

Die Piste am Handy

Die digitale Transformation ist in den Skigebieten angekommen. Zermatt übernimmt die Pionierrolle; Sölden auf Platz drei.

WIEN/ZÜRICH. Die Schweizer Beratungsfirma Atos Consulting hat in einer Analyse von 14 Destinationen das Potenzial der „digitalen Transformation“ alpiner Skiorte erfasst. Die Untersuchung umfasst nur zwei österreichische Skigebiete, bietet aber viel Information für jene, die sich für die digitale Verstärkung des Kundenerlebnisses interessieren.

Untersucht wurden insgesamt zwölf Großskigebiete in der Schweiz sowie zwei in Österreich mit mehr als 150 Pistenkilometern. Zentraler Untersuchungsgegenstand war dabei eine für einen Skifahrer typische Customer Journey, also: Recherche, Anreise, Skifahren, Mittagessen und Rückreise. Innerhalb dieser Journey wurden typische Anwendungsfälle wie beispielsweise „Welche Bahnen und Pisten sind aktuell geöffnet?“ oder „Kann ich Tickets online bzw. per App kaufen?“ hergeleitet und durch die Customer-Experience-Experten bewertet.

Mehr als das Pflichtprogramm

Den ersten Platz belegt das Skigebiet Zermatt mit einer Note von 4,9 (Höchstnote 6); der Walliser Skiort überzeuge mit einem hervorragenden Angebot auf allen digitalen Kanälen. So profitierten Besucher neben dem Pflichtprogramm mit Pistenplan, Wetterinfos und Ticket-



© Ötztal Tourismus/Philipp Horak

Platz
1

Zermatt

Der Sieger der Skigebietsstudie über Zermatt überzeugt „mit einem hervorragenden Angebot auf allen digitalen Kanälen“.

shop auch von einem Fahrplan der Bahnen, Gratis-WLAN sowie der App „Skiguide Zermatt“ – mit GPS-Navigation, Restaurant-Guide, Warnmeldungen, Tourenvorschlägen und vielem mehr.

Auch auf das Podest geschafft haben es Davos Klosters mit einer Note von 4,6 sowie Sölden (4,3). Davos Klosters punktet mit einer übersichtlich aufgebauten Website, die „eine durchgängige User-Experience“ biete. Des Weiteren überzeugt der Skiort mit einem Live-Status der Pisten auf der mobilen App oder dem Live-Support via WhatsApp. Sölden wiederum präsentiert sich mit einer modernen Website und durchgängig konzipierten App. Hervorgehoben werden die interaktive Ortskarte sowie die Tatsache, dass „die Customer Experience auch integrierte Angebote umfasst, die nicht strikt mit dem Wintersport zu tun haben“. Die rote Laterne geht an den Skiort Samnaun mit einer Note von 1,9: keine mobile App und keine Präsentation des Gesamtangebots auf einer Website.

Sölden

Das Skigebiet im Ötztal konnte als bestes Skigebiet aus Österreich in dieser Analyse abschneiden. Sölden habe erkannt, „dass die Customer Experience auch integrierte Angebote umfassen muss, die nicht strikt mit dem Wintersport zu tun haben“.

Noch viel Luft nach oben

Häufig genannte Kritikpunkte der Analysten: Oft werden Web-Inhalte noch zu bedienungsunfreundlich dargestellt. Die Inhalte sind meist schlecht strukturiert und gruppiert, zudem werden sie auf mobilen Geräten verkleinert wiedergegeben. Die Navigation gestaltet sich damit zu einer harten Nuss: Informationen lassen sich nur schwierig finden und sind auf mobilen Geräten kaum lesbar. Zudem weisen in den meisten Fällen die mobilen Webseiten signifikant weniger Inhalte auf, als dies die Desktop-Versionen tun – ein Bereich, der klares Verbesserungspotenzial aufweise. „Die allermeisten Resorts haben erkannt, dass mobile Angebote für die Kunden geschaffen werden müssen – sei es mittels einer ‚responsive‘ Website oder einer ‚nativen‘ App“, beurteilt Studienleiter Daniel Truninger die Digitalisierungssituation der Skigebiete. Erfreulich sei etwa, dass bei den meisten Skidestinationen zumindest die Skipässe online gekauft werden können. Es gäbe jedoch noch viel Potenzial. (sb)

Digitalisierungsgrad

Rang	Skigebiet	Land
1	Zermatt	CH
2	Davos Klosters	CH
3	Sölden	A
4	Saas Fee	CH
5	Flims Laax Falera	CH
6	Gstaad Mountain Rides	CH
7	Portes du Soleil	F/CH
8	Lenzerheide	CH
9	St. Anton am Arlberg	A
10	Adelboden	CH
11	Jungfrau	CH
12	St. Moritz Corviglia	CH
13	4 Valleés	CH
14	Samnaun	CH

Quelle: Atos



© AFP/Abance Collini