

10 Jahre Mountain Quality-Check – ein Gewinn für die Branche

Zur permanenten Weiterentwicklung der Qualität am Berg muss man sich auf ein System abstützen. Ein solches existiert seit nunmehr 10 Jahren in Form des Mountain Quality-Checks (MQC) der Vorarlberger Firma Mountain Management. 200.000 Fragebögen mit über 10 Mio. Fragen in Wintersportorten der Länder Österreich, Schweiz, Deutschland und Italien wurden seither verarbeitet. Daraus lassen sich eine Reihe von Grunderkenntnissen für die Branche ableiten. Außerdem hat Prof. Matzler von der Uni Linz eine interessante Regressionsstudie aus aktuellen MQC-Daten zusammengestellt mit dem Fazit: Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck.



Michael Partel,
Mountain Management Consulting

Die Kundenorientierung wird von sehr vielen Skigebieten als einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren erkannt. Die eigenen Stärken/Schwächen im Vergleich zu den Besten zu kennen, zählt heute zum Standard fortschrittlicher Bergbahnunternehmen. Diese Informationen bilden nämlich die Basis für eigene Leitbilder, Strategieentwicklung, Positionierung, Markenaufbau und Weiterentwicklung. Dafür wurde das Basis-Instrument MQC geschaffen. Es hilft mit, viele interne Diskussionen in die richtige Richtung zu fokussieren, und fördert damit schnelle Entscheidungen. Denn wer vorne sein will, muss permanent die Attraktivität steigern, also laufend auch die eigenen Mitarbeiter für Neues begeistern!



Power Point Grafik 4: GASTRONOMIE

Grundsätzlich ist der sogenannte „Branchenbarometer“ eine wichtige Orientierungshilfe über das Ausmaß der Kundenzufriedenheit am eigenen Berg, wenn man sich mit der Spitze vergleicht. Hier sind nicht nur die Top-Werte interessant, sondern auch wie sich diese innerhalb der letzten 6 Jahre verändert haben. Nachfolgende Tabelle zeigt exemplarisch den Bereich „Gastronomie“, einen der „neu-

en“ wichtigen Bereiche, wo die Spitze den künftigen Standard vorgibt.

GASTRONOMIE

Sitzplatzkapazität von 7,8 auf 8,4 + 7,7 %
 Ambiente/Atmosphäre von 8,2 auf 8,6 + 4,9 %
 Qualität der Speisen von 8,1 auf 8,7 + 7,4 %
 Angebotsvielfalt von 8,2 auf 8,7 + 6,1 %



Power Point Grafik 5: MITARBEITER

Preisgestaltung Speisen von 7,0 auf 7,7 + 10,0%
Preisgestaltung Getränke von 7,0 auf 7,4 + 5,7%

Auch im Bereich „Mitarbeiter“, dem ersten direkten Kontakt zum Gast, entwickeln sich die Besten schneller als der Durchschnitt, der leider stagniert!
Die „Stars“ wissen über die Wichtigkeit ihrer Mitarbeiter und deren direkten Kundenkontakt Bescheid.

