

## KOMMENTAR

## Nicht auf halbem Weg stehen bleiben

Im Sport schmerzen Niederlagen gegen Österreich die Schweizer immer besonders. Und nun hat ausgerechnet ein Architektenteam aus dem östlichen Nachbarland den Einheimischen den Sieg im Wettbewerb um das Churer Sportstättenkonzept weggeschmuggelt. An diesem Österreicher-Sieg könnten die Schweizer und vor allem die Churer aber noch ihre Freude bekommen. Denn das Siegerprojekt «Sportcampus» – falls es denn auch realisiert wird – gibt den Sportanlagen auf der Oberen Au endlich jenes Ambiente, das die Besucher seit mehr als drei Jahrzehnten vermisst haben. Dafür können die geistigen Väter dieses «Generationsprojekts» aus den Siebzigerjahren nichts. Was nämlich heute in der Oberen Au steht, ist lediglich die erste Bauetappe eines ursprünglich visionären Konzepts. Das kann nun endlich nachgeholt werden. Die Schlussätze im Jurybericht umschreiben das schön: «Der Wert des Raumes Au wird durch dieses Projekt als Erholungsraum für die Bevölkerung, als Sport- und Veranstaltungsknotenpunkt und auch als Naturraum wesentlich erhöht. Es kann ein Ort mit spezifischer Identität entstehen.»

Das nun vorliegende Siegerprojekt betrifft ebenfalls «nur» die erste Phase des ehrgeizigen Gesamtsportanlagenkonzepts (Gesak). Mit 35 Mio. Franken ist dies angesichts aufziehender Gewitterwolken am Finanzhimmel ein grosser Brocken. Die ohne gravierende Nutzungseinschränkungen mögliche Etappierung des Projekts ist ein wichtiger Pluspunkt von «Sportcampus». Die Etappierung darf aber nicht noch einmal dazu führen, dass auf halbem Weg stehen geblieben wird.

Nur wenn breite Bevölkerungskreise und möglichst viele Sportarten einen Nutzen aus den neuen Anlagen ziehen können, wird das Projekt im Gemeinderat und später auch an der Urne eine Chance haben. Mit dem Erhalt der Reithalle ist im Siegerprojekt ein möglicher Stolperstein aus dem Weg geräumt worden. Ein nicht zu unterschätzender Faktor für die Realisierungschancen des Projekts wird auch die Meinung von Architekt und Hallenstadion-Hausherr Thomas Domenig sein. Am Architekturwettbewerb hat sich der langjährige Eishockeyförderer nicht beteiligt, im Abstimmungskampf führt der Weg zum Sportcampus Obere Au aber auch zwingend am Hallenstadion vorbei.

Norbert Waser

## TOURISMUSFORUM

## «Age of Less» für den Bündner Tourismus

Von den Medien und einer breiteren Öffentlichkeit kaum wahrgenommen, äusserte sich der renommierte Zukunftsforscher David Bosshart an der Generalversammlung der Bergbahnen Graubünden zu den wichtigsten

trips nach London und der Weihnachtseinkauf in New York an Bedeutung verlieren. Mehr als 50 Prozent der Bündner Gäste sind Schweizer. Hier öffnet sich für den Bündner Tourismus ein altbekannter Markt, dem keine Wachstumspotenziale mehr zugesprochen wurden. Ohne die «Neuen Gäste» der Bündner Tourismusreform zu vernachlässigen: Das «Age of Less» verlangt vom Bündner Tourismus, den Fokus wiederum stärker auf die geografisch nahen Märkte zu richten.

Zweiter Aspekt ist die Bescheidenheit im «Age of Less».

