

## Graubünden

Klartext

### **Tourismus macht nicht an der Kantonsgrenze halt** **Wirtschaftsforum Rudolf Büchi über den internationalen Wettbewerb im** **Tourismus**

Tourismus war schon immer ein internationales Geschäft, und Tourismus wird täglich internationaler. Dass unsere Tourismusorte vom inländischen Gast leben konnten, ist eigentlich nur eine kurze Episode in der Geschichte des Tourismus in den Schweizer Alpen. Die Digitalisierung leistet einen wesentlichen Beitrag dafür, dass selbst kleinste Tourismusorte und einzelne touristische Leistungsträger ihr Angebot international ins Schaufenster stellen können, gleichzeitig sich aber auch einer internationalen Konkurrenz stellen müssen. Die Digitalisierung führt zu neuen Produkten, lässt disruptive Geschäftsmodelle zu, erlaubt, bestehende Geschäftsprozesse komplett umzukrempeln. In Bezug auf den Tourismus und vor allem auch mit der Brille eines Touristikers bleibt am Ende aber eine «unendlich analoge» Aufgabe zurück, wir müssen zusätzliche und neue Gäste in unsere Dörfer, Täler und Regionen bringen. Nur zusätzliche Gäste erlauben es, zusätzliche Wertschöpfung und somit neue Jobs in unseren peripheren Tälern zu schaffen.

Franz-Xaver Simmen, CEO der Andermatt Swiss Alps, hat kürzlich in einem Artikel im «Uner Wochenblatt» treffend festgehalten, dass niemand weltweit auf neue Tourismusorte in den Schweizer Alpen wartet, dies bezogen auf die Entwicklungen in Andermatt. Dies hat aber auch Gültigkeit bei uns in Graubünden. Es wartet im internationalen Wettbewerb definitiv niemand auf uns. Im internationalen Wettbewerb zu bestehen und Neues aufzubauen, heisst, auch in den Tälern langfristige Perspektiven zu schaffen und so nachhaltig der Abwanderung entgegenzuwirken. Alleine schafft dies aber kein Hotelier, keine Bergbahn und keine einzelne Gemeinde. Nur gemeinsam schaffen wir diese Aufgabe. Gemeinde- und Kantonsgrenzen dürfen dabei keine Rolle spielen. Unsere Tourismusregionen, und ich spreche bewusst nicht von Destinationen, werden durch unsere Gäste geschaffen. Was unsere Gäste als eine Region erleben und nutzen, ist am Schluss ihre touristische Realität. Diese touristische Realität spiegelt sich bisher aber vielerorts nicht in den touristischen Strukturen wieder. Immer wieder bemühe ich das folgende Beispiel: Die Ruinaulta ist für den Feriengast, der in Disentis eincheckt, genauso eine Attraktion wie die Dampfbahn an der Furka oder die Piazza Grande in Locarno. Wenn wir selber in den Ferien sind, beschränkt sich unser eigener Aktionsradius ja schliesslich auch nicht ausschliesslich auf die direkte Umgebung des Hotels. Wir müssen aufhören, nur unsere lokalen Produkte und Angebote vor Augen zu haben. Neid und Missgunst ist in diesem Zusammenhang ein schlechter Ratgeber. Misstrauen und Angst, die eigene Identität zu verlieren, sind zwar menschlich, bringen aber unsere Tourismusregionen nicht weiter. In der oberen Surselva und in Andermatt wird derzeit massiv in die touristische Entwicklung investiert. Ein Skigebiet von Andermatt bis Disentis steht kurz davor, Realität zu werden. Dies bietet die fast einmalige Chance, gemeinsam international aufzutreten. Gemeinsam werden wir in den internationalen Zielmärkten wahrgenommen, alleine bestimmt nicht. Ein internationales Marketing

braucht zwingend authentische, lokal verankerte, gute touristische Produkte. Jedes Dorf und jede Gemeinde leistet hier seinen Beitrag zum Erfolg der überregionalen Zusammenarbeit. Somit steht die internationale Vermarktung nicht im Widerspruch zur Arbeit der lokalen Tourismusorganisationen, der Gemeinden und der vielen engagierten Hoteliers und Leistungsträger, vielmehr ergänzen sich die Aufgaben, insbesondere bei der Gästebetreuung vor Ort. Daraus entstehen neue Möglichkeiten und Chancen. Diese gilt es nun gemeinsam zu packen. Die Sorge, etwas zu verlieren, ist unberechtigt. Ich hoffe, die Zusammenarbeit über Kantonsgrenzen hinweg wird zum Leuchtturmbeispiel für echte Kooperation, auch in anderen Regionen der Schweiz.

Rudolf Büchi ist Geschäftsführer der Bergbahnen Disentis