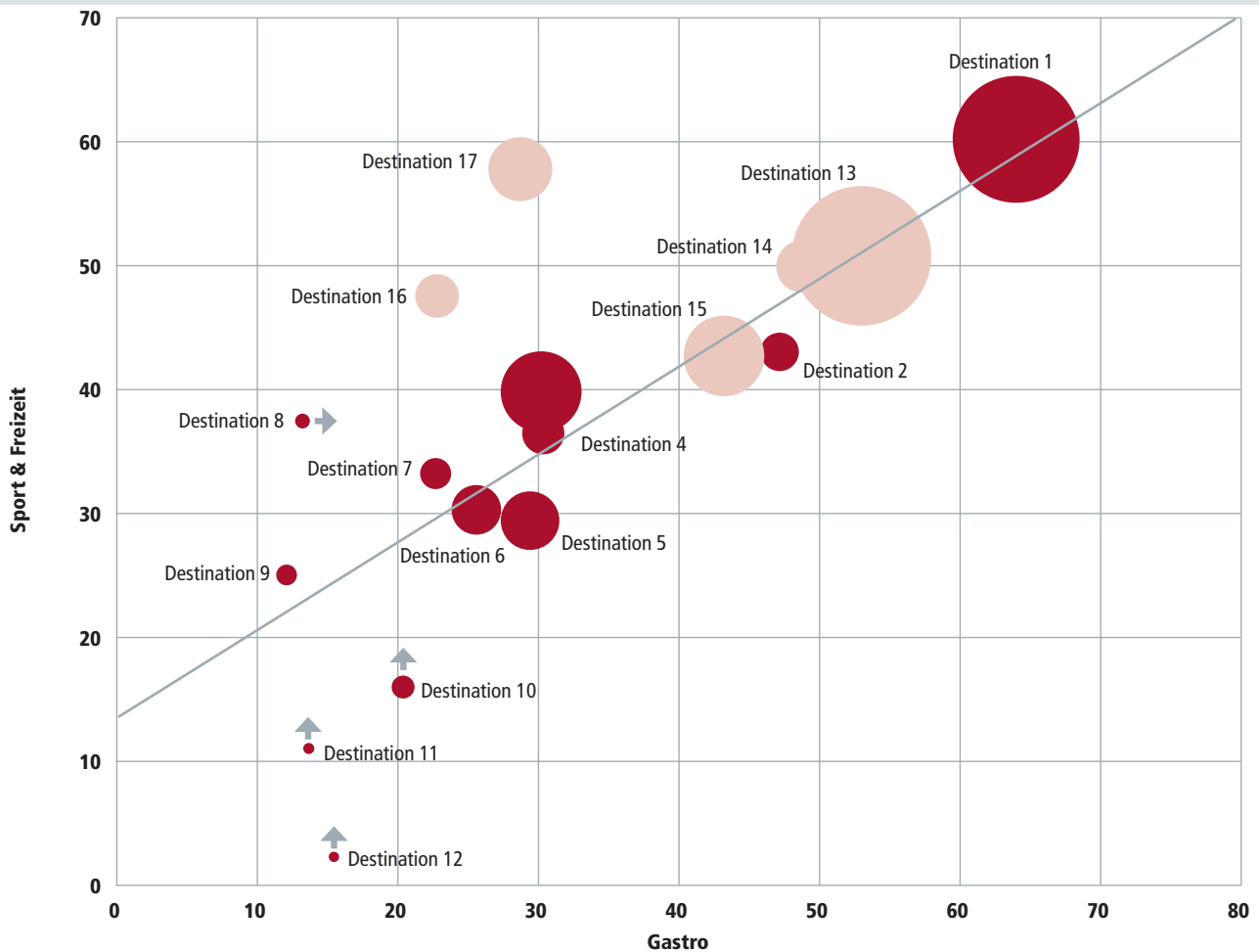
○ Kernkompetenz

	Destination 1	Destination 2	Destination 3	Destination 4	Destination 5	Destination 6	Destination 7	Destination 8	Destination 9	Destination 10	Destination 11	Destination 12
Beherbergungsqualität	○	●		●						●		●
Gastronomieangebot	○				○		●	●	●	●	●	●
Transportangebot						○		○				○
Sport- & Freizeitangebot	○					●		●	●		●	●
Kulturangebot	○	○	●	●		●	●	●	●	●		●
Naturangebot	○			○		○			○		○	○

©RWO AG

Korrelation Sport & Freizeit – Gastronomie

Die Kreisgröße widerspiegelt die Anzahl Logiernächte.