Zukunftstrends des Tourismus. Der CEO des Gottlieb-Duttweiler-Instituts (GDI) setzte drei Schwerpunkte: das «Age of Less», die rasante Technologieentwicklung und die vielzitierte Nachhaltigkeit. Ich erlaube mir im Folgenden kurz auf die drei Themen und die daraus resultierenden Chancen für den Bündner Tourismus einzugehen:

1. «Age of Less»: Im Zuge der Weltwirtschaftskrise schwindet das Vertrauen. Der Konsum definiert sich neu. Verzicht, Bescheidenheit und Einfachheit sind im Kommen. Prominentester Opinion Leader im «Age of Less» ist US-Präsident Barack Obama: Er verkauft die Hoffnung und nicht die Angst wie sein Vorgänger. Der Aufschwung kommt für diejenigen Unternehmer, welche das machen, was sie besonders gut können und welche mit denjenigen Kunden planen, die sie kennen. David Bosshart definiert acht Aspekte des «Age of Less». Drei davon scheinen mir für den Bündner Tourismus wegweisend: David Bosshart prophezeit eine Verschiebung vom Fernflug zur Landflucht. Für die Schweizer würden Wochenend-

Gäste des «Gastgebers», der sein Graubünden zum Graubünden der Gäste macht. Der Ausdruck «Fremdenverkehr» ist definitiv aus dem Vokabular zu streichen.

2. Die rasante Technologieentwicklung erfordert innovatives Unternehmertum: Internet und

Handy sind keine 15 Jahre alt, Google und Myspace sind noch jünger, Facebook gibt es seit drei Jahren. Das neuste Kind heisst Twitter und spielt derzeit bei der Kommunikation rund um die Unruhen im Iran eine Hauptrolle. Schritt halten allein reicht nicht.

Nur wer die neuen Möglichkeiten rechtzeitig antizipiert, kann sie laut David Bosshart für sich nutzen. Die Web-Auftritte im Bündner Tourismus werden ständig besser. Die elektronische Tourismusplattform Graubünden ist seit zwei Jahren gestartet. Noch fehlen aber die durchschlagenden Ergebnisse am Markt, die es wirklich gestatten, Graubünden einfach, schnell und ohne «Wenn» und «Aber» elektronisch zu buchen. Praktisch jeder Lehrling im Bündner Tourismus hat einen Facebook-Account, nur aber die Hälfte aller «gestandenen» Teilnehmer der Generalversammlung der Bergbahnen Graubünden verfügt über einen entsprechenden Zugriff. Was muss der Bündner Tourismus tun, um diesen Zug nicht zu verpassen? Klickbare Websites reichen in der Zukunft nicht mehr. Gefragt ist eine «anklickbare Welt». Es müssen noch keine, bereits im Entwurfsstadium existierende, Bildschirme in Kontaktlinsen sein. Aber wo sind die mit dem Handy direkt anklickbaren touristischen Sehenswürdigkeiten in Graubünden? Oder warum

beteiligt Lego seine Kunden mit «Open Innovatio» aktiv an der Produkteentwicklung, während wir uns darüber beklagen, durch Bewertungs- und Vergleichsportale im Internet die Kontrolle über die Kommunikation mit den Kunden zu verlieren?

3. Das Umweltbewusstsein ist wieder erwacht: Nachhaltige Produktion ist ein Mehrwert, für welchen die Kunden auch im «Age of Less» wieder tiefer in die Tasche greifen. Es wird ein bewussterer Lebensstil gelebt, geprägt von Einfachheit und freiwilligem Verzicht. Der Bündner Tourismus bietet eigentlich alle Voraussetzungen, um vom wieder erwachten Umweltbewusstsein zu profitieren.

„  
Gefragt ist heute eine  
'anklickbare  
Welt'  
„



Reto Küng

„  
Wo bleiben die  
Programme  
des Tourismus mit  
der Landwirtschaft?  
„

Das Ansinnen wird gelingen, wenn der Nutzen mit echtem Engagement gepaart wird. Dass dies möglich ist, zeigte das Umweltprogramm von Graubünden Ferien in den Neunzigerjahren. Ein erster Schritt ist mit dem flankierenden Projekt der Bündner Tourismusreform zur Förderung des natur- und kulturnahen Tourismus gemacht. Aber wo bleiben die Programme des Tourismus mit der Bündner Landwirtschaft, die Gastro-Offensive rund um das Thema Wasser, die Projekte mit der Bündner Hotellerie oder die Ausweitung der Wellnessangebote?

