
**DER VERKAUF VON EMOTIONEN
IST AUCH FÜR RICHARD BAUER,
MITAUTOR DES BUCHES „TOURISMUS
NACH COVID-19“, EIN WICHTIGER
BESTANDTEIL DES KÜNFTIG ERFOLG-
REICHEN STÄDTEMARKETINGS.**

**Wendepunkt für
Unternehmen**

Die Corona-Pandemie bedeutet für Bauer nicht nur die Unterbrechung eines Wachstumskurses, sondern vielmehr einen Wendepunkt für die Unternehmen. Für den Tourismusexperten liegt es nahe, dass es zu einer Beschleunigung eines Strukturwandels kommt. Denn der Tourismus – und insbesondere der Städtetourismus – wird sich deutlich langsamer erholen als allgemein angenommen. Österreich wird davon als Zweit- und Drittrahlsland besonders betroffen sein. Die Tourismusbetriebe werden nach Bauers Einschätzung frühestens 2023 die Umsätze von 2019 erreichen. Daher findet er es notwendig, bestehende Konzepte an die veränderten Marktanforderungen anzupassen. Eine reine Verstärkung des Marketings wäre zu kurz gegriffen, da dies bestenfalls temporäre Nachfrageeffekte erzielen kann. Die Chance für Tourismusunternehmen in der Stadt sieht Bauer vielmehr darin, sich mit einer Neuausrichtung für die Zeit nach der Krise gestärkt am Markt zu positionieren und ein attraktives Angebot für den Gast von morgen zu bieten.

Umbruchszeiten sollten genutzt werden, um sich zukunftsfit aufzustellen. Um in der Vielzahl an Hotels überhaupt wahrgenommen zu werden, sollten Betriebe einen Reiseanlass schaffen und damit potenziellen Gästen das Versprechen geben, ein einzigartiges Erlebnis zu erfahren. Gerade Stadthotels haben alle Möglichkeiten, um durch Produktgestaltung Gäste in die jeweiligen Lebenswelten der Städte mit allen Sinnen eintauchen zu lassen und so emotional zu erreichen. Gelingt dies, bleibt der Aufenthalt nachhaltig in Erinnerung und wird im Unterbewusstsein gespeichert. Insofern wird die strategische Produktentwicklung einer der wichtigsten Aspekte, um Gäste wieder ansprechen zu können und zu einem Aufenthalt im Stadthotel zu aktivieren. Das präzisiert Bauer folgendermaßen: „Ein kleines 3-Sterne-Innenstadthotel in Wien hat beispielsweise die Zeit genutzt, um sich auf neue Zielgruppen im Bildungsbereich mit langen Aufenthaltszeiten zu konzentrieren und durch gezielte Mitarbeiterentwicklung, das bislang über Plattformen abgewickelte Online-Marketing sowie den Vertrieb wieder selbst in die Hand zu nehmen.“

»
**UMBRUCHSZEITEN KÖNNEN
GENUTZT WERDEN, UM SICH
ZUKUNFTSFIT AUFZUSTELLEN.**

«

*Mag. (FH) Richard Bauer,
Buchautor und Tourismusexperte*



**TOURISMUS NACH COVID-19
BAUER | NEISS |
WESTREICHER | ZOLLES
128 SEITEN
LINDE VERLAG**

Dieses Buch zeigt, welche Möglichkeiten Orte, Regionen, Beherbergungsbetriebe und Attraktionspunkte haben, um sich für die Zukunft nach Corona bestmöglich aufzustellen. Ausgewählte Experten, wie Mag. (FH) Richard Bauer, beleuchten Schlüsselthemen eines zukunftsstarken Tourismus, die für eine erfolgreiche Neuausrichtung bedacht werden sollten.