©RWO AG

zwischen den Angebotsfaktoren untereinander und zwischen einem Angebotsfaktor und einem zentralen Nachfrageindikator (Logiernächte oder Aufenthaltsdauer) zu erstellen. Als Beispiel ist an dieser Stelle die Korrelation zwischen Gastronomie und Sport & Freizeit illustriert. Die Kreisgrösse widerspiegelt dabei die Anzahl Logiernächte.

Korrelation der Angebotsfaktoren

Bei der Betrachtung der Korrelation der Angebotsfaktoren ist festzuhalten, dass im Zentrum des Angebots die Beherbergungsqualität steht. Diese beeinflusst mit Ausnahme des Naturangebots alle übrigen Angebotsfaktoren.

Das unterstreicht die strategische Bedeutung des Naturangebots und der Beherbergungsqualität. Zwischen den übrigen Angebotsfaktoren gibt es lediglich eine geringe Korrelation zwischen

Gastronomie und Sport & Freizeit. Diese Erkenntnisse sind schlüssig mit den Erkenntnissen aus STRATOS #02.

Korrelation zwischen Angebot und Nachfrage

Wenig überraschend ist die Tatsache, dass mit Ausnahme des Transportangebots alle Angebotsfaktoren mit der Anzahl Logiernächte in einer Wechselwirkung stehen. Dabei korreliert das Naturangebot und das Beherbergungsangebot stark, alle übrigen weisen lediglich eine mittlere oder geringe Korrelation auf.

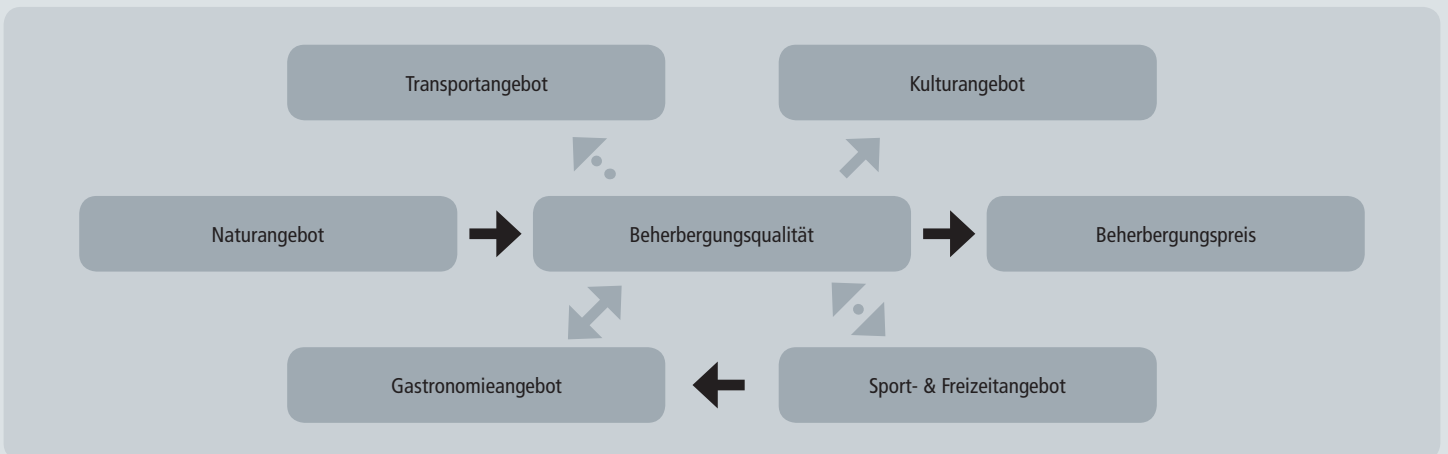
Interessant ist die Korrelation mit der Aufenthaltsdauer. Diese wird nur vom Sport- & Freizeitangebot und vom Transportangebot beeinflusst. Auffallend ist, dass im Fall des Transportangebots eine negative Korrelation vorliegt, d. h. je besser das Transportangebot, desto kürzer die Aufenthaltsdauer.

Korrelation ...



- ➔ hohe Korrelation
- ➡ mittlere Korrelation
- ⋯➡ geringe Korrelation
- ➞ negative Korrelation

... der Angebotsfaktoren



... zwischen Angebot und Nachfrage

