

Erlebniskette Skischulgast



Erlebnisorientierte Gästebetreuung in den Schweizer Skischulen Begeisterte Gäste und Magic Moments

Vorwort

Riet R. Campell, Direktor SSSA

Versuche, dich an ein positives oder negatives Erlebnis aus deinen letzten Ferien zu erinnern. Hast du deinen Freunden davon erzählt?

Weisst du noch, welche deiner Sinne dieses Erlebnis angesprochen hat? Sehen, Hören, Tasten, Fühlen, Riechen, Schmecken? Entstand dadurch für dich ein Wow-Effekt, ein sogenannter Magic Moment? Fand dieses Erlebnis vor, während oder nach deinen Ferien statt? Nimmst du bei der Erlebnisgestaltung eine aktive oder eine passive Rolle ein?

Das nebenstehende Unterrichtsmodell haben wir in den vergangenen Jahren behandelt und in die Praxis umgesetzt. Im nächsten Schritt wollen wir nun auch das «Ambiente» – also das Erlebnis, welches im Zentrum des Unterrichts steht – durchleuchten, wobei die eingangs aufgeführten Fragen von grosser Bedeutung sind. Mit Blick auf die Erlebniskette wollen wir in den kommenden Jahren gemeinsam mit unseren Lehrern, Schulen und Destinationen für unsere Gäste nebst dem eigentlichen Unterricht mehr Erlebnisse und Magic Moments bereithalten.

Den Startschuss dafür gibt die vorliegende Academy Nr. 29, die in all unseren Aus- und Weiterbildungskursen behandelt wird.

Ich wünsche dir bei der Umsetzung des Erlebnismodells ganz viele Wow-Effekte.

Unterrichtsmodell

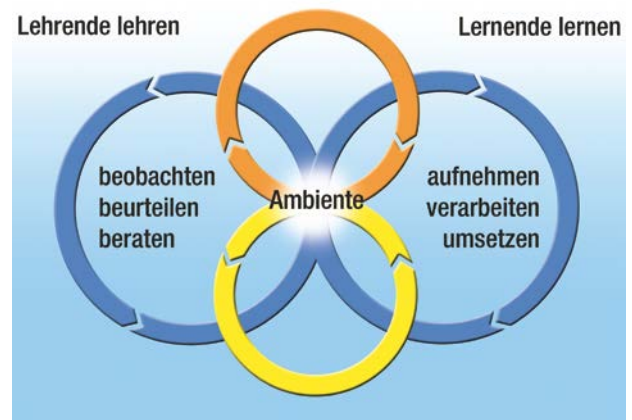


Abb. 1: Unterrichtsmodell Lehrmittelserie 2010

2 Erlebnisse = zentraler Erfolgsfaktor im Schweizer Tourismus

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Vorwort	1
Erlebnisse = zentraler Erfolgsfaktor im Schweizer Tourismus	2
Tourismusmarketing = Erlebnismarketing	3
Erlebnisse und Magic Moments	4
Begeisterte Gäste und Magic Moments in den Schweizer Skischulen	5
Deine Magic Moments	9
Einführung in die Unterrichtspraxis	11
Praxisbeispiele	14
Schlusswort, Bibliografie und Impressum	16

Erfolgreiche Skischulen und Schneesportlehrer ermöglichen ihren Gästen möglichst viele positive Erlebnisse und lassen sie Teil einer (Erfolgs-)Geschichte werden. Mit positiven Erlebnissen gelingt es, die Gäste für den Ski- und Snowboardunterricht und für das Ferienland Schweiz zu begeistern und die Diskussion um das Preisniveau in der Schweiz in den Hintergrund zu drängen. Die Ansprüche der Gäste steigen laufend. Unter Qualität versteht der Gast heute nicht mehr nur einfach eine gute Infrastruktur wie beispielsweise ein sauberes Hotelzimmer oder das Swiss Snow Kids Village. Eine besonders wichtige Rolle spielen Erlebnisqualität und Erlebniswert.

Durch Erlebnisse werden Produkte einzigartig, der Gast wird emotional angesprochen und es entsteht eine Bindung zwischen ihm, den Schneesportlehrern, den Schweizer Skischulen und sogar der Destination.

Qualitätsdimensionen im Tourismus

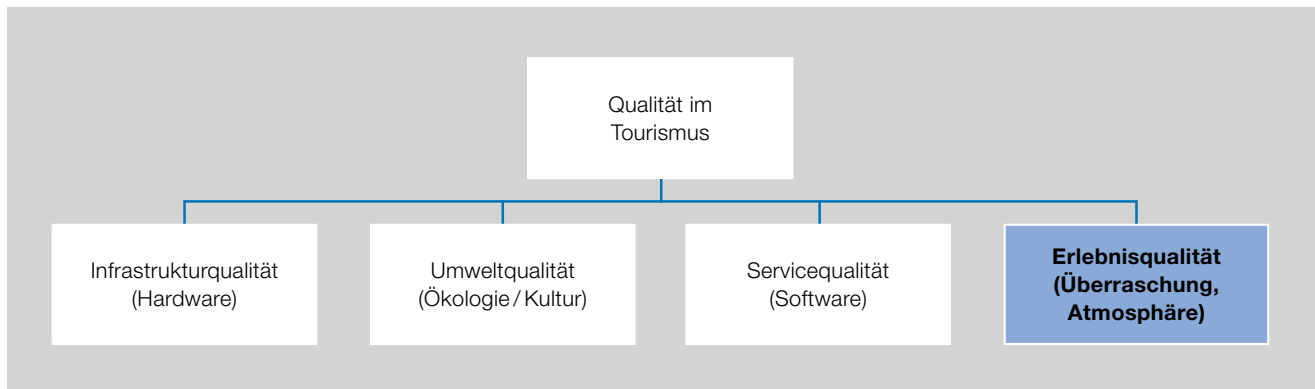


Abb. 2: Qualitätsdimensionen und ihre Bereiche



Foto: Urs Affolter

Gäste suchen für die Ferien das Andersartige, das Besondere, den Gegenpol zum Alltag. Ihre Sichtweise wird oft durch nostalgische, klischeehafte Bilder geprägt. Sie lassen sich durch Geschichten ansprechen, die sie gerne selber erlebten. Dabei geht es vielfach um Erlebnisse in Form von Begegnungen, die Erbringung eigener Leistungen, die Wertschätzung gegenüber der eigenen Person sowie Aufenthalte in unberührten Naturlandschaften.

