

MEDIENINFORMATION

Lenk, 19. März 2024

Neue Destinationsstrategie Lenk-Simmental 2024 - 2027

Die Festlegung der Strategie ist der letzte Teil der Reorganisation der Lenk-Simmental Tourismus AG (LST AG) auf strategischer Ebene. Alle bisherigen und neuen Aktionäre waren involviert und haben sich aktiv eingebracht. Die Strategie ist der Leitfaden und gibt Vorgaben für die zukünftige touristische Entwicklung im Simmental.

Die Strategie beinhaltet Angaben zur Vision und Mission, Strategieziele bis 2027 und Strategische Geschäftsfelder. Dazu die Themen Quellmärkte und Gästeprofile, Vermarktung und Verkauf, Interne und externe Herausforderungen, eine Übersicht des Erlebnisraums, strategische Handlungsfelder und eine Projektevaluation für die Entwicklung der angestrebten 300-Tage-Destination.

Stärkung Verkauf

Die bisherigen Aufgaben von LST AG bleiben gleich: Vermarktung (Kommunikation, Branding, Positionierung, Produkt-Dienstleistungs-Kette), Gästebetreuung, System-Manager & Enabler (Gästekarte, Digitalisierungsprojekte), Dienstleister und Netzwerker. Der Verkauf hat in der Strategie der LST AG jedoch einen grösseren Stellenwert erhalten. Grundlage dafür sind marktgerechte Angebote, wofür die Leistungspartner verantwortlich sind.

Roger Friedli, VR-Präsident der LST AG begründet den gewählten Schwerpunkt wie folgt: «Um unsere Abhängigkeit vom Schweizer Markt zu reduzieren und die Nebensaison besser auszulasten, braucht unsere Region mehr Gäste aus dem nahen und fernen Ausland. Weiterhin zentral ist jedoch die Pflege der Stammgäste und Zweitheimischen sowie die Gewinnung von wiederkehrenden Schweizer Gästen.»

In erster Priorität wollen die Verantwortlichen die Auslastung gegen das Saisonende der Skisaison und für die Zeit zwischen den Sommer- und Herbstferien, mit speziellen Erlebnissen sowie Massnahmen im Marketing und Verkauf fördern. Als zweite Priorität will der Verwaltungsrat früher in die Sommersaison starten. Dies soll mit Hilfe von Tourenangeboten für Gruppen und Individualgästen geschehen. Für die Zwischensaison liegt der Fokus auf den geöffneten Betrieben, die mit speziellen Angeboten ausgelastet werden sollen.

Erfolgsfaktoren: 300-Tage-Destination und Zusammenarbeit

Die Region soll über das ganze Jahr die Grundbedürfnisse ihrer Gäste abdecken und während 300 Tagen ein umfassendes Gästelerlebnis bieten. Ziel ist eine gleichmässige und insgesamt höhere Auslastung der touristischen Angebote. Um dies zu gewährleisten, hat die LST AG über 80 Massnahmen erarbeitet, die anhand ihrer Realisierbarkeit und Wirtschaftlichkeit priorisiert wurden und als Nächstes mit den Partnern zusammen umgesetzt werden sollen.

«Egal, welche Ziele wir uns setzen, ohne eine konstruktive und aktive Zusammenarbeit, gegenseitige Absprachen und Unterstützung werden wir keinen Erfolg haben. Alle Partner müssen sich im Sinne des Ganzen einsetzen und Verantwortung in ihrem Einflussbereich übernehmen. Wir können die an uns gesetzten Ziele nur erreichen, wenn die Destination mit ihren Leistungspartnern die nötigen Grundlagen schafft», so Albert Kruker, Direktor der LST AG zur neuen Strategie.

Die neue Destinationsstrategie Lenk-Simmental 2024 - 2027 ist online unter www.lenk-simmental.ch unter «Tourismusorganisation» abrufbar.

Lenk-Simmental Tourismus AG / Pressedienst

Kontakt

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