



**ANDREAS WALSER (1908-1930)**

## Von einem, der die Welt erobern wollte und fast vergessen ging.

Seite 21

**BAUWIRTSCHAFT**

Fast eine Milliarde Franken Umsatz dank Aufträgen des Kantons.

Seite 3

# Bündner Tagblatt

Eine Ausgabe der Schweiz am Wochenende

## am Wochenende

4. März 2017



## So geht es aufwärts

Die Bündner Bergbahnen brauchen neue Perspektiven. Ein Kenner gibt Ratschläge.

VON NADJA MAURER

Viele Bündner Bergbahnen stecken in einer Krise. Seit Jahren brechen die Gästezahlen insbesondere aus Traditionsmärkten in Europa weg, die Anzahl Skifahrer und Snowboarder ist rückläufig – ein Ende scheint nicht in Sicht. Der Wandel im Markt zwingt die Bergbahnunternehmen zum Handeln. Doch es gibt ein Problem: Sie kennen ihre Gäste zu wenig. Dieses Fazit zieht Roland Zegg, Geschäftsführer von Grischconsulta. Das Tourismusberatungsunternehmen mit Sitz in Maienfeld publizierte kürzlich seine Gesamtstudie «Bergbahnen wohin? - 2025». Die Studie zeigt Trends, analysiert Zielgruppen sowie Märkte und präsentiert fünf vielversprechende Entwicklungspfade für Bergbahnen und alpine

Destinationen. Im Interview mit dem «Bündner Tagblatt» wird Zegg deutlich. Der Bergbahnkenner kritisiert, dass sich die Bündner Bahnen noch immer zu stark auf den Skifahrer fokussieren. «Während man hier noch auf Ski setzt, haben die Ausflugsbahnen in der Schweiz 50 Prozent mehr Gäste gewonnen», vergleicht er. Potenzial sieht der ehemalige Verwaltungsratspräsident der Lenzerheide Marketing und Support AG vor allem im Sommer.

Zegg spricht im Interview auch über Investitionen von der öffentlichen Hand in Bahnanlagen, vom Gesund-schrumpfen, das faktisch nicht passiert, und nennt potenzielle Märkte und Zielgruppen, die Wachstum versprechen könnten. **Seiten 7+9**



Wohin führt der Weg der Bündner Bergbahnbetriebe?

Foto Olivia Item

### Der HC Davos vor den Play-offs

Was kommt für die Davoser? Arno Del Curto im Interview

Seite 41

### Selbstständigkeit dank Technologie

Wissenschaftscafé zum Alltag mit maschineller Hilfe

Seite 9

### Tatortreinigerin waltet ihres Amtes

Corina Dietsch erzählt aus ihrem beruflichen Alltag

Seite 3

### Leitartikel

## Einen Schritt weiter: Die neue Wochenendausgabe



LUZI BÜRKLI

ÜBER DAS BT AM WOCHENENDE

Nun liegt sie in Ihren Händen, geschätzte Leserin, geschätzter Leser, die neue Wochenendausgabe des «Bündner Tagblatts». Sie setzt fort, was das BT schon vor mehreren Jahren, noch unter der früheren Chefredaktorin Larissa Bieler, begonnen hat. Stetig haben wir die bisherige Samstagsausgabe des BT aus- und aufgebaut. Entstanden sind

neue Kolumnen wie der Tipper - immer noch und tatsächlich auf einer Schreibmaschine geschrieben -, und viele weitere Gefässe, die wir auf der Redaktion extra fürs Wochenende «aufsparen» wollten. Die Idee dahinter war und ist: Am Wochenende bleibt mehr Zeit für die Lektüre von spannenden Reportagen, treffenden Analysen und unterhaltsamen Texten. Der Sonntag hat beim BT schon immer am Samstag begonnen, mit der neuen Wochenendausgabe können wir nun noch einen Mehrwert bieten. Die neue Ausgabe ist dank der Vereinigung mit der «Schweiz am Wochenende» nicht nur dicker, sondern auch vielseitiger.