Das touristische Erlebnismarketing wird schwerpunktmässig bei Erfüllung der Dienstleistung und in der Kommunikation umgesetzt. Die Dienstleistungen (z. B. ein Essen in einem Restaurant) werden mit Erlebniswerten angereichert (z. B. mit einem Besuch beim Bauern, der den im Restaurant konsumierten Käse herstellt). Dadurch entsteht eine Geschichte, die der Produktdifferenzierung dient und auch bei der Kommunikation als Storytelling verwendbar wird. Menschen mögen Geschichten, und je mehr Emotionen eine Geschichte auslöst und zu begeistern vermag, desto enger wird die Kundenbindung, verliert der Preis an Bedeutung und wächst die Weiterempfehlungsrate. Hier helfen die sozialen Medien wie etwa Facebook und Instagram für eine rasche Verbreitung im Familien- und Freundeskreis.

Die Gäste identifizieren sich im genannten Beispiel mit dem Hotelier und dem Bauern. Der Schneesportlehrer eignet sich im Rahmen des Ski- und Snowboardunterrichts als Erzähler von Geschichten, die die Gäste zum Staunen bringen, sie überraschen und selbst Teil der Erfolgsgeschichte werden lassen.

Der Erlebnisfinder

Schweiz Tourismus richtet sich neu konsequent auf Erlebnismarketing aus. Im April 2017 hat man deshalb den «Erlebnisfinder» initiiert. Mit dieser Erlebnis-Datenbank erhalten nationale und internationale Gäste einfachen Zugang zu über 700 einzigartigen und unvergesslichen Erlebnissen, die von lokaler Identität und regionaler Kultur geprägt sind. So können Gäste mit lokalen Fischern auf dem Bodensee die Netze selber auswerfen und den Fisch gleich anschliessend im Restaurant zubereiten lassen und geniessen. Oder man lässt sich von den Butterfrauen der Riederalp in die Welt der alpinen Butterproduktion einweihen.

(www.myswitzerland.com/de-ch/gefuehrte-touren.html)



Foto: Mario Curti

4 Erlebnisse und Magic Moments

Emotionen sind der grösste Antrieb für Verhalten und Motivation, da sie den Angeboten Wert und Bedeutung vermitteln. Sie steuern, bewerten und lösen 70 bis 80 Prozent aller unbewussten Entscheidungen aus (z. B. Buchungen, Kauf von Dienstleistungen).

Emotionen entstehen über die Sinne (siehe Abb. 4), das Wohlgefühl, Erinnerungen oder über soziale Kontakte. Aus einem Bündel von Emotionen entspiessen Erlebnisse.

Ein Erlebnis ist ein spezielles emotionales Ereignis, welches sich vom Alltäglichen, Normalen abhebt. Aufgrund seiner Bedeutsamkeit bleibt es nachhaltig in Erinnerung. Erlebnisse sind bewusste, aber vielfach auch unbewusste Reaktionen und Empfindungen auf verschiedene äussere sowie innere Reize, welche positiv oder negativ sein können (z. B. Freude, Faszination, aber auch Angst) und individuell verschieden wahrgenommen werden.

Der Mensch nimmt die Welt über die Sinne wahr (Sehen, Hören, Tasten, Fühlen, Riechen, Schmecken). Werden alle diese Sinne gleichzeitig aktiviert, spricht man von «emotionaler Wirkungsexplosion».

Wichtigster Sinn ist das Sehen; es überstimmt die anderen vier Sinne. Dazu sind starke Schlüsselreize mit emotionalen Bildern nötig. Über Töne respektive das Hören kann die Wirkung von Bildern verstärkt werden.

Dies kann passiv (Musik als Hintergrund) oder aktiv (durch Zuhören) erfolgen.

Die Mehrheit der Emotionen wird durch den Geruchssinn ausgelöst – insbesondere deshalb, weil sich der Geruchssinn nicht ausschalten lässt. Zudem verknüpfen wir Gerüche mit Erinnerungen (z. B. die Assoziation von Glühwein und Winterwelt).

Somit kommt unserem Geruchssinn bei der Entstehung von Emotionen eine grosse Bedeutung zu.

Die Gestaltung positiver Erlebnisse über die Ansprache verschiedener Sinne wird z. B. in Einkaufszentren längst erfolgreich angewandt (z. B. Geruch frischer Backwaren, Farbkonzept, Musik, Möblierung und Dekoration etc.).

Tendenziell am meisten Begeisterung beim Gast lösen Erlebnisse aus, die unerwartet eintreten, mehrere Sinne involvieren und den Gast in einer aktiven Rolle teilhaben lassen.

Als **Magic Moment** wird ein «magischer oder verzauberter Augenblick», also ein unvergessliches, positiv gesteigertes Erlebnis bezeichnet. Vielfach steht dieser Begriff auch für den Wow-Effekt, d. h. für denjenigen Moment, in welchem etwas Überraschendes, anderes, Unerwartetes, ganz Besonderes passiert, das die eigenen Erwartungen weit übertrifft.

Erlebte Leistungen in der Schweizer Skischule

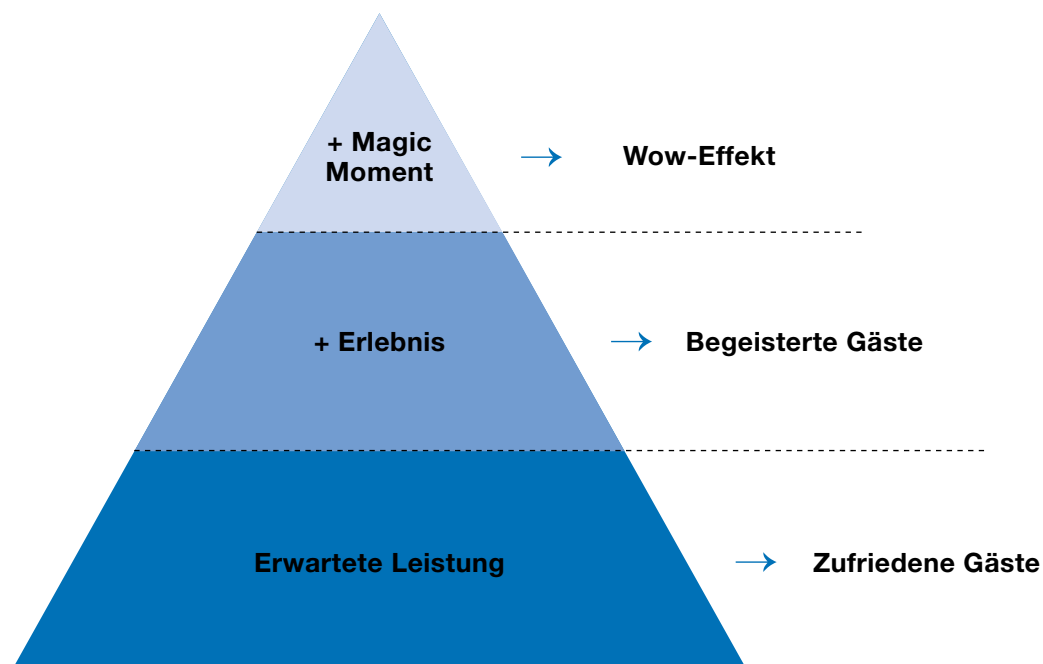


Abb. 3: Gäste begeistern

Mit speziellen Erlebnissen können Skischulen und Schneesportlehrer die Gäste begeistern und sie als Stammgäste und wirkungsvolle Botschafter gewinnen, die im Bekanntenkreis neue Gäste für den Ski- und Snowboardunterricht mobilisieren.

