

HINTERGRUND

Weltbevölkerung – Indien wächst weiter

Feierabend in Mumbai: Gegen 18 Uhr strömen rund sieben Millionen Angestellte aus den Büros auf die Bahnhöfe der indischen Wirtschaftsmetropole. Die Waggon sind überfüllt, einige Fahrgäste klammern sich an die Eisenbahntür. Für so manchen, der dabei den Halt verliert, endet die Heimfahrt gar tödlich. Das tägliche Gerangel, verstopfte Strassen und das pulsierende Leben in den Slums zeugen davon: Die indische Bevölkerung wächst rasant. Schon jetzt hat der Subkontinent mit geschätzten 1,2 Milliarden Einwohnern die zweitgrösste Bevölkerung weltweit. Sollte das Land um das Jahr 2030 wie erwartet die 1,6-Milliarden-Marke überschreiten, wird es Schätzungen zufolge an China vorbeigezogen sein.

Indien ist jung: Mehr als die Hälfte der Einwohner ist unter 25 Jahre alt. Das freut manche heimische Politstrategen – von einer sogenannten «Jugend-Dividende» ist die Rede, einem Humankapital, das dem aufstrebenden Indien in den kommenden Jahrzehnten einen Produktionsschub bescheren könnte. Doch diese Hoffnung teilen nicht alle: «Wenn die junge Bevölkerung ungebildet, ungelern und arbeitslos bleibt, wird diese Dividende verschwendet», erklärt die in Neu-Delhi ansässige Demografin Shereen Jejeebhoy von der Organisation Population Council. Sorge bereitet den Experten auch eine Geschlechterklüft, die zumeist einer tief verwurzelten Tradition entspringt: In vielen indischen Familien werden Jungen bevorzugt. Die Nachfrage nach pränatalen Tests zur Geschlechtsbestimmung steigt – und damit auch die Zahl abgetriebener weiblicher Föten. Bei den unter Sechsjährigen kommen auf 1000 Jungen nur 914 Mädchen. Aber trotz der beeindruckenden demografischen Zahlen hat sich das Tempo des Bevölkerungswachstums in Indien verlangsamt. So wird die Zahl der Kinder pro Frau von derzeit 2,6 nach Expertenangaben bis zum Jahr 2025 auf 2,1 fallen und 2035 bei 1,8 Prozent liegen.

Im Nachbarland China, dem mit 1,34 Milliarden Menschen bevölkerungsreichsten Land der Erde, zeichnet sich schon jetzt eine demografische Abwärtsspirale ab. Schätzungen zufolge wird die dortige Bevölkerung ab 2027 dramatisch schrumpfen. «Es ist wie bei einem Zug, der auf den Gleisen auch trotz abgeschalteten Motors noch weiterfährt», sagt Demografieprofessor Gu Baochang von der Pekinger Renmin-Universität. Im Durchschnitt liegt die Zahl der Kinder pro Frau bei 1,5 und damit deutlich niedriger als die Rate von 2,1, die laut Demografen in Industrieländern zur Erhaltung einer stabilen Bevölkerungszahl nötig ist. So dürfte es in China schon bald zu wenige junge Menschen geben, um die stark wachsende ältere Generation zu unterstützen.

Alexa Olesen, Peking

Bündner Tagblatt

Herausgeberin: Südostschweiz Presse und Print AG.
Verleger: Hanspeter Lebrument, CEO: Andrea Masüger.

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

Redaktion: Gieri Dermont (Aussenredaktion Surselva, de), Denise Erni (dni), Ariane Heyne (hey), Silvia Kessler (ke), Sabine-Claudia Nold (nol), Julian Reich (jul, Leitung Ressort Kultur), Thomas Spinas (ts), Claudio Willi (wi). Redaktion Sport: René Weber (Leitung, rw), Hansruedi Camenisch (Stv., ca), Kristian Kapp (kk), Johannes Kaufmann (jok), Jürg Sigel (js).

Redaktionelle Mitarbeiter: Dragica Blagojevic (Beilagenredaktion), Sabrina Bundi (Aussenredaktion Surselva, bun), Juscha Casaulta (jc), Flurina Maurer (fm), Cornelius Raeber (Beilagenredaktion), Jonas Schneeberger (jos), 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.

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

Reichweite «Die Südostschweiz»:
122 470 Exemplare (WEMF/SW-beglaubigt),
236 000 Leser (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.

TOURISMUSFORUM

Innovationskreisel für den Bündner Tourismus

Prognostizierte Rückgänge in der Hotellerie von 25 Prozent (GRF-Präsident Andreas Wieland) und zehn Prozent bei den Bergbahnen (Präsident Silvio Schmid), keine Chance im Preiswettkampf mit der Konkurrenz, Frankenstärke und Euroschwäche nicht mehr als Trend, sondern Zustand: Es wird Zeit, den Innovationskreisel im Bündner Tourismus zu drehen!

