

TOURISMUSKOLUMNE *Reto Küng über Suchbegriffe im Internet*

Google und andere Trends

V

Vor dem 19. Januar 2020 interessierte der Begriff «Corona» noch niemanden. In den letzten drei Monaten ist er auf Google zum Top-Suchbegriff aufgestiegen. Am 21. März wurde nach «Sex» nur halb so viel mal gesucht wie nach Corona. Seit dem 8. April liegt Corona aber wieder im Rückstand. Aktuell wird Sex bereits wieder dreimal so viel nachgefragt wie Corona. Woher ich das weiss? Google lässt mich auf Google Trends an den weltweiten Suchbegriffen teilhaben. Spannend auch, welche Länder in den letzten drei Monaten prozentual am meisten nach Corona suchten: Deutschland vor Österreich und Brasilien. Die Schweiz auf Rang 6 schlägt die USA auf Rang 18. Beim Thema «Sex» fallen wir auf Rang 225. Deutschland bildet auf Rang 232 das Schlusslicht. Wer vorne liegt? Ich will nicht noch indiskreter werden.

Sie fragen sich jetzt, was das Ganze mit dem Tourismus zu tun

hat. Et voilà: Im Durchschnitt der letzten zwölf Monate wurde das Wallis auf Google weltweit fast fünfmal mehr gesucht als Graubünden. In der Coronakrise der letzten drei Monate dreieinhalbmal mehr. Und jetzt der Clou: Bei der Suche in der Schweiz drehen die Zahlen, Graubünden hatte in den letzten zwölf Monaten 50 Prozent mehr Anfragen als das Wallis – in der Coronakrise sogar 80 Prozent mehr. Die Zahlen zeigen deutlich, dass Graubünden auf einen starken Schweizer Heimmarkt zählen kann. Und dies scheint gerade in diesem Sommer wichtiger denn je. Denn gemäss der aktuellen Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Link wollen nur noch 40 Prozent von Frau und Herr Schweizer ihre Sommerferien im eigenen Land verbringen. Die Schweizer scheinen wankelmütig. Gemäss einer repräsentativen Online-Umfrage vor der Aufhebung des Lockdown planten dazumal noch sagenhafte 71 Prozent ihre Sommerferien in der Schweiz. Immerhin: Am beliebtesten war Graubünden vor dem Berner Oberland, dem Wallis und dem Tessin.

Ihnen dröhnt der Kopf ob so vielen Zahlen und Prognosen? Mir auch. Und den Gästen geht es sicher nicht anders. Die Unsicherheit wird zur touristischen Begleiterscheinung. Sicher ist nur die Pandemie. Diese wird uns als Phänomen wohl noch länger begleiten. Was tun? Die Interessengemeinschaft Tourismus



«Die digitalen Projekte sollen Vertrauen für die Gäste schaffen.»

Graubünden (ITG) hat als Dachorganisation der Branchenverbände im Auftrag des Kantons ein Impulsprogramm Tourismus entwickelt. Es ist modular aufgebaut: Graubünden Ferien (GRF) kümmert sich vorerst um die kurzfristige Nachfragestimulation im Sommer und Herbst. Die Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden hat schon den nächsten Winter im Fokus: In drei Fachgruppen werden auf der Angebotsseite konkrete Umsetzungsprojekte entwickelt. Ein-

gebunden sind Hotellerie und Gastronomie, Bergbahnen sowie die Destinationen, Graubünden Ferien und die Rhätische Bahn (RhB). Die digitalen Projekte sollen Vertrauen für die Gäste schaffen und dem Gast noch ein Argument mehr bieten. Zudem verfolgt die Branche diesen Sommer sehr aufmerksam, wie sich Gäste und Konkurrenz zum Thema Corona verhalten. Und

schliesslich entwickelt das Wirtschaftsforum Graubünden ein langfristiges Programm zur strukturellen Verbesserung des Bündner Tourismus. Game, set and match Graubünden?

Eine Garantie gibt es nicht. Aber ein gutes Omen: Wimbledon war 2019 der Schweizer Top-Suchbegriff bei Google.

.....
RETO KÜNG (54) ist Inhaber der Agentur Küng Pluskom für Kommunikation, Tourismus und Standortmarketing in Chur (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.