Der Frage, wie das zu erreichen ist, und welche Vorkehrungen zu treffen sind, wird sich SSSA zusammen mit den Schneesportlehrern und den Schweizer Skischulen in den nächsten Jahren widmen.

Damit sollen wichtige Voraussetzungen für eine erfolgreiche Zukunft der Schweizer Skischulen und für die Ski- und Snowboardlehrer geschaffen werden.

Ein erster Schritt wird der Analyse des bestehenden Angebots und der Gästewünsche dienen, damit sich die Potenziale für positive Gästeelebnisse oder gar Magic Moments definieren lassen.

Erlebniswertsteigerung und Erlebniskette

Begeisterte Gäste benötigen zwingend begeisterte Schneesportlehrer, denn zwischenmenschliche Kontakte sind die wichtigste Quelle für Erlebnisse.

Grundsätzlich ist der Kontakt zwischen Skischule, Schneesportlehrern und Gästen so zu gestalten, dass die Gäste Freude am Ski- und Snowboardfahren, aber auch am Besuch der Skischule empfinden. Die Kontaktpunkte der Gäste folgen einem generellen Ablaufschema, der sogenannten Erlebniskette des Skischulgasts (siehe Titelseite und Abb. 5).

Entlang dieser Erlebniskette müssen möglichst vielversprechende Voraussetzungen dafür geschaffen werden, dass die Gäste viele positive Erlebnisse erfahren. Der wahrgenommene Erlebniswert ergibt sich aus der Summe der Gästeelebnis-Bestandteile in den einzelnen Phasen.



Foto: Mario Curti

Unsere Sinne bzw. Wahrnehmungskanäle

visuell	akustisch	taktil	kinästhetisch	vestibulär	olfaktorisch	gustatorisch
Augen	Ohren	Haut	Muskeln, Sehnen, Gelenke	Innenohr	Nase	Mund/Zunge
Sehen	Hören	Tasten / Fühlen	Fühlen	Fühlen	Riechen	Schmecken
<ul style="list-style-type: none"> - Bilder - Menschen - Landschaft - Räume - ... 	<ul style="list-style-type: none"> - Worte - Töne - Musik - Geräusche - ... 	<ul style="list-style-type: none"> - Berührungen - Hautkontakt - Temperatur - ... 	<ul style="list-style-type: none"> - Richtung und Geschwindigkeit der Bewegung - Stellung der Gelenke - Muskelspannung - Ausmass der Muskelkraft für eine Bewegung - ... 	<ul style="list-style-type: none"> - Gleichgewicht - Orientierung im Raum - Beschleunigung - ... 	<ul style="list-style-type: none"> - Duftstoffe - ... 	<ul style="list-style-type: none"> - Lebensmittel - ...

Abb. 4: Erlebnisse sprechen unsere Sinne an

Erlebniskette Skischulgast

Vor dem Unterricht steht die erlebnisorientierte Kommunikation im Vordergrund. Es geht darum, den Gast auf der emotionalen Ebene anzusprechen, seine Aufmerksamkeit zu erregen, ihm alle relevanten Informationen zu vermitteln, einen für ihn erlebnisreichen individuellen Unterricht zu planen und ihn so zum Buchen anzuregen (z. B. auch durch die Verwendung von Social-Media-Kanälen).

Ist der Gast einmal vor Ort oder bei der Schweizer Skischule, gibt es verschiedene Kontaktpunkte: im Skischulbüro, am Treffpunkt, **während** des Unterrichts, in den Pausen oder auch bei Events und Rahmenprogrammen. Punkte können mit einer erlebnisreichen Gestaltung des Skischulbüros (Farben, Dekoration, Musik, Ausschilde- rung von Parkplätzen etc.) und des Treffpunkts (z. B. Swiss Snow Kids Village, Sitzgelegenheiten, WC-Anlagen, Warteschlangen-Management) gewonnen werden. Ab dem ersten Treffen am Sammelpunkt kommt dem Schneesportlehrer eine zentrale Rolle zu, denn hier startet die direkte Interaktion mit den Gästen. Diese zwischenmenschlichen Kontakte sind die wichtigste Quelle für positive Erlebnisse.

Bei der Arbeit auf dem Schnee ist zudem das Unterrichts- konzept für die Qualität und das Erlebnis «Freude am Schneesport» mitverantwortlich. Zur Verlängerung und Intensivierung der Wirkung sollte die **Nachbetreuung** (Gästepflege) stärker als bisher gewichtet werden.

Beispiele für Überraschungen in der Nachbetreuung:

- Abschluss-Souvenir für den Gast
- Versand von Videos und Bildern vom Schnee-Erlebnis
- Übermitteln einer Schnee-Erinnerung im Sommer, die beim Gast die Lust auf den Winter weckt
- Einladung des Gasts zu Events, z. B. «Season Opening»
- Versand von Geburtstagsgrüssen an den Gast

Die einzelnen Phasen in der Erlebniskette



Abb. 5: Erlebniskette Skischulgast

Erlebnismodell

Zentral für die Begeisterung des Gasts sind die Gestaltung des Unterrichts und des Umfelds sowie das Verhalten der Schneesportlehrer.

Erlebnisse lassen sich mit Hilfe von zwei Dimensionen einteilen.

1. Dimension: Art der Beteiligung des Gasts am Erlebnis (**aktiv oder passiv**)
2. Dimension: Art der Wahrnehmung des Erlebnisses (**Aufnahme oder Eintauchen, d. h. kognitiv/Gehirn oder emotional**)

Anhand der Dimensionen lassen sich die vier folgenden Erlebniskategorien unterscheiden. Diese sind **Unterhaltung / Entertainment, Bildung, Ästhetik und Realitätsflucht**.