Der gesamte zweite Zeitungsbund informiert über Aktuelles aus dem In- und Ausland, der Wirtschaft und der Welt des Sports. Der spezielle dritte Wochenende-Bund als Beilage ist der Kultur und verschiedenen

Service-Themen gewidmet. Er bietet Lesestoff fürs ganze Wochenende, sodass es die bisherige «Schweiz am Sonntag» nicht mehr braucht. Am Wichtigsten aber ist unser «Kerngeschäft», die Region. Im ersten Bund berichtet das BT wie gewohnt interessant und seriös über Menschen und Themen aus dem Kanton. Das «Bündner Tagblatt» als älteste Tageszeitung in Graubünden weicht von diesem Kurs nicht ab.

In der aktuellen ersten Wochenendausgabe widmen wir uns etwa der dringenden Frage nach der weiteren touristischen Entwicklung des Bergkantons. Roland Zegg von Grischconsulta nimmt im Interview kein Blatt vor den Mund und sagt deutlich, wo die Schwachstellen liegen und was beispielsweise die Bündner Bergbahnen bisher verschlafen oder verpasst haben. Spätestens seit dem zweiten Nein zu Olympi-

schen Winterspielen in Graubünden ist es an der Zeit für eine schonungslose Analyse, die auch einen Plan B aufzeigen kann. Als Zeitung wollen wir unseren Beitrag dazu leisten und wagen auch eigene Vorschläge - wie vor einer Woche, als Chefredaktor-Stv. Norbert Waser darlegte, wie die früheren Skilager als «systemrelevante Infrastruktur» für den Wintertourismus reaktiviert werden könnten. Mit Leitartikeln und Kurzkomentaren zum Wochenende beziehen wir zudem Position, eine Zeitung soll nicht nur Orientierungshilfe leisten, sondern auch klare Standpunkte vertreten.

Ich bin überzeugt, Sie werden das «Bündner Tagblatt» in der neuen Wochenendausgabe wiedererkennen und wünsche Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre. Am kommenden Montag erscheint Ihr BT wieder im gewohnten «Werktags»-Layout.



### 17 Jahre in der Churer Gastroszene

Franca Stähli blickt zu ihrem Abschied zurück

Seite 12



INERAT

**Golf Club Alvanen Bad**

**Attraktive Mitgliedschaften und Einsteigerangebote.**

**Einsteigerkombi light, mit Platzreife: Fr. 990.-**

**Jetzt informieren: [www.golf-alvanen.ch](http://www.golf-alvanen.ch)**

**Rhätische Bahn Familienbillet für CHF 29.00**

Sonntags-Erlebnisse für die ganze Familie! [www.rhb.ch/familienbillet](http://www.rhb.ch/familienbillet)

graubündenPASS

# Roland Zegg: «Es ist eine Malaise»

Bergbahnen wohin? Diese Frage stellt sich Roland Zegg von Grischconsulta und blickt ins Jahr 2025. Ein Interview.

VON NADJA MAURER

**Roland Zegg, es ist ein Zufall: Kurz nach der letzten Olympia-Abstimmung 2013 haben wir mit Ihnen ebenfalls ein Interview geführt. Sie waren damals überrascht, dass St. Moritz und Davos Ablehnungsraten von 40 Prozent aufwiesen. Sie meinten, dass ein breiter abgestütztes Austragungskonzept möglicherweise zum Erfolg geführt hätte. Nun waren es am Sonntag vor drei Wochen - trotz dezentralem Konzept - mit 56 Prozent respektive 52 Prozent deutlich mehr Nein-Stimmen. Wie erklären Sie sich dieses Nein?**

**Roland Zegg:** Ich glaube, dem Konzept hat erstens die Glaubwürdigkeit gefehlt. Zweitens waren die Erfolgchancen nach der Absage aus Zürich sehr viel kleiner. Drittens kam zum Ausdruck, dass der Kanton keine überzeugende Langfriststrategie für den Tourismus in Graubünden hat. Dem Ganzen fehlte die Stringenz, das Konzept war nicht eingepasst in eine überzeugende Gesamtlösung. Die Stimmbevölkerung wurde misstrauisch. Wir hatten ein kleines olympisches Flämmchen, nun stehen wir vor einem Scherbenhaufen. Es kann aber ein heilsamer Scherbenhaufen sein, wenn man jetzt etwas daraus macht und sich dazu bekennt, Innovationen zu bringen und in eine gemeinsame Richtung zu gehen. Vor allem sollten die Destinationen gestärkt werden. Der Tourismus läuft dort gut, wo die Destination stark ist. Schliesslich kommt dazu, dass sich die Bevölkerung in den grossen Destinationen noch immer in einer Sicherheit und in einem Wohlstand wähnt und nicht merkt, dass dieser seit Jahren kontinuierlich abbröckelt. Das ist das Dramatische.

