

3. Symposium "GOLF IN AUSTRIA" – Abschlag in die Saison 2010

infocomma.net | 28. Dezember 2009

Die Vorträge zum Thema: „Golftourismus der Zukunft - Saison 2010“ interessierten die zahlreichen Gäste des "Golfsymposiums 2009" im Schlosshotel Jagdhof am Fuschlsee. 120 Besucher folgten der Einladung von "Golf in Austria" und verfolgten die Vorträge der internationalen Experten aus dem Golftourismus. Seit mehr als 20 Jahren arbeitet "Golf in Austria" daran die Marke Golf in Österreich international bekannt zu machen und weiterzuentwickeln. Viel Engagement und täglicher Einsatz haben dazu geführt, dass Österreich heute nicht nur als Skination sondern auch als Golfdestination internationale Beachtung findet. Um diese positive Entwicklung auch in Zukunft voranzutreiben, wird systematisch an innovativen Konzepten gearbeitet. Das jährliche Golfsymposium versucht mit der Hilfe von Experten aus der Praxis auf die neuen Entwicklungen hinzuweisen, um entsprechend darauf reagieren zu können. In diesem Jahr fand das Symposium bereits zum dritten Mal statt und versuchte den Teilnehmern Denkanstöße und Lösungsbeispiele zu bieten, wie der österreichische Golftourismus die Marke Golf in Österreich erfolgreich weiterentwickeln kann.

Günther Spiesberger (Wirtschafts- und Mentalcoach) präsentierte den Zuhörern verschiedene Beispiele, wie Sie ihren mentalen Zustand vor allem in schwierigen Zeiten selbst bestimmen können. Wie in kaum einer anderen Branche sind in vielen Tourismusunternehmen Betriebe untrennbar mit der Familie verbunden. Das zehrt oft an Kraft und Nerven und kann auch den wirtschaftlichen Erfolg des Betriebes maßgeblich beeinflussen. Anhand von mentalen Praxisbeispielen führte der Vortragende den Besuchern vor Augen, wie Sie in solchen Augenblicken den negativen Einflüssen entkommen können.

Tamara Jenewein ist als selbstständige Beraterin für TravelCLICK tätig und eine ausgewiesene Expertin im Bereich Revenue Management und e-Commerce. Für Tourismusunternehmen spielen Onlinebuchungen eine immer größere Rolle, denn in der vernetzten Welt lassen sich die verschiedenen Angebote vergleichen, was zu einer Verschärfung des Wettbewerbs führt. Das richtige Preismanagement über mehrere Kanäle hinweg ist hierbei eine anspruchsvolle Aufgabe und entscheidet auch über den ökonomischen Erfolg des Unternehmens. Anhand von praktischen Beispielen demonstrierte Tamara Jenewein wie eine gute Preisstrategie aussehen kann.

Dr. Sebastian Kaiser ist Professor an der FH Kufstein für Sportmanagement, lehrt an internationalen Hochschulen und hat als Mitinhaber und Direktor der Cognitive Sports Ltd. ein Verfahren zum Messen und Steuern von Dienstleistungsqualität im Golfsport entwickelt. Da preispolitische Maßnahmen die Gefahr des ruinösen Wettbewerbs in sich bergen, muss die Steigerung der Kundenzufriedenheit und Kundenbindung das vorrangige Ziel sein. Die besonderen Eigenschaften des Produkts Dienstleistung, sowie die spezifischen Marktbedingungen, stellen eine große Herausforderung dar. Laut Dr. Kaiser sind vor allem die Bildung von Netzwerken und überregionalen Kooperationen von entscheidender Bedeutung, um eine Region oder Destination mit einer gemeinsamen Strategie zu vermarkten. Zur gleichen Zeit müssen aber die Alleinstellungsmerkmale (USP) aller beteiligten Betriebe bewahrt bleiben.

Dr. Robert Trasser führte im Anschluss an die Vorträge durch die interessante Diskussionsrunde mit den Referenten, in der spannende Fragen diskutiert wurden. Ein besonderer Dank gilt an dieser Stelle den Sponsoren des diesjährigen Symposiums (Schoellerbank, Samsung, Konica

Minolta, Golf Revue), welche die Veranstaltung tatkräftig unterstützten und so das Symposium noch attraktiver und interessanter machten.