Was kann der Tourismus Innovatives leisten, wenn er es nicht bei Gratis-Fondues, Free-Up-grades und Destinationstälern bewenden lassen will? Tourismus-untypisch empfehle ich den Blick über die Branchengrenze hinaus zum KMU-Fokus Innovation, welcher derzeit vom Schweizerischen Institut für Entrepreneurship der HTW Chur und der GKB durchgeführt wird. Fünf Elemente bringen demnach den Innovationskreisel in Schwung: die Vision, die Offenheit für neue Ideen, der motivierende Unternehmer, die kundenorientierte Planung sowie der Innovati-

»
Ist der Bündner
Tourismus
offen
für neue Ideen?
»

onsprozess selber. Wie stehts mit den Visionen im Bündner Tourismus? Ich nehme den wichtigsten Schweizer Tourismuspreis, den Milestone 2011, zum Vergleich: Von 20 Nominierungen stammen drei aus der Bündner Hotellerie, zwei von Arosa Tourismus und eine von der Destination Engadin Scuol Samnau. Das

«Arte»-Hotel in Bregaglia, das Trendhotel «Robinson Club Schweizerhof» in Vulpera und das RomantikHotel «Muottas Muragl» machen Hoffnung auf weitere Visionen – vielleicht auch im deutschsprachigen Teil von Graubünden. Arosa Tourismus ist mit dem immer noch einzigartigen Humor-Festival und seinem Planspiel zum Destinations-Management nominiert. Ob die Leistungsträger aus Lenzerheide auch



Reto Küng

bald mitspielen dürfen? Und die Nationalpark-Region zeigt ihre exemplarische Ausrichtung auf die Nachhaltigkeit. 30 Prozent der Nominierungen aus Graubünden: Prädikat überdurchschnittlich! Die Ausgangslage für den weiteren Innovationsprozess scheint mindestens in Bezug auf die Schweizer Konkurrenz vielversprechend. Ist der Tourismus offen für neue Ideen? Dafür eine Vergleichsgrösse zu finden, scheint auf den ersten Blick fast unmöglich. Doch wie stehts denn mit der 30 Millionen schweren Innovationsstiftung im Kanton Graubünden? Unter anderem sollen neue, innovative sowie national und international wettbewerbsfähige Produkte und Dienstleistungen gefördert werden. Die Geschäftsstelle der Stiftung müsste wohl mit innovativen Gesuchen aus dem Tourismus bombardiert werden. 23 Projekte wurden gemäss Homepage bisher bewilligt. Im Jahresbericht 2010 steht vielsagend: «Die Tourismusbranche ist bei den eingereichten Projekten leider unterrepräsentiert». Wer offen für neue Ideen ist, der handelt auch – und dazu gehört auch

die Nutzung von Plattformen wie der Innovationsstiftung.

Wer kommt Ihnen als motivierender Tourismusunternehmer in den Sinn? Reto Gurtner? Kurt Baumgartner? Carlo Schertenleib? Niemand? Nein, den Steve Jobs des Bündner Tourismus gibt es und braucht es wohl auch nicht. Woran es aber keinesfalls mangelt, ist Leadership. Von der Vision und den Ideen überzeugt sein, als treibende Kraft glaubwürdig

vorangehen. Nicht von ungefähr sind die (selbstverständlich nur beispielhaft) genannten Namen alles solche von Leistungsträgern aus der Hotellerie und von Bergbahnen, aber (noch) nicht aus Destinationen. Reto Gurtner und Carlo Schertenleib haben sich ihre Destination quasi selber zusammengebaut, und Kurt Baumgartner ist der Bündner Meister der horizontalen Integration. In den touristischen Destinationen gibt es immer noch zu viele Ränkespiele und unverbesserliche Trittbrettfahrer. Wer zu viel Energie nach innen verliert, kann nach aussen keine mehr entfalten. Auch darum ist wirklich zu hoffen, dass Graubünden die Chance zu einem innovativen Ja zur schweizweit ersten Tourismusabgabe nicht vergibt.

Wie sieht es mit dem Innovationsprozess aus? Visionen und Ideen alleine genügen nicht, um Innovationen zum Durchbruch zu verhelfen. Es braucht Planung, Ressourcen und eine zielführende Vorgehensweise. Doch auch der effektivste Innovationsprozess nützt nichts, wenn eine neue Idee den Bedürfnissen der Kunden nicht entspricht. Die

Innovationen funktionieren nur, wenn der Kunde sie auch akzeptiert und konsumiert. Damit dies geschieht, müssen sie vom Kunden wahrgenommen werden. Marketing und Verkauf spielen – nicht als Selbstzweck, sondern als Sprachrohr zur Kommunikation von wirklichen Innovationen – eine zentrale Rolle. Nebst den einzelnen Leistungsträgern sind vor allem die Destinationen gefragt. Dafür können sie die Mittel aller Nutzniesser zusammenlegen und im anspruchsvollen in-

»
Für einen
Innovationsprozess
braucht es
Mut zum Risiko
»

ternationalen Wettbewerb sprichwörtlich für Aufsehen sorgen. Wer aber in der Krise wegen sinkender Logiernächte stetig sein Marketingbudget kürzen muss, wird seine Innovation am Markt kaum platzieren können. Das führt mich zum letzten Punkt des Innovationsprozesses: Es braucht Mut zum Risiko und den entsprechenden Einsatz. Ohne die finanzielle Sicherheit der Tourismusabgabe wird man den Innovationskreisel in den Bündner Tourismusdestinationen nicht so schnell in Schwung bringen.

Reto Küng (45) studierte Betriebswirtschaft an der Universität St. Gallen. Er ist Inhaber der Agentur Küng Pluskom für Kommunikation, Tourismus und Standortmarketing in Chur (www.pluskom.ch). Früher war er Mitglied der Geschäftsleitung Freicom AG für integrierte Kommunikation sowie Mitinhaber der PR- und Event-Agentur Dettofatto, VR-Präsident der Freizeit Graubünden AG und Tourismusdirektor in Chur. Im BT-Tourismusforum kommen wöchentlich Persönlichkeiten zu Wort, die mit dem Tourismus in Graubünden verbunden sind.

Momentaufnahme



Süsses oder Saures?

Gestern, am Abend des 31. Oktober, wurde in vielen Ländern Halloween gefeiert. Das Fest stammt ursprünglich aus Irland und umfasste Feierlichkeiten am Vorabend von Allerheiligen. Heute ist das Fest vor allem eine Freude für die vielen Kinder, die von Haus zu Haus ziehen und «Süsses oder Saures» fordern.