**Wie hätten denn die Bündner Bergbahnen von Olympischen Spielen profitiert?**

Die Bergbahnen hätten sehr profitiert, weil die Spiele ein Kompetenzbeweis für den Wintersport mit einer sehr grossen Promotionswirkung gewesen wären. Es hätte dem Wintersport und dem Skifahren gut getan. Zudem hätte der Kanton Graubünden einer sehr grossen Öffentlichkeit zeigen können, dass man hier sehr gut Skifahren kann und nach wie vor noch Schnee hat - nach wie vor.

**Jetzt stehen wir also vor einem Scherbenhaufen. Ein guter Moment, um Ideen anzugehen. Sie haben kürzlich ihre Gesamtstudie «Bergbahnen wohin - 2025» präsentiert. Sie zeigen darin Entwicklungspfade für Destinationen und Bergbahnbetriebe auf. Gleich zu Beginn kritisieren Sie, dass die Bergbahnen ihre Kunden gar nicht kennen würden. Wurden die Hausaufgaben nicht gemacht?**

Es ist eine harte Aussage, aber ja, ich meine, viele Bergbahnen haben ihre Hausaufgaben nicht gemacht, und zwar in dem Sinn, dass sie nicht frühzeitig auf neue Produkte aufgebaut und neue Märkte akquiriert haben.

**Sie haben zu lange auf den klassischen Skifahrer gesetzt?**

Ja. Bergbahnunternehmen sind nach wie vor sehr technikorientiert und enorm stark fixiert auf den Winter und auf Ski. Damit war spätestens im Jahr 2007 und mit der Finanzkrise Schluss. Seither geht das Geschäft mit dem Skisport massiv abwärts. Dennoch sind bis heute keine valablen Alternativen im Kanton aufgebaut worden. Die Bergbahnen haben nicht die nötige Voraussicht betrieben, weshalb der Rückgang von insgesamt 25 Prozent in sieben Jahren deutlich ist. Es gibt Ausnahmen, etwa Laax, wo sehr innovativ und kundenorientiert gearbeitet wird, oder Lenzerheide und Arosa. Aber eine grosse Mehrheit hat ihre strategische Planung nicht auf neue Produkte oder Märkte ausgerichtet.

**Kundenorientiert zu arbeiten ist schwierig, wenn man den Kunden gar nicht kennt.**

Es ist echt erstaunlich, dass viele Bergbahnen keine detaillierten Markt- und Gästeanalysen haben. Sie kennen ihre Gäste nicht gut.



«Viele Bergbahnen kennen ihre Gäste nicht»: Roland Zegg übt Kritik an den Bergbahnunternehmen. Foto Yanik Bürkli

## Zur Person

Roland Zegg ist Gründer und Geschäftsführer der Unternehmens- und Tourismusberatungsfirma Grischconsulta in Maienfeld. Sein Unternehmen feiert heuer das 30-jährige Bestehen. Zwei Jahre nach der Firmengründung rief Zegg 1989 das Tourismusforum Alpenregionen (TFA) ins Leben. Die 27. Ausgabe des TFA findet vom 27. bis 29. März 2017 im Ötztal/Sölden statt (tourismusforum.ch). Zegg ist Initiator von ibex fairstay und seither Präsident des Zertifizierungskomitees. Von 2009 bis 2015 war er Verwaltungsratspräsident der Lenzerheide Marketing und Support AG (LMS).

Wenn man sich in einem Verdrängungswettbewerb befindet, ist das dramatisch. Fluggesellschaften, Autofirmen und der Detailhandel können das Einkaufsverhalten ihrer Kunden genau abbilden. Das können die Bergbahnen nicht. Deshalb steht man jetzt da und weiss oft gar nicht, wie sich die eigenen Gäste zusammensetzen. Das ist eine Malaise, und zwar schweizweit, nicht nur in Graubünden.

## Und das in Zeiten von Big Data.

Man kann zur Begründung noch sagen, dass die Bergbahnbetriebe viel zu stark mit Bürokratie belastet sind. In Verwaltungsräten wird erschreckend viel über Technik, Bewilligungsverfahren und behördliche Auflagen diskutiert und nur ganz wenig über Kunden, Marketing und neue Geschäftsfelder. Würden die Bergbahnen die gleiche Kompetenz in der Kundenkenntnis und im Marketing aufbauen, wie sie sie in der Technik haben, wären wir einen grossen Schritt weiter.

