

WIRTSCHAFTSFORUM *Reto Küng über das Projekt Faszination GR*

(K)ein Joint für den Bündner Tourismus?

A

Ab heute kostet eine Schachtel «Heimat» in Ihrem Coop 19.90 Franken. Woraus besteht sie? Aus 20 Hanf-Zigis, die nur noch gesund sind, aber nicht mehr berauschend wirken. CBD statt THC. Cannabidiol statt Tetrahydrocannabinol. Rauchen mit Heimat-Feeling sozusagen. Das Heimat-Feeling kommt bald noch prominenter nach Chur: Im August öffnet der erste CBD-Coffeeshop seine Tore. Nein, ich oute mich hier nicht als Joint-Konsument. Ein wahrlich einzigartiges Erlebnis hatte mich seinerzeit davor bewahrt – und das WC im 5. Stock der altherwürdigen Kanti ist wohl immer noch verstopft. Ein Outing habe ich heute aber trotzdem vor: Ich glaube an das Heimat-Gefühl im Bündner Tourismus! Und zwar an den ge-

sunden Rausch der Emotionen. Dafür braucht es keinen Joint. Es reicht die verblüffend einfache Erkenntnis, dass «Heimat» als pure Gefühlswelt auch nach innen funktioniert.

Mit meinem Glauben bin ich nicht allein: Das Projekt Faszination GR will mit seiner neuen digitalen Plattform und Social Media Sie als Einheimische und Zweitwohnungsbesitzer zu Beteiligten im Tourismus machen. Weg von der bisherigen Zuschauerrolle wendet sich das digitale Projekt nicht an «Graubünden», sondern an Bündnerinnen und Bündner. Also quasi GR statt Graubünden. Oder Wertschätzung statt nur Wertschöpfung. Ganz bewusst sollen Sie einen neuen, emotionalen Zugang zum Tourismus erhalten. Wie? So viel darf ich verraten: GR entdecken und mehr aus der Freizeit machen, täglich das Spannendste aus GR im Blickfeld haben und sich darüber austauschen, exklusive Informationen und

buchbare Angebote nur für Einheimische bekommen, sind wichtige Nutzen der Plattform.

Klingt ein bisschen sehr ambitioniert, nicht? Ja, das Projekt ist sehr anspruchsvoll. Noch nie gab es zum Thema Tourismusbewusstsein in Graubünden eine derart grosse «Kiste». Noch nie wurde der Dialog mit der Be-



«Ich glaube an das Heimat-Gefühl im Bündner Tourismus!»

völkerung so aktiv gesucht. Noch nie wurde der digitale Weg so konsequent beschritten. Und noch nie stand die jüngere Generation derart stark im Fokus. Noch nie war aber auch das Risiko so gross, zu scheitern. Denn nicht nur die digitalen Chancen sind mächtig,

sondern auch die Gefahren. Den Unkenrufen zum Trotz: Alle reden von der Digitalisierung – die ITG handelt. Aber nicht nur die Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden als Trägerin glaubt an das Projekt. Der Kanton Graubünden und der Bund mit seinem NRP-Programm ebenso. Und der Tourismus kooperiert: Hotelleriesuisse Graubünden, Bergbahnen Graubünden, Gastro Graubünden, Graubünden Ferien, die touristischen Destinationen sowie RhB und Postauto Graubünden unterstützen das Projekt Faszination GR. Auch die Privatwirtschaft zieht mit: Die GKB und Somedia sind ebenso dabei wie die Wirtschaftsverbände.

Bleiben «nur» noch Sie, liebe Leserin, lieber Leser. Sie stehen als Einheimische und Zweitwohnungsbesitzer im Mittelpunkt des Projekts und entscheiden über Erfolg oder Misserfolg. Ein engagiertes Team von vielen jünge-

ren und wenig älteren Bündnerinnen und Bündnern tut alles, damit Ihnen Faszination GR gefällt. Das heisst Content, Community, Influencer, Interaction Design, Backend und Frontend, Funnels und Stakeholder, Userjourneys und Apps, Branding und Personas, Reward und Steering usw. Keine Angst, die Anglizismen sind ein Zugeständnis an die digitale Welt und werden Faszination GR nicht entfremden. Denn Sie haben das Steuer fest in der Hand. Z. B. mit dem Filter. Auch daran arbeiten wir intensiv. Aber nicht für das heimatliche Hanfzigi-Päckli im Coop für 19.90. Sondern für Ihre heimatliche und kostenlose GR-Plattform, welche Sie ab dem 1. Dezember täglich besuchen sollten.

.....
RETO KÜNG (51) ist Inhaber der Agentur Küng Pluskom für Kommunikation, Tourismus und Standortmarketing in Chur (www.pluskom.ch) sowie externer Projektleiter von Faszination GR. Er studierte Betriebswirtschaft an der Universität St. Gallen (HSG).