Reto Küng (43) ist Mitglied der Geschäftsleitung sowie Leiter der Niederlassung Chur der freicom ag für integrierte Kommunikation. Er war Mitinhaber der Event-Agentur detofatto, VR-Präsident der Freizeit Graubünden AG und Tourismusdirektor in Chur.

## Momentaufnahme



## Vergiftet wegen Elfenbein

Seit Jahresbeginn wurden in Indonesien bereits 15 Sumatra-Elefanten getötet. Diese Zahl sei bereits jetzt so hoch wie im gesamten vergangenen Jahr, sagte gestern der für Artenschutz zuständige Direktor im Forstministerium, Tony Suhartono. (Ky)

## Bündner Tagblatt

Verleger: Hanspeter Lebrument.

Publizistischer Direktor: Andrea Masüger.

Redaktionsleitung: Christian Buxhofer (Chefredaktor, cb), Norbert Waser (Stv. Chefredaktor, nw), Susanne Taverna (Produktionschefin, na).

Redaktion: Tamara Defilla (Fotografarin, tam), Gieri Dermont (Aussenredaktion Surselva, de), Denise Erni (dni), Curdin Guidon (Aussenredaktion Mittelbünden, don), Ariane Heyne (hey), Silvia Kessler (ke), Thomas Spinass (ts), Claudio Willi (Wi). Redaktion «Klartext»: Edy Walsler (EW). Redaktion Sport: Hansruedi Camenisch (Leitung, ca), Kristian Kapp (kk), Johannes Kaufmann (jok), Jürg Sigel (js), Hans-Jürg Toggwiler (hto), René Weber (rw).

Redaktionelle Mitarbeiter: Juscha Casaulta (jc), Julian Reich (jul), Verena Zimmermann (ziv).

Redaktionsadressen: Bündner Tagblatt, Commercialstrasse 22, 7007 Chur, Telefon 081 255 50 50, Fax 081 255 51 23, E-Mail: redaktion-bt@suedostschweiz.ch.

Aussenredaktion Mittelbünden: Telefon 081 630 03 80, Fax 081 651 54 51, Natel 079 795 11 74. Aussenredaktion Surselva: Telefon 081 936 22 66, Fax 081 936 22 65.

Verlag: Südostschweiz Presse und Print AG, Kasernenstrasse 1, 7007 Chur, Tel. 081 255 50 50, Fax 081 255 51 10, E-Mail: cmoser@suedostschweiz.ch.

Abo- und Zustellservice: Tel. 0844 226 226, E-Mail: abo@suedostschweiz.ch.

Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen i.S.v. Art. 322 StGB: Südostschweiz Radio AG, Südostschweiz TV AG, Südostschweiz Emotion AG, Südostschweiz Pressevertrieb AG, Südostschweiz Partner AG, ergo use swiss ag.

Anzeigen: Südostschweiz Publicitas AG, Commercialstrasse 20, 7007 Chur, Telefon 081 255 58 58, Fax 081 255 58 59. Weitere Verkaufsstellen in Arosa, Disentis, Ilanz, Lenzerheide und Thusis.

Erscheint sechsmal wöchentlich

Gesamtauflage «Die Südostschweiz»: 127 428 Exemplare (WEMF/SW-beglaubigt).

Die irgendwie geartete Verwertung von in diesem Titel abgedruckten Inseraten oder Teilen davon, insbesondere durch Einspeisung in einen Online-Dienst, durch dazu nicht autorisierte Dritte, ist untersagt. Jeder Verstoß wird von der Werbegesellschaft nach Rücksprache mit dem Verlag gerichtlich verfolgt.