



Medienmitteilung 14.04.2010

## **20. TourismusForum Alpenregionen (TFA) in Engelberg**

**Unter dem Leitthema „emotion in tourism“ und mit über 230 Teilnehmenden ist das dreitägige Jubiläumsforum vom 12. – 14.04.2010 im neuen Kursaal Engelberg über die Bühne gegangen. Mit der Diskussion um die kommende Sinngesellschaft, der geforderten Abkehr vom Wachstums-Denken und dem noch brach liegenden Potenzial im World Wide Web hat sich das TFA wiederholt als Think-Tank für die internationale Tourismuswirtschaft im Alpenraum etabliert.**

### **Echte Emotionen – die Sinn- und Erfahrungsgesellschaft kommt**

Wenn die Angebote durch die Globalisierung immer gleicher und damit austauschbar werden, dann taugen Infrastruktur, technische Ausstattung - die so genannte Hardware - nicht mehr, um sich von Mitbewerbern abzuheben. Der Preis wird dann zum einzigen Unterscheidungsmerkmal.

Hotels, Bergbahnen und ganze alpine Destinationen, die sich dieser „Ver-Industrialisierung“ entziehen können, haben die besten Chancen, wenn sie auf Echtheit – Authentizität – und Emotionen setzen. Dabei können Emotionen nicht konstruiert werden, sondern entstehen in zwischenmenschlichen Begegnungen und durch das Eingehen auf spezifische und versteckte Wünsche der Gäste. Allan Guggenbühl, der bekannte Schweizer Psychologe, dazu: „Der Mensch sagt nicht wirklich, was er will. Wir müssen den Gast lesen lernen.“ Die renommierte Freizeitforscherin und Soziologin Felizitas Romeiss-Stracke (Autorin von „Abschied von der Spassgesellschaft“) prophezeit in Westeuropa eine auf ein Drittel der Bevölkerung anwachsende Sinngesellschaft. Diese Menschen brauchen nicht mehr Halli-Galli und All-Inclusive rund um die Uhr, sondern schätzen Einfachheit, Natur- statt Kunstwelten und echte Erfahrungen, die emotional berühren, wollen dabei aber auf Komfort nicht verzichten.

## **Abschied vom Wachstums-Paradigma**

Die über 200 anwesenden Unternehmer und Touristiker führten eine intensive und kontroverse Diskussion rund um das Thema „Wachstum oder Schrumpfung“. Während das von Raymond Cron vorgestellte Mega-Projekt „Andermatt Swiss Alps“ mit Investitionen von CHF 1'500 Mio. realisiert werden soll, ersucht Gerlind Weber (Institut für Raumplanung der Universität Wien) um eine Abkehr vom reinen Wachstums-Denken in potenzialarmen, peripheren Räumen. Sie machte deutlich, dass Schrumpfung kein Tabu mehr sein darf, sondern eine dem Wachstumsgedanken gleichwertige Strategie werden muss. In der zukünftigen Sinngesellschaft erhalten die sogenannten potenzialarmen Räume und nicht überbauten, ursprünglichen Landschaften zudem eine neue, erfolgsrelevante Bedeutung. Einen handfesten Beweis für diese Prognose liefert das Almdorf Seinerzeit in Kärnten, das heute schon authentische, einfachste Almhütten mit 5-Sterne-Service zu Höchstpreisen und mit eindrucksvoller Auslastung betreibt.

## **Touristisches Online-Marketing (noch) in den Kinderschuhen**

Die reine Präsenz der touristischen Angebote im weltweiten Netz reicht heute bei weitem nicht mehr aus. Beispiele wie Davos und Zermatt zeigen, dass richtiges Online-Marketing heute sehr komplex, anspruchsvoll und vor allem auch personalintensiv ist. Es genügt nicht, eine perfekte, wunderschöne und alles umfassende Website aufzustellen. Genauso wichtig ist, dass sie über Google & Co. rasch gefunden wird und der Gast mit möglichst wenig Klicks sein gewünschtes, oft aus mehreren Leistungen (Anreise, Hotel, Ausrüstung, Skipass usw.) bestehendes Angebot direkt buchen kann. Sehr grosse Bedeutung erlangen die Social Media Plattformen wie Facebook, Twitter etc. mit enormen und täglich wachsenden Besucherzahlen.

Zusätzlich soll das Online-Marketing einer Destination den Hotels, Bergbahnen und anderen Leistungsträgern den Zugang zu weiteren Vertriebskanälen öffnen. So vernetzt beispielsweise die neue ePlattform Graubündens die angeschlossenen Destinationen bereits direkt mit über 10'000 Reisebüros von TUI Deutschland.

Wer das Potenzial der Online-Plattformen erschliessen will, muss die Aktivitäten und den Verkehr darauf laufend und genau auswerten. Dabei ändern sich die Nutzer-Gewohnheiten sehr schnell und erzwingen ständige Anpassungen und Weiterentwicklungen. Deshalb ist auch Online-Marketing personalintensiv.

Weitere Informationen auf [www.tourismusforum.ch](http://www.tourismusforum.ch) oder +41 (0)81 354 98 00

## Bildergalerie



Im neuen Kursaal in Engelberg ging das 20. TFA drei Tage lang mit über 230 Teilnehmern über die Bühne.



Emotionales Erlebnis-Dinner  
am Montag 12.04.2010: Rund  
100 Teilnehmer lassen zum  
Jubiläum des TFAs 20 Later-  
nen in den Himmel steigen.



Jubiläums-Feier am  
Dienstag, 13.4.2010:  
Engelbergs Maskott-  
chen „Globi“ gratuliert  
Dr. Roland Zegg, Ver-  
anstalter des TFAs, zur  
20. Durchführung.