

WIRTSCHAFTSFORUM *Reto Küng über den Bündner Tourismus*

Der heutige Gast ist kein Tourist mehr

I

In Graubünden herrscht momentan ein Innovations-Hype sondergleichen: Innoqube und Innozeta, Technoparks und Innovation Lab. Überall gesucht sind innovative Start-ups, um die Innovationshüllen auch mit Leben zu füllen. Ich beteilige mich nicht an Standortdiskussionen – mich interessieren die Inhalte. Und weil es in dieser Kolumne um den Tourismus geht, hier gleich ein konkreter Vorschlag. Und eine minimale Analyse als Basis.

Der heutige Gast ist kein Tourist mehr, weil er Ideen und keine Produkte mehr kauft. Weil er Erfahrungen und nicht Brands sucht. Und weil er immer weniger vom immer Gleichen möchte. Was heisst das für den Tourismus? Wir sollten in das Wissen über unsere Gäste

investieren. In neue digitale Geschäftsmodelle, die vielleicht auch Althergebrachtes in Frage stellen. Doch was tut der angeschlossene Bündner Tourismus? Es wird wie verrückt in Infrastrukturen investiert. Alleine die Bergbahnen investieren jährlich 100 Mio. Franken. Die zu 70 Prozent vom Tourismus abhängige RhB 180 Millionen. Auch die Investitionen in die Hotellerie und Destinationsinfrastrukturen sind beträchtlich. 30 Millionen fliessen jährlich ins Marketing. Investitionen in ein digitales Customer Relationship Management (CRM) sucht man aber vergebens – Ausnahmen wie die Weisse Arena bestätigen die Regel.

Oder wie das Weissbuch lapidar feststellt: Der Kunde ist eine Black Box.

Nun mein Vorschlag: Graubünden stellt für die letzten drei Jahre des Tourismusprogramms Graubünden 2014–2021 die noch verfügbaren Mittel zur Ansiedlung von touristischen Start-ups

mit digitalen Geschäftsmodellen zur Verfügung. Die deutsche Start-up-Vereinigung hat im letzten Herbst eine Fachgruppe von Traveltech-Unternehmen gegründet. Die Tätigkeiten der Mitglieder lassen aufhorchen: Die digitale Pflege der Kundenbeziehungen für Destinationen und Leistungsträger, die digitale Umsetzung von Modellen der



«Wir sollten in das Wissen über unsere Gäste investieren»

Sharing Economy und das digitale und vernetzte Management der Kundendaten sind zentral. Noch konkreter? Die deutschen Unternehmen betreiben überregionales Management von Airbnb-Angeboten, Abholungen von Bahnhöfen und Flughäfen in 250 Städ-

ten, Fahrbörsen, Express-Handlings für Geschäftsreisende in Hotels, Echtzeit-Kommunikation mit den Gästen und vieles mehr. Notabene nicht nur in kleinen Nischen, sondern bereits für Tausende von Kunden.

Was das Graubünden bringt? Die Start-ups erhalten Fördermittel, können und sollen ihre Entwicklungen in enger Zusammenarbeit mit dem Bündner Tourismus testen und marktreif machen. Graubünden ist der First Mover und katapultiert sich an die digitale Spitze der Traveltech-Unternehmen. Einzelbetriebe-Förderung ist das nicht, denn diese Entwicklungen sind für den gesamten Bündner Tourismus systemrelevant und in kleinbetrieblichen Strukturen nicht individuell umsetzbar.

Die Zeit der Analysen ist vorbei. Und es ist Zeit, dass der Bündner Tourismus die Macht seiner Kundendaten wieder zurückgewinnt. Der Gast ist

kein Tourist mehr: Er will Infotainment in Echtzeit, bewegt sich in seiner Community, bezahlt mit allem ausser Bargeld und will alles einfach, schnell und transparent. Einige Mutige haben sich auch im Bündner Tourismus schon auf den Weg gemacht. Aber es sind noch zu wenige. In Kooperation mit solchen Start-ups könnten die Bündner Tourismusunternehmen die eigenen Geschäftsmodelle digitalisieren und international wettbewerbsfähiger werden. Schaffen wir die Rahmenbedingungen: jetzt. Dazu braucht es Mut – nicht nur in der Politik, sondern auch in vielen Führungsgremien mit zu wenig digitalem Know-how.

.....
RETO KÜNG (52) ist Inhaber der Agentur Küng Pluskom für Kommunikation, Tourismus und Standortmarketing in Chur (www.pluskom.ch). Früher war er Mitglied der Geschäftsleitung der freicom ag sowie Mitinhaber der PR- und Event-Agentur dettofatto und Tourismusdirektor in Chur.