

WRB-Blog Nr. 16/16: Markus Lergier, Direktor Bern Tourismus, zum Thema: «Leistung vor Werbung»

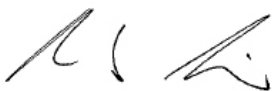


Der alte Leitspruch „Leistung vor Werbung“ hat noch immer seine Gültigkeit, er ist sogar aktueller denn je – auch im Tourismus. Sie können ein noch so gigantisches und professionelles Marketing aufziehen – wenn die Leistung, im Tourismus gleichzusetzen mit dem Begriff „Angebot“, nicht stimmt, nützt Ihnen das rein gar nichts. Mit anderen Worten: Wenn es keine Bären im BärenPark hat, nützt die beste Werbung dafür nichts.

Deshalb plädiere ich dafür, dass sich Tourismusorganisationen in Zukunft verstärkt und prioritär für die Angebotsentwicklung ihrer Destination einsetzen.

Die Angebotsentwicklung ist eine wesentliche Aufgabe einer Tourismusorganisation und von strategischer Bedeutung im modernen Tourismus. Das Angebot kommt vor der Vermarktung und muss stimmen. Meine Vision: Bern Tourismus, welches heute schon über das Knowhow verfügt, entwickelt sich noch stärker zum eigentlichen Kompetenzzentrum für die touristische Angebotsentwicklung. Bern Tourismus handelt als Anwalt des Gastes und schafft im Auftrag der Branche sowie der Behörden touristisch wettbewerbsfähige Angebote.

Um die Destination weiterzubringen, ist die Region Bern neben touristischen Ankerpunkten auf starke Angebote angewiesen. Diese erhöhen die Aufenthaltsdauer unserer Gäste und generieren damit touristischen Mehrumsatz und eine höhere Wertschöpfung. Wir müssen in diesem Bereich nicht im Stile von Shanghai oder Dubai explodieren, aber ein bisschen mehr Pep würde Bern gut tun.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'M. Lergier', written in a cursive style.

Markus Lergier
Direktor Bern Tourismus