

## **Zentralschweizer Tourismustag 2019** **Erfolg dank Smart Pricing – wie Sie bekommen, was Sie verdienen**

Am 15.10.2019 an der Schweizerischen Hotelfachschule SHL Luzern

Am 20-jährigen Jubiläum des Zentralschweizer Tourismustags diskutierten über 100 anwesende Touristikerinnen und Touristiker, wie sie mit optimiertem Preismanagement bekommen, was sie verdienen.

Der diesjährige Zentralschweizer Tourismustag fand am 15. Oktober an der Schweizerischen Hotelfachschule SHL in Luzern statt und drehte sich um das Thema Pricing – ein zentrales, aber komplexes und risikoreiches Marketinginstrument.

Gäste und Referenten aus unterschiedlichen touristischen Branchen diskutierten innovative Pricing-Ansätze und deren Herausforderungen für ein erfolgreiches Preismanagement im Tourismus. Timo Albiez, Stv. Direktion der Schweizerischen Hotelfachschule Luzern SHL moderierte den Anlass und betreute mit dem professionellen Service der SHL-Studierenden die „Business Class“ – also diejenigen Gäste, welche sich für das höherpreisige Jubiläumsangebot angemeldet hatten. Dabei handelt es sich um ein Angebot, bei welchem die Erkenntnisse aus der Preispsychologie bereits bei der Einladung „live“ angewendet wurden, wie sich später herausstellte.

Als erste Referentin zeigte Angela Steffen, Senior Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Tourismuswirtschaft (ITW) der Hochschule Luzern - Wirtschaft, die vielfältigen Dimensionen des Preismanagements und wie preispsychologische Erkenntnisse die Preiswahrnehmung der Kunden und deren Kaufbereitschaft positiv beeinflussen können. Dabei erlebten die Gäste live die Irrationalität ihrer eigenen Kaufentscheidungen. Als smartes Preismanagement aus Sicht der Preispsychologie bezeichnet eine psychologisch geschickte Preis- und Angebotsdarstellung, die in Einklang mit den Kundenbedürfnissen steht.

### **Die Preispsychologie-Toolbox**

Die Preispsychologie-Toolbox ist eine interaktive Website zur Anwendung von preispsychologischen Erkenntnissen in der Tourismuspraxis. Das Institut für Tourismuswirtschaft (ITW) hat die Toolbox in einem Innosuisse-Forschungsprojekt entwickelt. Der Zugang wird zusammen mit einem Preispsychologie-Workshop angeboten. Dieser bietet konkrete Handlungsempfehlungen, um Ihr Pricing aus preispsychologischer Perspektive zu optimieren.

Kontakt: Dr. Angela Steffen  
Senior wissenschaftliche Mitarbeiterin  
041 228 41 21, [angela.steffen@hslu.ch](mailto:angela.steffen@hslu.ch)  
[www.pricing-toolbox.ch](http://www.pricing-toolbox.ch)

Das anschliessende Kurzreferat hielt Rainer Flaig, CEO der Andermatt-Sedrun Sport AG. Flaig erläuterte am Beispiel der SkiArena Andermatt-Sedrun das dynamisches Pricing bei Bergbahnen. Er veranschaulichte diverse Herausforderungen und die Komplexität, welche sich auf diesem Weg hervortaten. Im Prozess konnte die Andermatt-Sedrun Sport AG an diesen Hindernissen wachsen und ihren Gesamtumsatz bis um 69% steigern.

Zentralschweizer Tourismustag, SHL, 15.10.2018  
 Irgendwie anders – Erfolg dank Differenzierung

Danach referierte Daniel Plancic, Managing Director & Partner der SHS Academy, über das Revenue Management in der Gastronomie. Dabei ging er speziell auf die zukünftigen Chancen der Gastronomie ein: „Gastronomen müssen lernen, online zu kommunizieren und das Restaurant als Business zu verstehen und datenbasiert zu führen.“

Das letzte Kurzreferat hielt Mik Häfliger, Leiter des Innovationsmanagements Graubünden Ferien sowie Mitinitiator und Projektleiter von „BunaNotg“. Er stellte seine neuartige Buchungsplattform „BunaNotg“ vor. Diese hat zum Ziel, eine kommissionsfreie Plattform für die Feriendestination Graubünden zu schaffen. Der Zweck für die Region liegt dabei in der Möglichkeit, Buchungslücken durch kurzfristige Gästeaufenthalte zu schliessen. Dabei steht für die Kunden der einmalige Buchungsablauf im Vordergrund, bei dem der Gast seinen Wunschpreis angibt und vom Hotel gebucht werden kann – anstatt umgekehrt.

Beim anschliessenden Podiumsgespräch mit den vier Referenten klärte Raphael Prinz, Inland-Korrespondent von SRF, die Fragen aus dem Publikum. Besonders das Thema von Rainer Flaig über dynamisches Pricing bei Bergbahnen hat bei den Teilnehmenden zu kontroversen Diskussionen geführt.

Die Organisatoren Timo Albiez, SHL, Marcel Perren, Direktor Luzern Tourismus, und Jürg Stettler, Institutsleiter Hochschule Luzern hielten in ihrem Schlusswort zusammenfassend fest, dass das Thema Pricing komplex und mehrdimensional ist. Aus dem Wunsch nach Gewinnmaximierung und mit der Digitalisierung entstehen heute neue, innovative Preismodelle. Nicht zuletzt bleiben jedoch die Qualität des angebotenen Produktes und die Zahlungsbereitschaft der Kundinnen und Kunden im Vordergrund.

Abschluss des Abends war das Netzwerken beim Apéro „dynamic“, welcher den Gästen – in Anlehnung an den dynamic Pricing-Ansatz – eine grosse Bandbreite von klassischen Häppchen bis zu exquisiten Delikatessen bot. Insgesamt ein unbezahlbarer Austausch und Genuss, hoch über dem Vierwaldstättersee.

Der Zentralschweizer Tourismustag ist ein Networking- und Weiterbildungsanlass der Zentralschweizer Tourismusbranche. Die Hochschule Luzern organisiert die Veranstaltung jährlich in Zusammenarbeit mit der Luzern Tourismus AG und der Schweizerischen Hotelfachschule SHL.

*(Lisa Fickel, Hochschule Luzern Wirtschaft, 15.10.2019)*