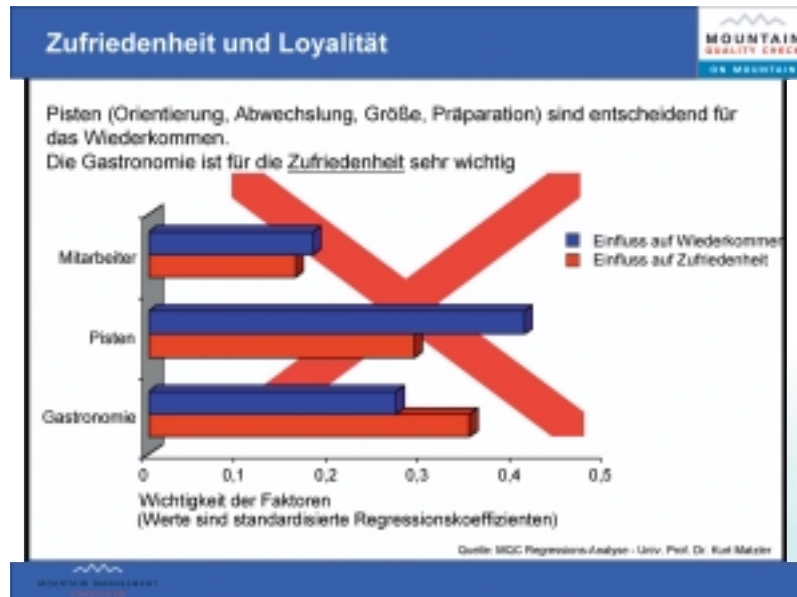
MITARBEITER

Erscheinungsbild 8,4 - 9,0 + 7,1%
Freundlichkeit 8,5 - 9,1 + 7,1%
Komp. Auskunft 8,5 - 9,0 + 5,9%
Hilfsbereitschaft 8,7 - 9,2 + 5,7%

„Wer ganz vorne im Bereich der Kundenzufriedenheit stehen will, sollte sich an den folgenden Benchmarks der Top-Ten-Bestwerte (alle über 9 auf der 10er-Skala) orientieren“, empfiehlt Geschäftsführer Mike Partel.

Top-Ten-Bestwerte

Ski-Passkontrollsystem: 9,5 (Skala 1–10)
Skigebietsgröße 9,2
Hilfsbereitschaft d. Mitarbeiter 9,2
Schneesicherheit 9,1
Kinderland/Kinderaktivitäten 9,1



Power Point
Grafik 6:
TOP 10

Freundlichkeit d. Mitarbeiter 9,1
Abwechslungs-Pistenangebot 9,0
Präparation der Pisten 9,0
Erscheinungsbild d. Mitarbeiter 9,0
Kompetente Auskunft 9,0

Was zeichnet Top-Skigebiete aus?

Mehrere repräsentative Untersuchungen

bei Deutschen und Österreichischen Wintersportlern zeigen bei den Besonderheiten von Lieblingskigebieten folgendes Bild (Quelle: Online-Befragungen/Falk. de-Bergfex.at):

- Pos. 1 SCHNEESICHERHEIT
- Pos. 2 PISTENANGEBOT
- Pos. 3 GUT PRÄPARIERTE PISTEN
- Pos. 4 ERREICHBARKEIT/LAGE

Ein System – ein Partner

office@sufag.com
www.sufag.com

SUFAG[®]
snow vision

F I S
PARTNER

Pos. 5 PREIS

Damit jedes Skigebiet auf Wunsch selber solche Online-Befragungen durchführen kann, bietet Mountain-Management zur Saison 06/07 ein speziell entwickeltes Online-Tool für die Platzierung auf der eige-

nen Homepage an. Ein ähnliches System (TQC) wird von MM schon erfolgreich seit 3 Jahren bei Tourismusverbänden wie z. B. Lech/Zürs, Sölden, St.Moritz, Schladming, Obertauern, Grindelwald oder Saalbach-Hinterglemm eingesetzt.

Worauf achten Sie bei der Wahl eines Wintersportgebietes?

Eine von Mountain-Management im Winter 05/06 auf 17 Homepages von Wintersportorten (A/CH) durchgeführte Online-Befragung ergab interessante und wichtige Informationen für die künftige Weiterentwicklung von Skigebieten.

Was erwartet sich der Gast, worauf achtet er bei der Wahl eines Wintersportortes?

