

Tirolern weiterhin Gäste



Das **Ayurveda-Resort** in Thiersee verzichtet bewusst auf bestimmte Gäste

beigestellt

AUSSERGEWÖHNLICHE KONZEPTE

■ **Baumhotel:** Übernachten in Baumhäusern im Waldviertel. www.woodbacker.at

■ **Biohotel:** Der Gralhof am Weisensee bietet Urlaub für biobegeisterte Jazzfans. www.gralhof.at

■ **Geschäftslokal:** Leerstehende Gassenlokale, umgemodelt zu Boutique-Lofts. www.urbanauts.at

■ **Hundehotel:** Das Hotel Grimming in Rauris bietet diverse Inklusivleistungen für Hunde gratis an: von einer Dogs Lounge über eine Hundedusche bis zum Futterservice. www.hotel-grimming.com

■ **Kanalrohre:** Im „dasparkhotel“ im oberösterreichischen Ottensheim übernachtet man in Kanalrohren und zahlt nach dem „pay as you wish“-Konzept das, was man möchte. www.dasparkhotel.net

■ **Kellerstöckl:** Nächtigen mitten in südburgenländischen Weinbergen. www.suedburgenland.info

■ **Kunsthôtel:** Der Eigentümer des Hotel Hirschen im Bregenzerald in Vorarlberg hat sein Hotel zu einem Kunsthôtel umgestaltet: Sei-

ne persönliche Kunstsammlung ist über alle Gästezimmer verteilt. www.hotel-hirschen-bregenzerald.at

■ **Nonseum:** Ein Museum mit 487 grenzgenialen Erfindungen, die eigentlich niemand braucht. www.herrnbaumgarten.at

■ **Pop-up-Hotel:** Das Hotel Konkurrenz in in Bad Kleinkirchheim ist Teil des Kunst-Wander-Konzepts [nock/art](http://www.nockart.at). www.nockart.at

■ **Retro-Radl-Rast:** Die Pension Drahteselböck in Rust am See. www.drahteselboeck.at

■ **Single-Hotel Aviva:** Ein speziell auf Singles und Alleinreisende ausgerichtetes Hotel im Mühlviertel. www.hotel-aviva.at

■ **Triathlonhotel:** Der Mohrenwirt in Fuschl am See ist speziell auf Sportler ausgerichtet - mit Trainings, Radservice und Wäscheservice für Sportgewand. www.mohrenwirt.at

■ **Wohnwagen:** Nächtigen in einem US-Wohnwagen mitten in Wien. www.hoteldaniel.com

Analyse. Was Touristiker vom Silicon Valley lernen können

Lange galten im Tourismus zwei ziemlich schicksalhafte Lenkungskräfte: gutes Wetter und schlechtes Wetter. Erst dann zählten die natürlichen Ressourcen. Lag man in schneesicherer Umgebung, konnte man beinahe nichts falsch machen. Lag man unmittelbar an einem oder, gefühlt, „in der Nähe“ eines badbaren Gewässers, detto. Entsprechend gestaltete sich das touristische Angebot und entwickelten sich die Auslastungskurven.

Trotz alledem gab es schon immer mutige touristische Konzepte. Meist in Regionen geboren, die nicht oder nicht mehr in tou-

ristischer Hauptlage angesiedelt waren. Wie der Taubenkobel in Schützen, der Gralhof am Weisensee, die St. Martins-Lodge im Seewinkel oder das Hotel Wiesler in Graz. Was all diesen „anders“ gemachten Konzepten gemein ist: Über sie erzählt man sich wie von selbst hoch verkaufsfördernden Geschichten, und sie schaffen es damit auch regelmäßig in die internationalen Magazine. Ihr wirkliches Geheimnis: Hinter ihnen werken leidenschaftliche, von der Idee besessene Unternehmer, die sich weder durch Trends noch durch uns Berater vom Weg abbringen lassen. Und

die das mit aller Konsequenz durchziehen.

Wandelbare Konzepte

Dasselbe Prinzip verfolgt übrigens das Silicon Valley. Nur viel schneller und kapitalintensiver. Das Valley-Prinzip - die disruptive, revolutionäre Innovation - lässt so immer mehr saturierte Branchen alt aussehen. Jetzt auch den Tourismus. Siehe Airbnb oder Uber, die unsere Art, zu nächtigen oder Taxis zu nutzen, gerade auf den Kopf stellen. Und auf die man als Branchenreflex gerne grundlegend ablehnend reagiert. Wenn die Idee und Leiden-

schaft aber immer stärker zu touristischen Ressourcen werden, dann steht auch hier ein Wandel bevor, der neuen Wegen Tür und Tor öffnen wird. Und der bisher als sicher geglaubte Konzepte gnadenlos hinter sich lassen wird. Sie haben noch keine starke, mutige, neue Idee? Dann sollten Sie selbst eine Reise tun: z.B. zur Inspiration ins Silicon Valley.

Fotlin

MARKUS
PETZL
Markenberater
GF Rebranding Institut

