

## Akzeptieren. Ignorieren. Neu definieren.

### Wie der alpine Tourismus an den Grenzen des Wachstums operiert.

**Internationale TOP-Referenten, wie der Co-Autor des weltbekannten Buches „The Limits to Growth“ (1972), Jørgen Randers, und der CEO der Aspen Skiing Company/Colorado, Mike Kaplan, standen unter anderem vom 3. bis 5. April auf der Bühne des 23. TourismusForums Alpenregionen in Interlaken. Grenzen ausloten und Grenzen überwinden – wie und mit welchen Mitteln das im Tourismus geht, diskutierten die Teilnehmenden und Referenten am Branchenevent sehr angeregt.**

Das erste Mal war das Fachforum der Führungskräfte von Bergbahnen und aus dem Tourismus zu Gast im Berner Oberland und lockte 180 Teilnehmende zu spannenden Forumstagen in die Destination Interlaken.

Der norwegische Buchautor und Klimaforscher Jørgen Randers eröffnete das Branchen-Event im 5-Sterne-VICTORIA-JUNGFRAU Grand Hotel & Spa und zeigte ungeschönt einen Blick in die Zukunft.

Seine Kernbotschaft: Bevölkerung und Wirtschaft wachsen zwar weniger schnell als von anderen Experten erwartet, aber immer noch rasch genug, um durch weitere, starke Umweltbelastungen eine Klimakrise auszulösen. Die Umweltschäden werden steigen und damit auch die Kosten für deren Behebung. Unser nur auf Kurzfristigkeit ausgelegtes Tun und Handeln outete Randers als eine der markanten Ursachen.

Besonders gespannt lauschten die Teilnehmenden seinen Empfehlungen für den alpinen Tourismus. Nicht nur Interlaken dürfte mit seinen Ausführungen zur Entwicklung des durchschnittlichen Einkommens frohlockt haben: Demnach werden die Chinesen die Rangliste anführen. Laut Randers wird sich das Salär der chinesischen Mittelklasse bis 2052 fast verfünffachen.

Weil die Wirtschaft im Westen stagnieren und im Osten wachsen wird, seien weiter steigende Ankünfte von Touristen aus dem Osten zu erwarten.

Die zwei wichtigsten Fazits des Buchautors: Es gilt, die Gesamtzahl der Gäste in den Destinationen zu limitieren, um die Natur nicht weiter zu zerstören. „Overcrowding“ sei schon jetzt für so manche Destination gefährlich. „Erhöht die Preise, nicht die Anzahl Gäste“ lautete die Antwort Jørgen Randers auf die Frage der Moderatorin, wie sich Feriengebiete davor schützen sollten.

„Eine hohe Qualität der Angebote ist jedoch zwingende Voraussetzung, um hohe Preise zu veranschlagen“, mit diesen Worten schloss Randers seine Ausführungen.

Dem stimmte Hannes Rabanser, Hotelier & Gastwirt vom Tirlir Living auf der Seiser Alm am zweiten Forumstag ohne Einschränkungen zu: „Damit unsere Gäste bereit sind, höhere Preise zu bezahlen, müssen Produkt und Dienstleistungen stimmen.“

Seine Hütte wurde von Gästen zur schönsten Südtirols gewählt. Das neu gebaute Hotel, dessen Konzept speziell auf die Zielgruppe von Allergikern ausgerichtet ist, wurde als einziges Hotel in Italien von der Europäischen Stiftung für Allergieforschung (ECARF) ausgezeichnet.

„Rabattitis oder Preisdifferenzierung mit System“ zog sich wie ein weiterer roter Faden durch die Vorträge und Forumsdiskussionen. Was bringen Preismodelle wie „Skipass inklusive“, das Dieter Bogner von der Engadin St. Moritz Mountains AG zusammen mit Thomas Walther vom Relais & Chateau Hotel Walther Pontresina präsentierten? Ist das bei Airlines schon seit Jahren effizient eingesetzte Revenue Management, wie es von Dr. Karls Isler von der Swiss Air vorgestellt wurde, auch ein wirkungsvolles Instrument für Bergbahnen und/oder Destinationen und Hotels? Eine abschliessende Antwort werden wohl die Zahlen der Bergbahnen und Destinationen der nächsten 3 bis 5 Jahre erst liefern.

Verstärkung des Sommerangebotes und Inszenierung am und um den Berg beschäftigte die Teilnehmenden neben dem Wachstums- und Preisthema gleichermaßen. Eine herausfordernde Entscheidung, die aktuell die Schweizer Destinationen in ihrer strategischen Zukunftsplanung stark beschäftigt.

