

GASTKOMMENTAR *Reto Küng über Innovation im Tourismus*

## Damit der Bär tanzt

# D

Das neue Jahr steht vor der Tür. Der Ruf nach Innovationen im Tourismus wird wieder lauter. Und es gibt auch schon einige tolle Ideen: Chur wird zur Kaffeestadt. Andermatt führt das Ski-Halbtax für Tageskarten ein. Und in Arosa tanzt der Bär.

Dass die Bärengeschichte funktioniert, hätte ich nicht geglaubt. Der Erfolg gibt dem nimmermüden Arosener Tourismuschef recht. Falls ihre Kinder übrigens nebst Bären auch Steinböcke anschauen möchten: Im St. Galler Tierpark Peter & Paul gibt es welche. Schliesslich sind sie ja auch die Wappentiere unseres Nachbarkantons – oder etwa nicht?

Warum Bär und Steinbock? Weil es im Tourismus um Emotionen geht. Und weil uns der Schnee langsam aber sicher etwas abhandenkommt. Wir müssen dringend versuchen, das Thema Berge mit Emotionen für den Sommer zu füllen. Tiere sind eine solche Möglichkeit.

Nicht nur mit negativen Sonderjagd-Schlagzeilen, sondern auch im einzigen Nationalpark der Schweiz und unseren Naturpärken.

Den Tourismus emotionalisieren. Das macht zum Beispiel die Rhätische Bahn. Der Heimkehrbündner an der Spitze zeigt auf, wie der Blick von aussen Dynamik bringen kann. Die touristisch einzigartige RhB mausert sich immer mehr zur Bergbahn für den ganzen Kanton. Apropos Bergbahnen: Neu gibt es von den 48 Unternehmen in Graubünden keinen Snowpass mehr nur für den Winter, sondern die GraubündenCard für das ganze Jahr.

Schnee ist emotional und in der DNA jedes Kindes. Und international auch der Grund, warum so viele Menschen einmal die Schweiz besuchen möchten. Dieses Bild haben wir über Jahrzehnte aufgebaut. Dem sagt man heute Positionierung. Und diese vom Winter auf das ganze Jahr auszudehnen, ist kein Kinderspiel.

Denn mit dem Schnee befriedigen wir ein Bedürfnis unserer Gäste. Selbst als Anbieter Bedürfnisse zu schaffen, gelingt in unserer Zeit nur

ganz wenigen. Und das praktisch immer in Verbindung mit der Digitalisierung. Apple ist mit dem iPhone oder dem iPad das Paradebeispiel. Aber Apple investiert jährlich auch 15000 Millionen in Forschung und Entwicklung. Graubünden zerbricht sich dagegen den



«Für touristische Innovationen braucht es mehr Spielraum, nicht mehr Bürokratie.»

Kopf, wie über Jahre 40 Millionen für die Digitalisierung ausgegeben werden könnten.

Wenn wir touristisch wieder vorwärtskommen wollen, müssen unsere Schritte eindeutig grösser werden. Die Berge sind und bleiben unser touristisches Angebot. Das muss auch die übrige Schweiz politisch begreifen. Für touristische Innovationen in den Bergen braucht es mehr Spielraum. Und nicht noch mehr Bürokratie aus Bern. Die Bergbahnen werden für Innovationen im Sommer eine Hauptrolle spielen.

Ich meine keine Neuerschliessungen. Die gibt es seit über 30 Jahren praktisch nicht mehr. Ich meine die Verfahren für den Ersatz von veralteten Transportanlagen. Diese müssen drastisch vereinfacht und verkürzt werden. Und die Kompetenz dazu muss zurück von Bern in die Berge. Genauso wie die Kompe-

tenz, Erlebnisszenierungen auf dem Berg zu schaffen, wo es bereits entsprechende Infrastrukturen gibt. Wasser wird dafür ein zentrales Thema werden. Wellness am Berg statt im Tal. Speicherszenen für Schneeanlagen müssen zum Beispiel sofort für den Sommertourismus nutzbar werden. Damit der Bär in Graubünden auch in 25 Jahren noch tanzt.

.....  
RETO KÜNG (54) ist Inhaber der Agentur Küng Pluskom für Kommunikation, Tourismus und Standortmarketing in Chur ([www.pluskom.ch](http://www.pluskom.ch)). Er studierte Betriebswirtschaft an der Universität St. Gallen (HSG) und ist Verwaltungsrat der Chur-Bergbahnen (BCD). Früher war er VR-Präsident der Freizeit Graubünden AG und Tourismusdirektor in Chur.