Da die Wahrnehmung von Erlebnissen sehr persönlich und subjektiv ausfällt, ist deren Gestaltung auf jeden jeweiligen Gast individuell auszurichten.

Starke Erlebnisse kombinieren in der Regel Elemente aus allen vier Kategorien, sehen den Gast in einer aktiven Rolle, sprechen verschiedene Sinne an und geschehen unerwartet.

Grundsätzlich empfiehlt es sich, die Spannung mit mindestens einer Überraschung und einem definierten Höhepunkt pro Tag aufzubauen (z. B. die sichere Abfahrt auf einer bestimmten Piste und die damit einhergehenden Lernerfolge mittels Fotos/Videos dokumentieren).

Erlebnismodell ergänzt mit Beispielen der Schweizer Skischulen

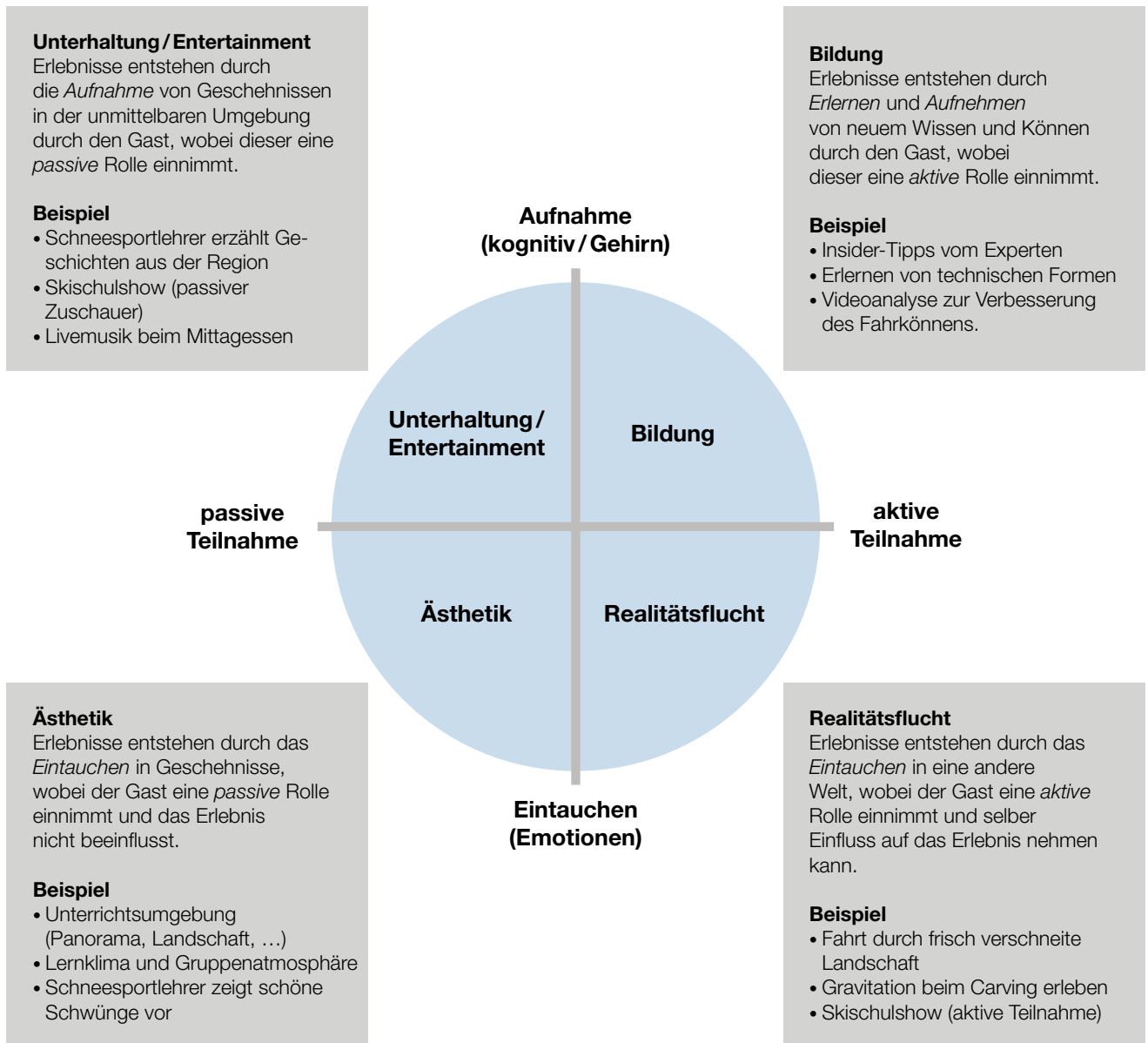


Abb. 6: Erlebnismodell (nach Pine/Gilmore, 1998)

Einflussfaktoren auf die Erlebnisintensität

Erlebnisse werden von unterschiedlichen Faktoren beeinflusst.

Gastbezogene Faktoren:

- Persönlichkeitseigenschaften
- Einstellungen
- Erfahrungen
- Erwartungen
- Wohlbefinden
- Offenheit und Involvement
- demografische und kulturelle Merkmale
- soziales Umfeld

Skischul- und schneesportlehrpersonbezogene Faktoren:

- Schulkonzept
- Freundlichkeit
- Zuverlässigkeit
- Angebotspalette
- Qualität
- Räumlichkeiten/Setting
- Technik
- Setting am Treffpunkt, Wartezonen, Skischulbüro
- WC

Situative Faktoren:

- Warte- und Pausenzeiten
- Wetter
- Anwesenheit anderer Gäste
- Atmosphäre/Ambiente
- Information/Beschilderung
- Restauration/Verpflegung
- Pistenangebot
- Anzahl Personen im Skigebiet

Nicht alle äusseren Einflussfaktoren können bewusst gesteuert werden, etwa das Wetter, die Anzahl anderer Gäste im Skigebiet oder der Gesundheitszustand. Da sich ein Erlebnis aus vielen verschiedenen Aspekten zusammensetzt, müssen wir unsere Gäste genau kennen (nachfragen und beobachten). Dabei geht es immer um individuelle Interaktionen entlang aller Kontaktpunkte, also um alles, was dem Gast mit der Skischule oder den Schneesportlehrern widerfährt, wie wir mit ihm kommunizieren und ihm begegnen.