**Die Bergbahnen kennen ihre Gäste nicht - und gleichzeitig brechen Traditionsmärkte wie Deutschland und Italien seit Jahren weg. Wie können diese Rückgänge denn kompensiert werden?**

In den bestehenden Märkten müssen neue Zielgruppen gefunden werden. Das sind Gäste, die nicht mehr nur Skifahren wollen. Das können Gäste in anderen Alterssegmenten sein, zum Beispiel die Senioren, die ein enorm starkes Gesundheits- und Sicherheitsbedürfnis haben. Das finden sie in den Bergen, es braucht aber auch entsprechende Produkte. Dann gibt es den Markt USA, der sehr stabil ist und wächst. Auch der engli-

sche Markt läuft gut. Wachstumsmärkte sind auch in Asien zu finden. Zwar kann keiner dieser Märkte die Rückgänge aus den Traditionsmärkten innerhalb von fünf Jahren kompensieren, aber man muss sie aufbauen. Das braucht eine gewisse Zeit. Und ich sage es nochmals: Die Bergbahnen müssen diese Zielgruppen kennen und deshalb den Fokus viel stärker auf die Marktforschung und auf Consumer Trends legen. Nur dann können sie auf die Bedürfnisse der Gäste eine Antwort finden. Ein klassisches Beispiel sind die Ausflugsbahnen in der Schweiz. Während wir verlieren, haben sie in der gleichen Zeit 50 Prozent mehr Gäste gewonnen - und das zum Teil auf ähnlichen Märkten. Dort wurden die stark wachsenden Bedürfnisse erfüllt, während man hier immer noch auf Ski setzt.

**Ein grosses Potenzial sehen Sie auch bei Migrantinnen und Migranten. Über drei Millionen Personen mit Migrationshintergrund leben aktuell in der Schweiz. Sie haben keinen Bezug zum Schneesport ...**

... (unterbricht) zum Schneesport nicht, nein. Aber sie haben schon auch ein Bedürfnis danach, die Eigenheit der Schweizer Alpen und das Erlebnis am Berg kennenzulernen. Aber ein Migrant aus einem östlichen Land ist nicht an einem 4-Tages-Skipass interessiert. Die Anbieter müssen auf die Bedürfnisse von Migrantinnen und Migranten eingehen und entsprechende Angebote kreieren. Anstatt ihnen einen 4-Tages-Skipass zu verkaufen, sollte ein Gruppenerlebnis mit Probeskitag und Ausrüstung angeboten werden sowie anschliessendem Event wie einem gemeinsamen Nachtessen, am besten aus der eigenen ethnischen Küche.

Fast 30 Prozent der Schweizer Bevölkerung hat einen Migrationshintergrund. Die Bergbahnen können nicht einfach auf einen ganzen Viertel der Bevölkerung als potenzielle Kunden im Land verzichten! Ein anderes Beispiel sind die Seniorinnen und Senioren. Ab 60 Jahren nimmt die Ausstiegsrate beim Skifahren deutlich zu. Dieser Gästegruppe muss man Produkte anbieten in Verbindung mit Gesundheit und Erholung. Und man muss sich auf sie ausrichten auch in puncto Beschriftungen, Trittsicherheit und Essen. Oder eine spezielle, sichere Skipiste anbieten.

**Was ich in Ihrer Studie vermisse, sind die Zweitwohnungsbesitzer.**

Die Zweitwohnungsbesitzer kommen zu über 80 Prozent aus der Schweiz und aus Deutschland. Das sind die klassischen Märkte, die wir in der Studie abgebildet haben. Das Verhalten ist sehr ähnlich, ob der Gast nun eine Zweitwohnung hat oder nicht.

**Aber der Zweitwohnungsbesitzer hat andere Ansprüche.**

Speziell ist - und da können Sie zu Recht sagen, wir haben es in der Studie nicht abgebildet -, dass Zweitwohnungsbesitzer auf einer anderen Kommunikationsschiene erreicht werden müssen und mit anderen Angeboten vor Ort. Das wird im ganzen Schweizer Tourismus sträflich vernachlässigt. Die Zweitwohnungsbesitzer sind im Moment unsere treuesten Gäste. Notabene machen sie in den Schweizer alpinen Destinationen rund zwei Drittel aller Gäste aus. Hier kommt dem Pricing eine grosse Bedeutung zu.

