

Nur mit der Wahl der richtigen Strategie zum Erfolg

Der Bündner Tourismus soll auch in Zukunft ein wesentlicher Wirtschaftssektor bleiben. Das Wirtschaftsforum hat dafür verschiedene Lösungsansätze ausgearbeitet.

von Hansruedi Berger

Die weltweiten Tourismuszahlen haben in den vergangenen 20 Jahren markant zugenommen. Nicht von diesem Trend erfasst wurde hingegen der Kanton Graubünden. Hier gingen im gleichen Zeitraum 1,4 Millionen Logiernächte verloren. Dabei zeigt sich, dass das hiesige Tourismusgewerbe insbesondere das Feriengeschäft mit ausländischen Gästen an die internationale Konkurrenz abgeben musste – vor allem als Folge der starken Aufwertung des Schweizer Frankens gegenüber den Währungen der internationalen Gäste. Dies zeigt eine Analyse des Wirtschaftsforum Graubünden in ihrem neusten Diskussionspapier «Strategien für Bündner Tourismusorte»*, das gestern den Medien in Chur präsentiert wurde. Für die Zukunft geht das Wirtschaftsforum im Bericht davon aus, dass die Wintersportnachfrage nicht weiter zurückgehen wird. Für den Sommer bestünden jedoch nur begrenzte Wachstumschancen durch eine Zunahme der Gäste aus den nahe gelegenen Gebieten, insbesondere aus der Schweiz.

Mehr Starke, weniger Schwache

Damit der Tourismus auch weiterhin eine tragende Säule der Bündner Volkswirtschaft sein kann, muss er jedoch laut dem Geschäftsführer des Wirtschaftsforums, Peder Plaz, seine Strukturen so anpassen, dass er mit den internationalen Preisen mithalten kann, oder derart gute Angebote schaffen, dass sie zu einem überdurchschnittlichen Preis verkauft werden können. Dabei sei davon auszugehen, dass die Zahl der Tourismusanbieter in Graubünden abnehmen werde. Das Ziel müsse es aber sein, dass «die Anzahl der leistungsstarken Anbieter zunimmt».

Strategie A, B und C

Strategie A bedeutet, einen Teil des verlorenen Feriengeschäfts (Aufenthaltsdauer fünf oder mehr Tage) zurückzugewinnen. Dabei müsste Graubünden seine Strukturen und das touristische Angebot so anpassen, dass es



Weichenstellung: Peder Plaz erklärt, welche Strategien den Bündner Tourismus wieder auf den Erfolgspfad bringen können. Bild Olivia Item

im internationalen Vergleich wieder preislich wettbewerbsfähig wird. Mit der Strategie B soll das Kurzauf-

«Das Ziel muss sein, dass die Anzahl der leistungsstarken Anbieter zunimmt.»

Peder Plaz
Geschäftsführer Wirtschaftsforum Graubünden

enthalt- und Reisegeschäft (Aufenthaltsdauer weniger als fünf Tage) entwickelt werden. Erreicht werden soll dies mit herausragenden Produkten und einer besseren Verkehrserschliessung für Gäste aus dem Ausland.

Strategie C schliesslich beinhaltet das Festhalten an einer relevanten touristischen Infrastruktur für Gäste, auch wenn diese für sich allein nicht rentabel betrieben werden kann. Diese, auch Golfclub-Modell genannte, Strategie eignet sich insbesondere für kleinere Tourismusorte (Ausgabe vom

28. Mai). Diese drei Grundstrategien würden sich gegenseitig nicht ausschliessen und könnten auch kombiniert werden, so Plaz. Er gehe davon aus, dass, Tourismusorte mit einer starken Hotellerie primär auf die Strategie A und B setzen dürften, Orte mit einem hohen Zweitwohnungsanteil und wenig Betten in Hotels und Ferienwohnungen jedoch auf die Strategie C.

Verfügbar auf:
www.wirtschaftsforum-gr.ch

Eine gute Basis für einen breiten Konsens

Das Wirtschaftsforum legt eine heisse Spur.

Ein Kommentar
von Hansruedi Berger



Gestern hat das Wirtschaftsforum Graubünden seinen jüngsten Bericht zur Lage im Bündner Tourismus vorgestellt. Wer einen Papiertiger mit Plattitüden und altbekannten Generalplätzen erwartet hat, sieht sich jedoch getäuscht. Das 36 Seiten umfassende Papier «Strategien für Bündner Tourismusorte» hebt sich von anderen vergleichbaren Beiträgen wohltuend ab. Vor allem deshalb, weil die Verfasser nicht den Anspruch hatten, «neue bahnbrechende Ideen zu formulieren», wie der Geschäftsleiter des Wirtschaftsforums, Peder Plaz, gestern vor den Medien erklärte. Entstanden ist stattdessen ein Bericht, der sich an alle Player im Bündner Tourismus richtet, Ziele und Lösungswege aufzeigt, aber keine leeren Versprechungen aufweist. Und was man ebenfalls erfreut zur Kenntnis nehmen kann: Der Bericht ist nicht in der heute von Touristikern immer öfter verwendeten Marketingsprache verfasst, bei dem der Laie meist ein Englisch-Wörterbuch zu Hilfe nehmen muss. Zwar ist die Studie äusserst anspruchsvoll und kein leichter Lesestoff, doch für die Akteure im Bündner Tourismus ist die Lektüre mit Sicherheit sehr aufschlussreich oder anders gesagt: ein Muss.