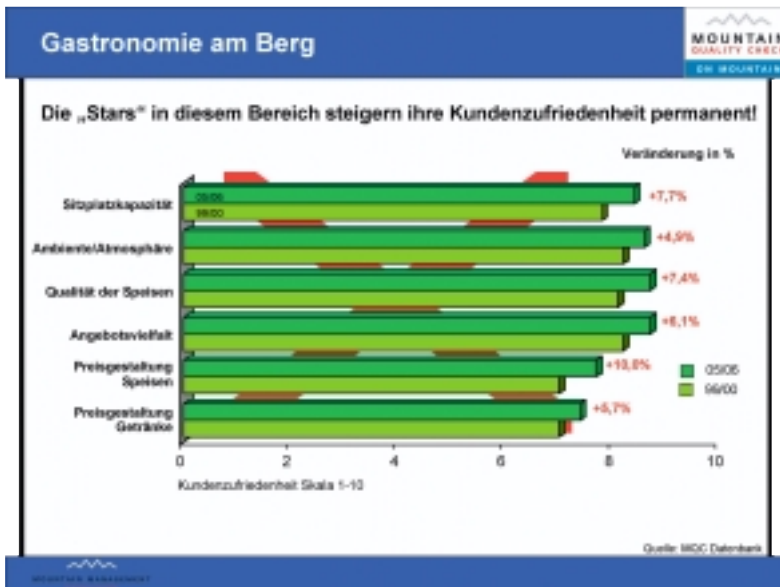
Das Thema Schneesicherheit steht auch bei dieser Untersuchung an 1. Stelle!

Nicht zu unterschätzen ist der Aspekt der Sicherheit auf den Pisten. Mit Rang 2 ist klar, dass eventuelle Schwachstellen (Engstellen, zu volle Pisten etc.) möglichst rasch behoben werden sollten. Neben Pistenangebot und Beförderungskomfort zählt der Mitarbeiter auch zu den Top 5 Faktoren! Im Vergleich zum Vorjahr haben Schneesicherheit und Sicherheit auf den Pisten an Bedeutung noch zugenommen!

Das Top 10 Ranking ist aus beiliegender Graphik ersichtlich.

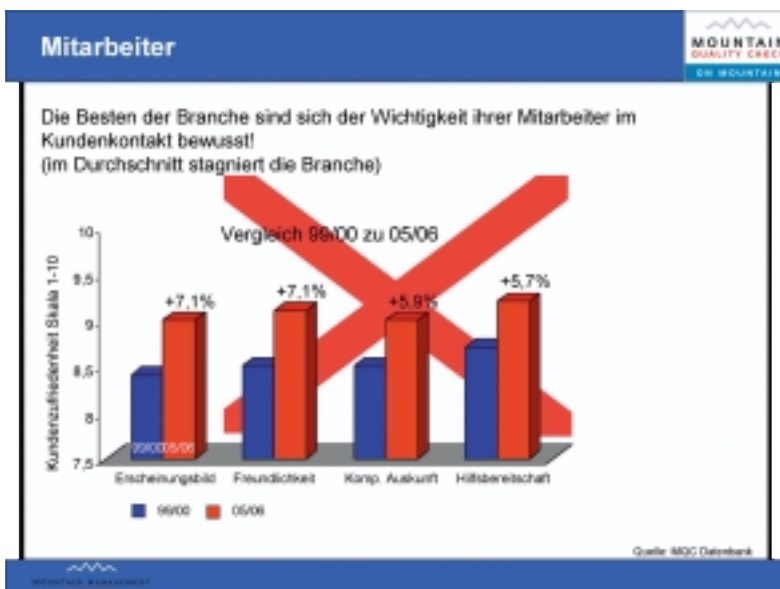
Power Point

Grafik 7: GÄSTEER- WARTUNG



Power Point

Grafik 1: ERSTER EINDRUCK



Ergebnisse der großen Wintersportumfrage

Im Februar 06 wurde von Mountain Management eine Große Wintersportumfrage zum Thema Zufriedenheit mit Ski/Skischuhe in 15 Wintersportregionen (A/CH/I/D) durchgeführt. Diese wichtige Studie ergänzt die Befragungen am Berg.

Dazu einige zentrale Ergebnisse:

➤ Die generelle Zufriedenheit lag bei 8,13 (Skala 1–10)

Bei gekauften Skiern: 8,22 und bei geliehenen Geräten 7,82.

In der Schweiz liegt die generelle Zufriedenheit mit 8,30 am höchsten.

➤ Die Zufriedenheit mit geliehenen Skiern ist höher als jene mit Skischuhen.