Professor Hubert Siller vom Management Center Innsbruck (MCI) und Franz Tschiederer von Serfaus zeigten auf, dass es schon heute nur noch eine Handvoll Destinationen im Alpenraum gibt, in denen das klassische Winterangebot noch stärker ist als die Sommersaison.

Das bestätigte auch der CEO der Aspen Skiing Company, Mike Kaplan, der exklusiv für das TFA aus Colorado angereist war, in seinem Vortrag: Auch in Nordamerika werde der Sommer immer wichtiger: „Whistler ist bereits sehr stark mit über 300 000 Mountainbike-Gästen im letzten Jahr. So sind auch in Aspen die Mountainbiker eine wichtige Zielgruppe, um ein gutes Sommergeschäft zu erzielen und werden derzeit neue Mountainbike-Wege angelegt“. Trotzdem bleibt der Fokus laut Kaplan beim Winter. „Wir sind ein Ski-Resort, und das wollen wir auch bleiben.“, sagte er in der anschliessenden Fragerunde.

Norbert Karlsböck, Vorstand der Gletscherbahnen Kaprun AG, setzt hingegen intensiv auf den Sommer – und das mit wachsendem Erfolg. Da der Gletscher dort immer mehr schmolz, wurde das Sommer-Skifahren eingestellt.

Wurden 2009 noch 80 000 Gäste auf dem Berg gezählt, waren es letztes Jahr bereits 138 000 – also über 70 Prozent mehr. Diese guten Zahlen kommen aber nicht von allein. „Anders sein als die anderen, unvergessliche Erlebnisse schaffen, Genuss und Kreativität bieten. Und das sind nur die wesentlichen Dinge, die zum Erfolg führen“, so die klare Botschaft von Karlsböck. Eine Sommerkarte, welche den Gästen von rund der Hälfte aller Hotels vor Ort gratis viele Attraktionen inklusive der Fahrt auf das Kitzsteinhorn bietet, bewährt sich mehr und mehr.

Grenzen überwinden, Hindernisse aus dem Weg schaffen und an Herausforderungen wachsen – der bekannte Skirennfahrer und heutige Unternehmer Marc Girardelli wusste, wovon er am Ende des zweiten Forumstages sprach. „In den Momenten, als ich ganz unten war, war ich am stärksten. Wenn mich alle abgeschrieben haben, hat mich das zusätzlich motiviert“ erzählte er einem sichtlich beeindruckten Publikum und schaffte so einen besonderen Höhepunkt.

Der dritte Forumstag führte bei den immer wieder begehrten Outdoor-Forumstouren einerseits auf das Jungfraujoch, wo Urs Kessler, Direktor der Jungfrauabahn AG die überzeugende Strategie der Jungfrauabahn, das anspruchsvolle Projekt am Ostgrat sowie das „V-Projekt“ vorstellte. Die zweite Tour veranschaulichte ein weiteres Kernangebot der Destination Interlaken: das der Backpacker und Hostels. Ein grosser Teil der Logiernächte – in 2012 waren es rund 160 000 - wird hier in diesen Betriebsarten generiert. „Die Wertschöpfung für die Region ist trotz der tiefen Übernachtungspreise gegeben, da dieses Gästeklientel viel Geld für Aktivitäten ausgibt“, erklärte David Bühler, Gastgeber in der „Backpacker Villa Sonnehof“. Das bestätigte auch Fredi Gmür, CEO der Schweizer Jugendherbergen (SJH), als er den Teilnehmenden sein neues „3a-Konzept“ in der SJH Interlaken zeigte.

Mit besonderer Freude geht das TFA-Team nun an die Vorbereitung der 24. Ausgabe des Branchen-Events, denn diese findet in der Heimat des Veranstalters grischconsulta, in Graubünden, statt.

Vom **31. März bis 2. April 2014 lockt die Destination Arosa-Lenzerheide** zum Wissens- und Erfahrungsaustausch und zu einzigartigen Einblicken in das spannende Verbindungsprojekt zweier grosser Skigebiete.

**Pressekontakt / Anforderung Bildmaterial:**

TourismusForum Alpenregionen

c./o. grischconsulta AG

Kathrin Spiller

Sägenstrasse 8

CH-7000 Chur

Fon: +41 – 81 – 3 54 98 00

[info@tourismusforum.ch](mailto:info@tourismusforum.ch) / <http://tourismusforum.ch>