Besonders die Schlussseiten zum Thema «Hausaufgaben der Tourismusakteure» haben es in sich. Hier zeigen die Verfasser den Akteuren – Gemeinden, Tourismusorganisationen, Hotellerie, Bergbahnen und Kanton – auf, was sie unternehmen können, damit der Tourismus auch in Zukunft ein wichtiger Pfeiler der Bündner Volkswirtschaft bleiben kann. Und spätestens hier wird deutlich, dass nur die Zusammenarbeit der Touristiker dafür Gewähr bieten kann, dass dieses Ziel erreicht werden kann. Kein Zweifel: Der Beitrag ist die ideale Basis für einen breiten Konsens im Bündner Tourismusgewerbe. Dieser ist zwingend erforderlich. Denn eines zeigt die Studie deutlich: Nur wenn man sich über die künftige Strategie einig wird, können die gesteckten Ziele auch erreicht werden. Gespannt kann man jetzt auf die Diskussion über die Ideen und Lösungsansätze der «Theoretiker» durch die «Praktiker» warten.

Am Anfang war ein Widerbart

Der Biologe Dirk F. Went beschreibt die auf Flimser Gemeindegebiet entdeckten Orchideenarten – es sind 35 verschiedene.

von Jano Felice Pajarola

Es ist ein eigenartiges Gewächs, das er vor mittlerweile 13 Jahren zufällig auf dem Wanderweg von Flims nach Conn aufspürte. Der Biologe und ehemalige Dozent an der Eidgenössischen Technischen Hochschule Dirk F. Went, bis dahin viel mehr an Tieren als an Pflanzen interessiert, stellte zu Hause Nachforschungen an und stiess bald auf den Namen der Blume: Blattloser Widerbart, eine Orchideenart und botanische Rarität. Der Widerbart kann jahrelang mit Blüten aussetzen und unterirdisch überdauern, deshalb ist er schwer auffindbar.

Für Went war die Begegnung mit der laublosen, vollständig auf Bodenpilze angewiesenen Pflanze die Initialzündung für eine neue Passion: die Orchideenliebe. Davon zeugt nun eine Publikation des in Erlenbach (Zürich) lebenden langjährigen Flimser Feriengasts: «Einheimische Orchideen auf Flimser Gemeindegebiet».

Eine Schweizer Einmaligkeit

In seinem Buch beschreibt Went in Wort und Bild alle 35 Orchideenarten, die man bislang in Flims nachgewiesen hat. Eine ungewöhnliche Zahl: Damit ist fast die Hälfte aller überhaupt in der Schweiz heimischen Orchideen

in Flims zu finden. Das sei landesweit wohl einmalig, schreibt Went in seiner Publikation. Die Gründe für den Reichtum: Flims hat eine grosse Fläche, die Ausdehnung in der Höhe über Meer ist ebenfalls beträchtlich, und es gibt eine beachtliche Vielfalt an Biotopen für die Pflanzen.

Kein Buch für Fachleute

Das Büchlein sei aber kein Bestimmungswerk, betont Went. Es sei für interessierte Laien gedacht. Er hoffe, so auch die Wanderlust von Feriengästen und Einheimischen anspornen zu können. Nur schon bei einer Wanderung von Cassons via Flimserstein nach Bar-

gis könne man ein Dutzend Orchideenarten entdecken.

Eine Fussnote: Nicht unbedingt begeistert von Wents Büchlein ist man offenbar bei der Gemeinde Flims. Es locke «oberflächlich interessierte Leute an», die keine Achtung vor der Natur hätten, heisst es in einem Brief aus dem Gemeindehaus. Es werde bloss zu illegalem Pflücken, zu Anzeigen und Kontrollen führen. So jedenfalls berichtet es Went in einem Leserbrief in der Lokalzeitung «Ruinaulta». Und er fügt an: «Ich hoffe natürlich, dass all diese drakonischen Folgen meiner Broschüre nicht eintreten werden.» Im Gegenteil sei er der Ansicht, durch Informa-

tion erhöhe sich auch das Interesse an der Natur – und damit der Respekt vor ihr.

Einheimische
Orchideen
auf Flimser Gemeindegebiet



BÜCHERTIPP
Dirk F. Went:
«Einheimische

Orchideen auf Flimser Gemeindegebiet».
Somedia Buchverlag.
88 Seiten. 19.50 Franken.