Es gibt kein «Kochbuch für besondere Erlebnisse». Erlebnisse sind von vielen nicht umfassend beeinflussbaren Faktoren abhängig. Es geht darum, ein erlebnisbegünstigendes Umfeld zu schaffen. Die Intensität und die Art des Erlebnisses bestimmt der Gast ganz individuell. **Denn nur was ihn persönlich berührt, begeistert ihn!**

Magic Moments

Ob es den Schneesportlehrern gelingt, bei ihren Gästen den Wow-Effekt auszulösen, also einen Moment zu schaffen, bei welchem ihre Erwartungen durch Überraschendes, anderes, Unerwartetes, Spezielles übertroffen werden, entscheiden oft Details wie eine ganz besondere und unerwartete Begrüssung/Verabschiedung oder kleine Aufmerksamkeiten zwischendurch. Auch nicht beeinflussbare Aspekte wie spektakuläre Sonnenauf- und -untergänge oder das Fahren in frischem Schnee können individuelle magische Momente auslösen.

#mymagicmoment

Lieber Schneesportlehrer: Sammle deine persönlichen Magic Moments und lasse Gäste und Schneesportlehrerkollegen an deinen unvergesslichen Erlebnissen teilhaben.

Weitere Informationen zur Verwendung #mymagicmoment sind auf den nächsten Seiten und in der Fachzeitschrift zu finden.



Sende Fotos oder Videos deiner Magic Moments via WhatsApp an 079 840 54 33.



Teile deine Magic Moments mit den Gästen auf der Facebookseite «Swiss Ski Schools» und versehe den Beitrag mit dem Hashtag #mymagicmoment.



Poste deine Magic Moments mit dem Hashtag #mymagicmoment auf Instagram.



Deine Magic Moments als Schneesportlehrer/in

Verwöhne dich und deine Gäste
mit unvergesslichen Erlebnissen.
Sammele deine persönlichen **Magic
Moments** und teile sie
mit uns.

#mymagicmoment



Was sind Magic Moments?

Als Magic Moment wird ein
«magischer oder verzauberter Augenblick»,
also ein unvergessliches, positiv gesteigertes Erlebnis bezeichnet.
Tendenziell am meisten Begeisterung beim Gast lösen Erlebnisse aus,
die unerwartet eintreten, mehrere Sinne involvieren
und den Gast in einer aktiven Rolle teilhaben lassen.

Meine Magic Moments festhalten

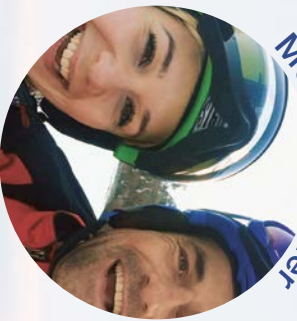
Halte deine
Magic Moments
auf der
Rückseite fest

Teile deine
Magic Moments
bis Ende Saison
biss Swiss Snowsports mit.
Sende Fotos & Videos
via Whatsapp an
079 840 54 33

Teile deine
Magic Moments
mit den Gästen
auf der Facebookseite
«Swiss Ski Schools»
und Instagram
#mymagicmoment

Unter allen eingesen-
deten Magic Moments
verlosen wir ein Ski-
weekend
für 2 Personen
alles inklusive





Melanie Fekner

«Am dritten Tag in der Skischule konnte ich mit der **höchsten Metro der Welt** fahren, welche mich auf den höchstgelegenen Punkt in Saas-Fee brachte.»



Fanni Csaki

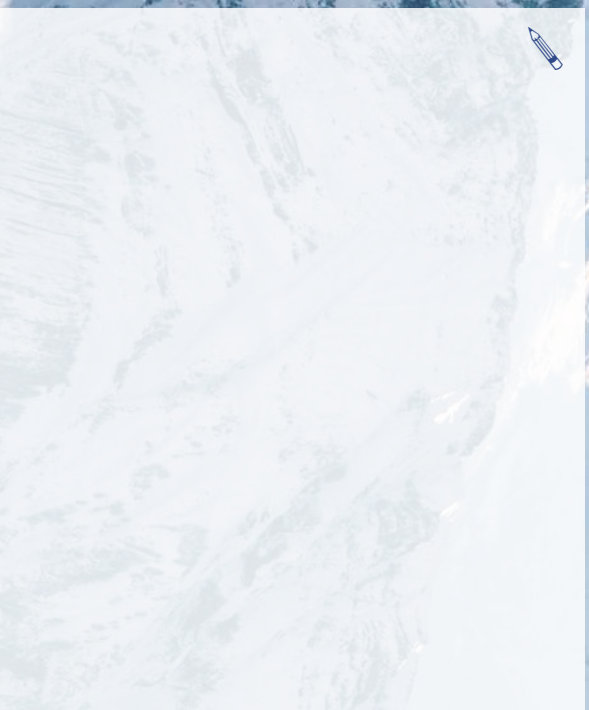
«Das Skifahren war eine ganz besondere Erfahrung und fasziniert mich. Es lässt mich den **Alltag vergessen und schenkt ein Gefühl von Freiheit.**»



Gianmarco Pani
JIM KLOS

«**Die erste Abfahrt** und das Bewusstsein, dass ich gut bremsen konnte. Hans, mein Skilehrer, ist eine sehr nette Person, wir sind auch über den Unterricht hinaus in Kontakt geblieben.»

Magic Moments, die ich meinen Gästen ermöglicht habe:



Planung im Schneesport

Der Planungskreislauf hilft, dem Bedürfnis des Gasts nach Erlebnissen gerecht zu werden. Dabei sollen seine Bedürfnisse bei jedem Planungsschritt individuell ins Zentrum gestellt werden.

Eine hohe Qualität im Unterricht wird durch eine umfassende, stets der aktuellen Situation angepasste Planung erzielt.

Planungskreislauf

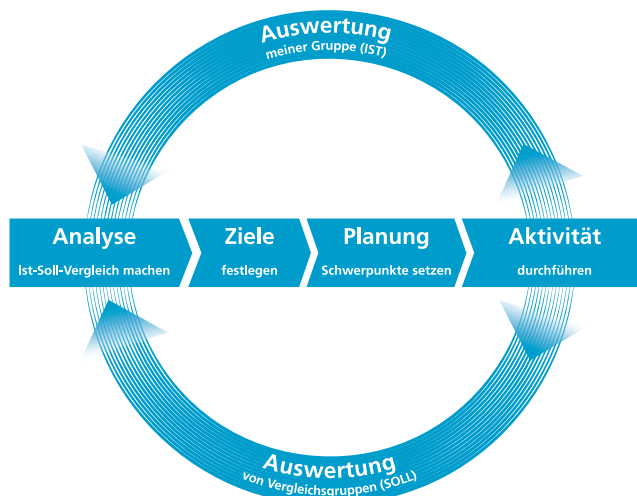


Abb. 7: Der Planungskreislauf von Jugend+Sport. In Anlehnung an das Planungsmodell der Trainerbildung Schweiz (nach Bürgli/Fuchslocher, 2007)

Bei der Planung hilft das Bewusstsein, dass das Erlebnis Schneesportunterricht für den Gast dann **intensiver und nachhaltiger ist**, wenn er im Unterricht

- auf eine Lehrperson mit einer positiven, fröhlichen Ausstrahlung trifft.
- aus allen vier Kategorien kombinierte Erlebnisse sammelt.
- das Unerwartete erlebt.
- selbst aktiv mitwirkt.
- mit mehreren seiner Sinne involviert wird.

