

GASTKOMMENTAR *Reto Küng über ein Jubiläum*

Ist der Weg wirklich das Ziel?

Ich schreibe heute nach 20 Jahren wohl meine letzte BT-Tourismuskolumne – denn die nächste ist erst wieder im Herbst geplant. Und ehrlicherweise bin ich mir nicht sicher, ob es dann das BT noch geben wird. 90 Prozent von «Südostschweiz» und BT sind nun dasselbe: Und wer bezahlt schon 100 Prozent Abo für 10 Prozent Inhalt? Was das mit Tourismus zu tun hat? Das 20-Jahr-Jubiläum gibt mir Gelegenheit, auf meine Kolumnen zurückzuschauen. Sie sind ein Abbild der touristischen Themen in zwei Jahrzehnten. Fazit: Es gibt auch Erfolge, die zuversichtlich stimmen. Oftmals wird aber der Weg zum Ziel. Und das frustriert.

Drei Beispiele zur touristischen Infrastruktur: Kaum hatte ich 1995 meinen Job als Churer Tourismusdirektor begonnen, wurde die Jugendherberge geschlossen. Ich engagierte mich blauäugig für eine neue Lösung: Trotz prämiertem Businessplan inkl. Finanzierung sowie Zusage der Landeigentümerin und den Schweizer Jugendherbergen wollte die Stadt Chur nichts von einer Kooperation wissen. Chur als Hauptort des Tourismuskantons Graubünden hat bis heute keine Jugli.

Ende der 90er-Jahre wollte Chur ein Casino. Die Lösung wäre eine

Doppelkonzession zusammen mit Arosa gewesen: Chur im Sommer, Arosa im Winter. Vom Markt her zwar richtig, vom Gesetz aber so nicht vorgesehen. Eine Konzession wurde abgelehnt. Heute muss das «Bergcasino» Davos einen belgischen Partner an Bord nehmen, um auch im Online-Markt mitmischen und damit überleben zu können.

Meine drei Olympia-Kolumnen: Olympische Spiele sind absolut gesehen nicht ökologisch. Aber wenn man sie durchführt, sind Winterspiele in Graubünden die nachhaltigsten auf der ganzen Welt. Voraussetzung dazu sind dezentrale Spiele, wie sie erst seit Kurzem möglich sind. Und hier hätten wir weltweit einen Markstein für mehr Vernunft, Rückkehr zum eigentlichen Sport und Nachhaltigkeit setzen können. Inklusive neuen Strukturen für den öffentlichen Verkehr und die Digitalisierung des Kantons. Aber: Wer nicht an den Start geht, kann auch nicht gewinnen!

Das touristische Marketing nach aussen und innen zog sich auch wie ein roter Faden durch meine Kolumnen. Um die Jahrtausendwende gründete ich z.B. mit ein paar Unentwegten die erste Schweizer Marketing-AG einer Tourismus-

destination. Und hatte meinen Job als Churer Tourismusdirektor quasi wegrationalisiert. Nach sechs Jahren wurde die grosse und heterogene Freizeit Graubünden AG in verschiedene kleinere Destinationen aufgespalten. Fazit: Wer zu spät kommt, bestraft das Leben. Wer zu



«Ich sah zu viele Ideen und zu wenig wirkliche Innovationen.»

früh kommt aber auch! Heute sind Destinationsstrukturen Standard und wurden durch die Bündner Tourismusreform von 2006 bis 2013 auch etabliert.

Lobbying und Tourismusbewusstsein waren immer wieder Themen, die mich stark beschäftigt haben. Darum freut es mich auch ausserordentlich, dass GRhome gerade als digitales Projekt nach innen zustande gekommen ist und funktioniert. Noch nicht einwandfrei, aber mit gutem Start immer besser. 7000 Mitglieder in fünf Monaten sind registriert. Zum Vergleich: Die Migros-Community Migipedia hat-

te nach zwei Jahren 30 000 angemeldete User. Das sind in Relation zur Bevölkerung zehnmal weniger als GRhome nach fünf Monaten.

Zum Abschluss nochmals ein Wort zur touristischen Innovation: Dieses Thema hat mich während zwei Jahrzehnten mit Abstand am meisten beschäftigt. Ich sah zu viele Ideen und zu wenig wirkliche Innovationen, die sich auch durchgesetzt haben. Und ich sah nicht nur zu wenig Führung, sondern vor allem auch zu wenig Mut zum Risiko. Führung und Mut zum Risiko haben viel miteinander zu tun. Denn der Markt ändert sich immer schneller. Und ohne Führung gibt es keinen Wandel. Zumindest nicht einen, der dorthin führt, wo für Graubünden die Zukunft liegt. Das gilt für den Tourismus genauso wie für Politik und Medien. Womit ich wieder beim BT gelandet bin und mir nichts sehnlicher wünsche, als dass diese Kolumne doch nicht meine letzte war.

Reto Küng (52) ist Inhaber der Agentur Küng Pluskom für Kommunikation, Tourismus und Standortmarketing in Chur (pluskom.ch). Er studierte Betriebswirtschaft an der HSG.