

KOMMENTAR

Wunde Punkte werden nicht durch Zeit geheilt

Die Stellungnahme des Bundes zu der vor drei (!) Jahren vom Kantonalverband Bündnerischer Krankenversicherer (KBK) eingereichten Beschwerde gegen die vom Kanton erlassene Spitalliste ist nicht weniger als 103 Seiten stark. Das müsste nicht sein, hätte der Bund vor drei Jahren konkretere Vorgaben abgegeben, wie er sich eine Spitalliste vorstellt und welche konkreten Ziele er damit erreichen möchte. Das Hauptproblem im Gesundheitswesen, die Kostensteigerung, hat sich in der Zwischenzeit noch weiter verschärft. Bisher blieben praktisch alle Massnahmen zu einer Senkung der Kosten unter dem Strich wirkungslos oder wurden durch andere Beschlüsse, die ihrerseits zu einer Mengenausweitung führten, wieder aufgewogen.

Sparen, darin sind sich (fast) alle einig, ist im Gesundheitswesen oberstes Gebot. Eines hat der Bericht aus Bern aber gezeigt: Sparen geht nicht über alles. Auch der Bundesrat hat anerkannt, dass es zur Sicherstellung der Grundversorgung der Bevölkerung mit stationär-medizinischen Leistungen auch die Kleinstspitäler braucht. Damit dürfte die in den Tal-schaften befürchtete Schliessung von Spitälern vorerst vom Tisch sein. Es liegt nun an der Regierung, diese wichtigen Aussenposten des Gesundheitswesens mit konkreten Leistungsaufträgen auszustatten.

In den drei Jahren seit der Herausgabe der Spitalliste hat sich im Gesundheitswesen viel verändert. Zeit heilt bekanntlich viele Wunden. Viele wunde Punkte im Gesundheitswesen sind aber auch nach dieser Zeit noch nicht verheilt. Nach dem bundesrätlichen Auftrag kommt die Regierung nicht mehr darum herum, im Gesundheitswesen noch konkretere Vorgaben an die Leistungserbringer zu machen. So muss beispielsweise bis Ende Jahr aufgezeigt werden, wo die rund 100 Betten abgebaut werden sollen, die bis zur Erfüllung der eigenen (und vom Bundesrat akzeptierten) Vorgabe von 3,5 Akutbetten pro 1000 Einwohner bis zum Jahr 2005 nötig sind.

Nicht umhin kommen wird man bei weiteren Massnahmen auch um eine Analyse der Fallzahlen in den einzelnen Spitälern. Dies gilt insbesondere für den Spitalplatz Chur: Wenn es um Kosteneinsparungen geht, darf sich die Diskussion um die Spitalliste nicht bei der Anzahl der Betten erschöpfen. Kosten verursachen nämlich nicht die Betten, sondern die darin liegenden Patienten. Da wartet aber bereits eine weitere Knacknuss, verlangt doch der Bundesrat, dass nur solche Patienten für die Spitalplanung relevant sind, die unter das Krankenversicherungsgesetz (KVG) fallen. Im Tourismuskanton Graubünden wird das keine leichte Aufgabe sein.

Norbert Waser

Bündner Tagblatt

Verleger: Hanspeter Lebrument.
Direktor: Andrea Masüger.

Redaktionsleitung: Christian Buxhofer (Chefredaktor, cb), Claudio Willi (Stv. Chefredaktor, Wj), Curdin Guidon (Produktionschef, don).

Redaktion: Mathias Brändli (mat), Tamara Defilla (Fotografin, tam), Gieri Dermont (Aussenredaktion Surselva, de), Johannes Kaufmann (jok), Hans Peter Putzi (hapel), Jürg Sigel (js), Thomas Spinass (ts), Susanne Taverna (na), Edy Walser (Aussenredaktion Prättigau, EW), Norbert Waser (nw), Redaktion «Klartext»: Hansmartin Schmid, Redaktionelle Mitarbeiterin: Verena Fiva (vf), Agenturen: SDA, SI.

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 079 213 12 66. Aussenredaktion Prättigau: Telefon/Fax 081 325 32 32. Aussenredaktion Surselva: Telefon 081 920 07 11, Fax 081 920 07 15.

Verlag: Südostschweiz Presse AG, Kasernenstr. 1, 7007 Chur, Tel. 081 255 50 50, Fax 081 255 51 00.
Verlagsleiter: Beat Ravaioli

Abo- und Zustellservice: Tel. 081 255 55 00.

Anzeigen: Graubünden: Südostschweiz Publicitas AG, Alexanderstrasse 24, 7001 Chur, Telefon 081 255 83 83, Fax 081 255 83 84. Weitere Verkaufsstellen in Arosa, Disentis, Ilanz, Lenzerheide und Thusis. Schweiz: Publicitas AG, Alexanderstrasse 24, 7001 Chur.

Direktion: Jürg Räber. Anzeigenleitung: Georg Binkert.

Erscheint sechsmal wöchentlich.
Gesamtauflage «Die Südostschweiz»: 138 708 Exemplare.
Die irgendwie geartete Verwertung von in diesem Titel abgedruckten Inseraten oder Teilen davon, insbesondere durch Einspeisung in einen On-line-Dienst, durch dazu nicht autorisierte Dritte, ist untersagt. Jeder Verstoß wird von der Werbegesellschaft nach Rücksprache mit dem Verlag gerichtlich verfolgt.