Analyse von Gästebedürfnissen

Die Vornahme einer Gästebedürfnisanalyse setzt zwingend eine exakte Standortbestimmung voraus. Diese kann auf passenden Fragestellungen und/oder Beobachtungen basieren.

Im Dialog mit dem Gast wird analysiert, in welchen Erlebniskategorien (siehe Abbildung 6) seine stärksten Bedürfnisse liegen.

Mögliche Fragen:

- Was möchte der Gast im technischen Bereich lernen? Welche Fähigkeiten möchte er sich am Ende angeeignet haben?
- Welche Pistenart bevorzugt er?
- Verpflegung: Welche Speisen mag er und welche Art Restaurant gefällt ihm?
- Wie spricht er auf Videos als Lehrmittel oder Andenken an? Hat er Freunde oder Angehörige, denen er Videos zeigen möchte?
- Hat er spezifische Wünsche für die Tagesgestaltung?
- Verbringt er seine Ferien mit Freunden oder Angehörigen? Möchte er sein Mittagessen mit ihnen teilen, wodurch fixe Termine bestehen?
- Gibt es bestimmte Orte – z. B. mit einer unvergesslichen Aussicht – die er besuchen möchte?

Oftmals bewährt sich auch die Strategie, dem Gast Vorschläge zu unterbreiten und seine Motivation dafür zu erfragen.

Nur eine treffende **Analyse** der Gästebedürfnisse erlaubt eine angemessene individuelle **Zieldefinition**, die – über **Planung** und **Aktivität** führend – das Erlebnis Schneesportunterricht zum Erfolg werden lässt. Die in der anschliessenden Auswertung gewonnenen Erkenntnisse sollen schliesslich zu weiteren Tätigkeiten führen.

Gästebedürfnisorientierte Zieldefinition

Das Akronym SMART dient als Eselsbrücke für die wichtigsten Punkte der Zieldefinition:

Spezifisch
Messbar
Atraktiv
Realistisch
Terminiert

Während das Hauptziel mit dem Gast zusammen definiert wird, setzt sich die Lehrperson zusätzliche angemessene Ziele, die sich an den vier Erlebniskategorien orientieren. Da die Ziele individuell auf die Gastbedürfnisse auszurichten sind, werden sie stets auch aus der Sicht des Gasts formuliert.

Mögliche Fragen:

- Habe ich treffende Zielsetzungen in allen Erlebniskategorien nach «SMART» definiert?
- Bin ich dabei auf die individuellen Bedürfnisse meines Gasts eingegangen?

Erlebnisplanung im Schneesportunterricht

Die Zielsetzung in verschiedenen Erlebniskategorien macht die Planung des Unterrichts noch individueller.

Mögliche Fragen:

- Wo treffe ich meinen Gast? Wie gestalte ich seinen ersten Eindruck von mir?
- Welche allgemeinen Fragen stelle ich eingangs, um das Eis zu brechen?
- Wann platziere ich welche Höhepunkte/Überraschungen?
- Wann und wie setze ich die Tagesziele mit meinem Gast um, und wie erfolgt deren Kontrolle?
- Wie wähle ich für die gesetzten Ziele geeignete Pisten aus?
- Wo im Gebiet bestehen optimale Bedingungen für die Zielerreichung?
- Spreche ich mehrere Sinne an?
- Womit kann ich meinen Gast überraschen?
- Passt die Gruppenorganisation mit Blick auf Ziel und Gast?
- Fühlt sich mein Gast durch die Art meiner Fragestellung angesprochen?
- Ist der Einsatz von Fotos und Videos zielführend?

Erlebnis Schneesportunterricht (Aktivität)

«Mögliche Erlebnisse zu erkennen erfordert Aufmerksamkeit.»

Eine aufmerksame Lehrperson ermöglicht eine hohe Anzahl an Magic Moments und somit eine positive Nutzung aktueller Erlebnissituationen.

Wichtig bei der Aktivität ist das stetige Beobachten und Überprüfen der

- aktuellen Situation.
- definierten Ziele und der Planung.
- individuell besprochenen wie auch unbesprochenen Bedürfnisse.

Mögliche Fragen:

- Erfordert die aktuelle Situation eine Anpassung der Planung?
- Spricht mein Gast auf die gewählte Unterrichtsmethode an?
- Bestätige ich das Erlebte ausreichend positiv, ohne dabei zu übertreiben?
- Nimmt mein Gast mit einem seiner Sinne besonders gut auf?
- Kann ich unausgesprochene Bedürfnisse meines Gasts erkennen und darauf reagieren?
- Fühlt sich mein Gast wohl in meiner Anwesenheit?
- Ist mein Gast gleichermaßen motiviert und erfreut?



Foto: Urban Engel, Perspektiva

Auswertung des Unterrichts

Erlebnisse werden abschliessend aufgefrischt und in dieser Form für den Gast verstärkt. Fotos und Videos werden ausgetauscht und auf Social-Media-Kanälen veröffentlicht, Anekdoten aus dem Unterricht nochmals in Erinnerung gerufen.

Die Lehrperson wertet den Unterricht anhand der Zielsetzung aus. Die dabei gewonnenen Erkenntnisse werden im nächsten Unterricht integriert.

Ist-Soll-Vergleich

Die Auswertung in Form eines umfassenden Ist-Soll-Vergleichs ist für Lehrperson und Gast gleichermaßen wichtig.

Da der Gast in die Auswertung involviert wird, sieht er sich bis zum Ende der Lektion im Zentrum. Er kann gesetzte Ziele überprüfen, neue bestimmen und seine Eindrücke mitteilen. Die positiven Erlebnisse werden nochmals aufgefrischt und der Unterricht auf diese Weise mit durchwegs positiven Emotionen abgeschlossen.