➤ Der Anteil an geliehenen Skiern betrug 22%, wobei der Anteil mit dem Können fällt (z.B. Anfänger 58%/Profis

HÄGGLUNDS-HELLGETH 2.7 CDI

Mehrzweckfahrzeuge, ideal unter alpinen Bedingungen, hochgeländegängig, geringer Bodendruck für Tiefschnee, Mulde o. Kabine für 16 Personen, 55km/h schnell, zGG 6,4to, jetzt mit sparsamen Common-Rail Diesel, bis 200PS, 500Nm, mit EURO 2 Zertifikat.

Günstige Vorführfahrzeuge mit CDI-Motor!

Auch als Gebrauchtfahrzeug mit 136PS Turbodiesel, sofort verfügbar!



Optional:
KRAN, LADEWECHSLER
KIPPER, SEILWINDE,
EISGREIFER,
STRASSENZULASSUNG
Neu: Differentialsperre



ONE-SYSTEMS

Gewerbegebiet 16
D - 07343
Wurzbach-
Rodacherbrunn
Tel. 0049-36652/35365
Fax. 0049-36652/35367
Mail@hellgeth.de
www.hellgeth.de



Neuaufbau Modifikation Gebrauchtfahrzeuge Sonderanfertigungen

15 %). Bei jüngeren Skifahrern ist der Anteil höher.

- 49 % der Skier sind älter als 3 Jahre.
- 32 % der Ausleiher achten auf die Marke.
- Die Beratung im Geschäft ist der wichtigste Faktor, weshalb man sich für eine

Marke entschieden hat. An zweiter Stelle steht die persönliche Erfahrung.

Keine 2. Chance für den 1. Eindruck

Aus dem reichhaltigen Datenmaterial des

Mountain-Quality-Check führte Univ.-Prof. Dr. Kurt Matzler von der Johannes Kepler Universität in Linz eine sogenannte Regressions-Analyse (Rückzugsverhalten) durch. Dabei wurde bestätigt, dass der erste Eindruck sehr wichtig ist. Ärgert sich der Skifahrer z. B. über die Parkplatzorganisation, so wirkt sich diese Tatsache sofort um 12 % auf die Bewertung der Gesamtzufriedenheit aus. Dieser erste Eindruck beeinflusst die Bewertung der mit dem Parking unzufriedenen Skifahrer – bei Seilbahnen zu 21 %, schlechter Piste 15 %, Gastronomie 18 %, Fun&Action 18 % und die Mitarbeiter 17 % – stärker als bei jenen, die mit dem Parking zufrieden waren. Also Unzufriedenheit am Parkplatz ist durch die anderen Leistungen im Skigebiet kaum noch wett zu machen!

Power Point

Grafik 2:

100 %

ZUFRIEDENHEIT

100%ige Zufriedenheit zählt!

Eine weitere Analyse zeigt, dass von den Gästen, welche die Gesamtzufriedenheit mit 10 (also höchsten Wert) bewertet haben, 77 % das Skigebiet wieder besuchen werden. Dieser Wert sinkt eklatant, wenn diese Gesamtzufriedenheit „nur“ mit 9 bewertet wurde, auf knappe 14 %. Bei einer Bewertung 8 reduziert sich das weiter auf 5,4 %!!! (vgl Graphik Nr. 6)

Während für die Zufriedenheit – und in Folge auch das Weiterempfehlen – die Gastronomie am wichtigsten ist gefolgt von Piste und Mitarbeiter, so ist für die Entscheidung, das Skigebiet wieder zu besuchen, die Qualität der Pisten gefolgt von der Gastronomie entscheidend (Grafik 7).

Power Point

Grafik 3:

ZUFRIEDENHEIT &

LOYALTÄT

i Infos:

Mountain-Management Consulting Est.
Michael Partel

Industriering 591, FL-9491 Ruggell

Tel. +423(0)2 31/13 31

mpartel@mountain-management.com

www.mountain-management.com







SKI-KINDERGÄRTEN - SPIELECKEN - SPIELMATERIAL



Spiel + Schule
H.u.M. SCHORN Ges.m.b.H.

A-5310 Mondsee/Gewerbepark
Herzog-Odilo-Straße 101
Tel. +43 (0) 6232-5552 Fax 5554



Spiel + Schule
H.u.M. SCHORN Ges.m.b.H.

www.spielundschule.at

mail@spielundschule.at