SÜDOSTSCHWEIZ
PRESSE AG

TOURISMUSFORUM

Denn sie vergessen es zu tun ...

Verfolgen Sie die Themen im Bündner Tourismus? Markenpolitik, Angebotsorientierung, Destinationsmanagement, Verkaufsorganisationen, Umstrukturierungen ... Sie haben Recht. Es sind seit einigen Jahren

„
Das Ski-Abo
wird zum
Snowpass
„

dieselben. Zweifellos auch richtig, sich auf den Kunden zu konzentrieren. Den Bedürfnissen unserer Gäste gerecht zu werden, sich aktiv auf den Markt auszurichten ...

Wie nehmen Sie ganz persönlich den Tourismus in unserem Kanton wahr? Eher dynamisch oder eher träge, eher kunterbunt oder farblos? Sehen Sie eine Unité de doctrine oder eher viele Einzelkämpfer? Die Medien berichten intensiv über unseren wichtigsten Wirtschaftsfaktor: ein Bergbahndirektor weniger da, ein Eventmanager mehr

dort, ein Erfolgreicher hier und ein Frustrierter da ... Alles hat Auswirkungen auf den Tourismus oder ist von ihm initiiert: die guten alten Logiernächte, geschlossene Pässe ohne Gäste, offene Pässe mit Lawinen, der Vereinatunnel, die Wetterprognose, die Freundlichkeit der Hoteliers und vieles mehr.

Dabei wird von den touristischen Organisationen auch kräftig Marketing betrieben: gewöhnliche Sitzungen werden zu Kick-Off-Meetings, Arbeitsgruppen zu Task Forces, Kurorte werden neu als Destinationen gema-

„
Die einheimische
Bevölkerung
wird zu oft
vergessen
„

nagt, Customer Relations gepflegt, CEOs (falls Sie zu den wenigen gehören soll-

ten, die nicht genau wissen, was es heisst: Chief Executive Officer) dirigieren ganze Units, Call Centers beantworten Ihre Fragen und das Skiabonnement wird zum Snowpass.

Haben Sie bei all diesen Aktivitäten schon einmal das Gefühl gehabt, dass sich die Tourismusbranche aktiv um Sie als Einheimischen bemüht hat? Eher nicht? Genau darum geht es:

Vor lauter Ausrichtung auf unsere Gäste haben wir in Graubünden zu sehr vergessen, wer denn die Grundlage für erfolgreichen Tourismus bildet: die einheimische Bevölkerung. Marketing «mit» Innen ist genauso wichtig wie gegen aussen. Die Pflege der Beziehungen des Tourismusunternehmens Graubünden mit seinen Bewohnern gehört genauso zur Aufgabe des Marketings, wie das professionelle Marketing in unseren Zielmärkten. Immer noch kommt der Tourismus in unseren Schulen nur vor, wenn der Lehrer

nicht zu faul ist, vom vorgegebenen Stoff mit persönlichem Einsatz abzuweichen.

Immer noch werden die Bemühungen des Tourismus in der Öffentlichkeit als Subventionspolitik einzelner Interessensvertreter wahrgenommen. Immer noch wird dem Engadin eine Ski-WM missgönnt, ohne den direkten Nutzen für alle zu sehen.

Die Tourismusorganisationen müssen wieder den Mut haben, sich bei allem Zeitdruck auch aktiv um die ei-

„
Das Tourismus-
engagement wird
falsch interpretiert
„

gene Bevölkerung zu kümmern und dafür sogar Geld auszugeben. Auch nur mit 10 Prozent der Marketingmittel wäre der Erfolg wohl kaum zu vermeiden.

Reto Küng (35) studierte Betriebswirtschaft an der Universität St. Gallen (HSG) und ist Mitinhaber der PR- und Event-Agentur dettofatto in Chur. Er ist Präsident des Verwaltungsrates der Freizeit Graubünden AG und war 5 Jahre Direktor von Chur Tourismus. Im Tourismusforum des BT kommen Persönlichkeiten zu Wort, die mit dem Tourismus verbunden sind.



Reto Küng

Momentaufnahme



Lockerbie-Prozess vor dem Abschluss

Die beiden libyschen Angeklagten im Lockerbie-Prozess um den Absturz eines Pan-Am-Jets über Schottland vor zwölf Jahren sollen nach dem Willen der Ankläger wegen Mordes hinter Gitter. Die Beweise zeigten klar, dass die beiden Libyer durch einen ausgetüftelten Plan eine Bombe an Bord des Flugzeugs gebracht hätten, sagte Staatsanwalt Alastair Campbell im niederländischen Camp Zeist. Ein Schuldspruch wegen Mordes würde automatisch lebenslange Haft für die Angeklagten Abdel Basset Ali el Megrahi (links) und El Amin Chalifa Fhimah bedeuten. Sie sollen einen Koffer mit Sprengstoff an Bord des Jumbos geschmuggelt haben, der am 21. Dezember 1988 über der schottischen Ortschaft Lockerbie explodierte. Dabei kamen 270 Menschen ums Leben. Die Angeklagten streiten die Vorwürfe ab. Ein Urteil wird frühestens in einigen Wochen erwartet.

(sda/Ky)