Zu jeder Auswertung gehört zwingend ein Ausblick. Im Rahmen der zeitlichen Möglichkeiten des Gasts werden gemeinsam bereits Pläne geschmiedet, wann und wie die folgenden Schritte in Angriff zu nehmen sind. Der Gast wird dabei individuell beraten. So fördert die Lehrperson die Bindung zum Gast und unterstreicht den Mehrwert des Unterrichtsbesuchs für ihn. Mit der Bindung wächst die Wahrscheinlichkeit auf eine Rückkehr des Gasts.

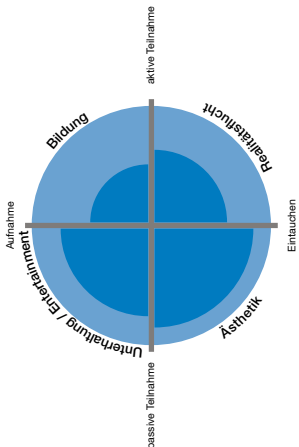
Ein toller Abschluss untermauert schliesslich das Gesamterlebnis.

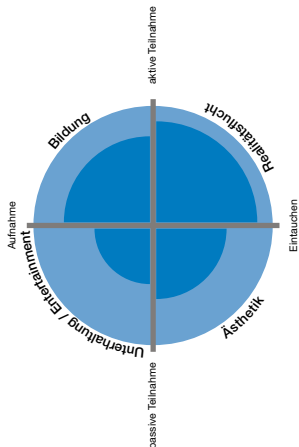
Mögliche Fragen:

- Wann und wie wurden die gesetzten Ziele erreicht?
- Sind die individuellen Bedürfnisse gedeckt worden?
- Wurden erreichte Ziele und schöne Momente mit Videos/Fotos nochmals durchlebt?
- Wie hat dem Gast der Unterricht gefallen?
- Welche anschliessenden Wünsche und Ziele hat er?
- Kennt er die Ideen für die Fortsetzung seines Unterrichts?



Foto: Mario Curti

<p>Analyse Die aktuelle Situation analysieren.</p> <p>FRAU, ca. 50 Jahre alt</p> <p>Eine Woche Unterricht</p> <p>Personenbeschreibung (Wer ist der Gast?)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fortgeschrittene, sportliche Fahrerin • Ist alleine in den Ferien • Ist erst zum zweiten Mal in der Destination • Isst gerne in guten Restaurants • Mag Geselligkeit und Unterhaltung <p>Motive (Was will der Gast?)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Will eine Begleitung auf der Piste • Will sportlich und sicher fahren • Will die Destination besser kennenlernen • Möchte ihre Ferien geniessen 	<p>Ziele Die Unterrichtsziele im Dialog mit dem Gast definieren.</p> <p>UNTERHALTUNG/ ENTERTAINMENT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Gast erfährt jeden Tag nach dem Unterricht, welche Events in der Destination angesagt sind. • Der Gast erfährt jeden Tag während des Unterrichts 1 bis 2 Geschichten und spannende Anekdoten über die Destination. <p>ÄSTHETIK</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Gast isst jeden Tag in einem guten Restaurant. • Der Gast entdeckt die 5 schönsten Aussichtspunkte in der Destination. <p>REALITÄTSFLUCHT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Gast erlebt mehrmals die Gravitation beim Carving. <p>BILDUNG</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Gast kann ab dem zweiten Tag, täglich verschiedenes Material selbst testen. 	<p>Gästeprofil</p>  <p>Der Gast bevorzugt das Eintauchen in ein Erlebnis und schätzt eine mehrheitlich passive Rolle in der Erlebnisgestaltung. Deshalb bietet es sich gemäss des Erlebnismodells an, bei diesem Gast den Schwerpunkt auf die Erlebnis Kategorien Ästhetik und Unterhaltung zu setzen.</p>
<p>Planung Anhand der gemeinsam definierten Ziele die Planung erstellen.</p>	<p>UNTERHALTUNG/ ENTERTAINMENT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ich kann dem Gast Tickets für den Event am Abend organisieren und begleite ihn wenn möglich sogar. • Ich erzähle dem Gast jeden Tag 1 bis 2 Anekdoten aus der Region. <p>ÄSTHETIK</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ich bringe den Gast jeden Tag in ein Restaurant, welches seinen Bedürfnissen entspricht. • Ich Sorge für eine freundschaftliche Atmosphäre im Unterricht, indem ich beim ersten Treffen offen auf den Gast zugehe. <p>REALITÄTSFLUCHT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ich führe den Gast zur Piste, welche sich am besten für Carving eignet (genügend Gefälle, wenig frequentiert). <p>BILDUNG</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ich organisiere verschiedenes Material, welches der Gast testen kann und instruiere ihn über die unterschiedlichen Eigenschaften. 	<p>Planung Anhand der gemeinsam definierten Ziele die Planung erstellen.</p>
<p>Auswertung Den Unterricht auswerten und einen Ausblick geben.</p>	<p>Ausblick</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommende Ereignisse anknüpfen (Schneesportshows, Konzerte, Silvesterapéro etc.) • Möglichkeiten für weitere Materialtests besprechen 	<p>Aktivität An die aktuelle Situation anpassen.</p>

<p>Analyse Die aktuelle Situation analysieren.</p> <p>BEFREUNDETE GRUPPE, 3 FRAUEN, 2 MÄNNER zwischen 40 und 50 Jahre alt</p> <p>Ein Tag Unterricht</p> <p>Personenbeschreibung (Wer sind die Gäste?)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sind sportlich und können rote Pisten sicher fahren • Sind Naturliebhaber/innen und achten auf einen ökologischen Umgang mit Umwelt • Vorsicht, ein Gast hat vor einem Jahr die Hüfte operiert • Fahren gerne im Pulverschnee <p>Motive (Was wollen die Gäste?)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wollen Schwungtechnik, besonders Kurzschwung, auffrischen • Erleben die Natur gerne in Einsamkeit • Sind interessiert an schönen Panoramen 	<p>Ziele Die Unterrichtsziele im Dialog mit dem Gast definieren.</p> <p>UNTERHALTUNG/ ENTERTAINMENT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Gruppe lernt etwas über Naturschutz und Wildruhezonen. <p>ÄSTHETIK</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Gruppenatmosphäre und das Lernklima sind angenehm • Die Gruppe erlebt den Unterrichtsabschluss an der Après-Ski Bar. <p>REALITÄTSFLUCHT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Gruppe kann eine Abfahrt im frischen Pulverschnee machen. <p>BILDUNG</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Gruppe kann einen ganzen Steilhang mit gleichbleibendem Rhythmus kurzschwingen und erhält persönliche Tipps der Lehrperson • Die Gruppe lernt die wichtigsten Verhaltensregeln um auf und neben der Piste sicher zu fahren. 	<p>Gästeprofil</p>  <p>Diese Gruppe schätzt eine aktive Teilnahme an der Erlebnisgestaltung und nimmt ein Erlebnis vor allem emotional, aber auch durch das Gehirn auf. Erlebnisse innerhalb Erlebniskategorien Bildung, Realitätsflucht und Ästhetik lassen bei dieser Gruppe den Schneesportunterricht zum Erfolg werden.</p>
<p>Planung Anhand der gemeinsam definierten Ziele die Planung erstellen.</p> <p>UNTERHALTUNG/ ENTERTAINMENT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ich mache mit der Gruppe einen Halt beim Naturschutzgebiet und erkläre den Hintergrund des Projekts. <p>ÄSTHETIK</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ich achte darauf, dass der Gast mit der Hüftoperation in der Gruppe gut mitkommt (angepasste Pistenwahl) und Sorge für ein angenehmes Lernklima. • Ich wähle Pisten, welche wenig frequentiert sind. • Ich mache den Unterrichtsabschluss an der Après-Ski-Bar. <p>REALITÄTSFLUCHT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ich ermögliche der Gruppe eine sichere Abfahrt im frischen Pulverschnee. <p>BILDUNG</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ich wähle optimale Pisten für die Umsetzung vom rhythmischen Kurzschwingen und filme dies. • Ich schule sicheres Fahren auf und neben der Piste (FIS-Regeln). 	<p>Auswertung Den Unterricht auswerten und einen Ausblick geben.</p> <ul style="list-style-type: none"> • In der Après-Ski-Bar bei einem Drink • Hervorheben der Erlebnisse und des Erreichten • Fotos / Videos des Tages zeigen • Persönliche Ziele besprechen <p>Ausblick:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Weitere Möglichkeiten bezüglich des Naturschutzes in der Destination erzählen • Kommende Ereignisse ankündigen (Schneesportshows, Konzerte, Silvesterapéro etc.) • Weitere Schritte zum sicheren Fahren neben der Piste erklären 	<p>Aktivität</p> <p>An die aktuelle Situation anpassen.</p>

Schlusswort

Michael Brügger, Projektleiter Erlebnisorientierte Gästebetreuung

Die Theorie und Praxisbeispiele zeigen, dass Erlebnisse und Magic Moments viel mit individueller Erwartung, Wahrnehmung und Überraschung zu tun haben. Eine fundierte Analyse mithilfe des Erlebnismodells ist Voraussetzung, um Gäste zu begeistern und sie zu verzaubern.

Als Schneesportlehrer versuchen wir, Situationen zu schaffen, die den Gast authentisch und unkompliziert berühren. Dies mit dem Ziel, dem Gast eine einzigartige Erinnerung an den Schneesportunterricht mitzugeben. Wir freuen uns, wenn du deine Magic Moments – egal auf welchem Weg – mit uns teilst.

Ich wünsche dir viele Gäste mit Wow-Effekten, damit ihre Erlebnisse unvergesslich bleiben und sie sich beim nächsten Mal wieder dich als Schneesportlehrer wünschen.



Michael Brügger



Foto: Mario Curti

Bibliografie

- Swiss Snowsports Association (2010): Schneesport Schweiz, Lehrmittelserie 2010, Belp
- Swiss Snowsports Association (bis 2016): sämtliche Publikationen, Belp
- BASPO Magglingen, Monika Kurath, Philipp Schütz, Dominique Fankhauser, Matthias Baumgartner: Planung im Sport, Ausgabe 2016
- Bruhn, M. & Hadwich, K. (2012). Customer Experience.
- Fischer, I. (2006). Stellenwert und Möglichkeiten von Inszenierung bei Seilbahnen.
- Glattes, K. (2016). Der Konkurrenz ein Kundenerlebnis voraus.
- Jüttner, U., Windler, K., Schaffner, D., Hafner, N., Zimmermann, A. (2012). Kundenerlebnismangement – erlebnisorientierte Handlungsanleitungen für Dienstleistungsunternehmen und Toolbox.
- Pine, B., Gilmore, J. (1998). Welcome to the Experience Economy.
- Schmitt, B., Mangold, M. (2012). Kundenerlebnis als Wettbewerbsfaktor.
- Zanger, C. (Hrsg.) (2015). Events und Emotionen www.stnet.ch/de/dienstleistungen/erlebnis-finder.html.

Alle Lehrmittel von Swiss Snowsports und die Academy sind zu finden unter: www.snowsports.ch

Impressum

- Projektleiter** Michael Brügger, Swiss Snowsports
- Redaktionelle Leitung** Swiss Snowsports Association in Zusammenarbeit mit dem Institut für Tourismuswirtschaft ITW, Luzern
- Redaktorenteam** ITW: Roland Lyman, Ines Fischer Gull, Lukas Huck
SSSA: Riet R. Campell, Gaby Mumenthaler, Michael Brügger, Michael Weyermann, Arsène Page, Eva Hauck, Isa Jud, Marcel Homberger
- Gesprächspartner** Simone Schmid, Daniel Friedli, Philipp Beyeler, Tobias Imhof, Demian Franzen, Genika Hulliger, Stefan von Känel, Kilian Weibel, Mauro Terribilini
- Lektoren** Stephan Rubli
- Grafiken/Logos** Lucas Zbinden, ITW, SSSA
- Übersetzung** Agata Markovic, Sara Laudonio
- Fotos** Mario Curti, Urs Affolter, SSSA
- Adresse der Redaktion** SWISS SNOWSPORTS Redaktion, Hühnerhubelstr. 95, 3123 Belp, info@snowsports.ch
- Gestaltung und Druck** Somedia Production, Sommeraustasse 32, CH-7007 Chur, www.somedia-production.ch
- Adressänderungen** Direkt an Swiss Snowsports, Hühnerhubelstr. 95, 3123 Belp, info@snowsports.ch
- Bezugspreise** Für Mitglieder des Verbands Swiss Snowsports im Beitrag inbegriffen.
- Nachdruck** Die in ACADEMY publizierten Artikel und Fotos sind urheberrechtlich geschützt. Nachdrucke oder Kopien sind mit der Redaktion zu vereinbaren. Die Redaktion lehnt jede Haftung für unverlangt eingeschickte Texte oder Fotos ab.
- Auflage** 19500 Exemplare, davon 13 500 deutsch, 4000 französisch und 2000 italienisch.