**Insgesamt zeigen Sie in Ihrer Studie fünf Entwicklungspfade auf. Einer lautet «Vom Transportunternehmer zum Erlebnisanbieter am Berg». Soll Graubünden zum Disneyland der Alpen werden?**

Nein, absolut nicht. Es geht nicht darum, künstliche Erlebnisse zu schaffen. Es geht darum, möglichst naturauthentische Erlebnisse zu kreieren und sie in Szene zu setzen. Ein Wanderweg durch eine schöne Gegend ist gut und recht, aber er kann auch thematisch angereichert werden, zum Beispiel mit Themeninseln. Oder er führt an einer Sennerie vorbei, wo der Gast die einheimische Kultur erleben kann. Die DNA des Ortes soll in Szene gesetzt werden. Jede Destination hat ihre eigene Geschichte, Tradition und Kultur. Die Kunst ist es, die Essenz aus der Geschichte und Kultur herauszuholen und diese dem Gast attraktiv gestaltet zugänglich zu machen. Durch die enorme Fixierung auf Ski und Winter wurde das vernachlässigt. Im Moment ist der Sommer noch auf einer kleinen Flamme, aber er nimmt seit 20 Jahren kontinuierlich zu.

**Sie sprechen den Sommer an. Das Skigebiet Lenzerheide zum Beispiel konnte sich mit dem Geschäftsfeld Bike sehr gut positionieren. Dennoch sagte der ehemalige Bergbahndirektor einst in einem Interview mit dem «Bündner Tagblatt», dass im Sommer in Zukunft maximal zehn Prozent des Jahresumsatzes generiert werden können. Oder ein anderes Beispiel: Am dritten Januarwochenende 2017 machte die Lenzerheide mit dem Skibetrieb die Hälfte des Sommerumsatzes.**

Das ist schon möglich und diese Vergleiche sind eindrücklich, sie führen aber auf eine falsche Fährte. Bei der Lenzerheide Marketing und Support AG (LMS) haben wir uns 2009 zum Ziel gesetzt, in der Schweiz die Nummer 1 im Biketourismus zu werden. Damals war die Lenzerheide noch bei Null. Heute ist sie die anerkannte Nummer 1 im Bike und führt Weltcuprennen und Bike-Weltmeisterschaften durch. Die Lenzerheide Bergbahnen machen im Sommer jetzt über zwei Millionen Franken Umsatz. Im Moment mag es noch so sein, dass ein starkes Winterwochenende den halben Sommer bringt, in fünf Jahren aber nicht mehr, wenn man die Ausrichtung konsequent verfolgt. Der Sommer wird stetig wachsen und der Winter ist, mit grosser Anstrengung, bestenfalls zu halten.

Fortsetzung Seite 9

# Intelligente Helfer im Alltag

Sensoren und intelligente Geräte können pflegebedürftigen Menschen ein Stück Selbstständigkeit sichern. Ihre Vorteile sowie die Vorbehalte ihnen gegenüber waren am Donnerstag Thema im Wissenschaftscafé.

VON ANITA DIRNBERGER

Die Milch kocht über. Ein Alarm geht los. Die alte, alleinstehende Mutter vergisst, ihre Medikamente einzunehmen oder lässt ihren täglichen Spaziergang aus. Eine Push-Nachricht erscheint auf dem Handy ihrer Kinder. Fänden Sie das wünschenswert? Diese Frage stellten die Forscher des Projekts «Mensch nach Mass» 410 Teilnehmenden einer Online-Umfrage. Das Resultat: Nur 35 Prozent fänden eine solche Ausrüstung wünschenswert, 46 Prozent nicht. Ähnlich sah auch das Meinungsbild im Publikum des ersten Wissenschaftscafés Graubünden im neuen Jahr aus. Die Stiftung Science et Cité hatte nach Chur eingeladen, zusammen mit zwei Experten unter dem Titel «Die Maschine sorgt für mich, die Maschine denkt für mich» über den Alltag mit intelligenten Maschinen zu diskutieren.

## Abhängigkeit, die Freiheit gibt

«Mitdenkende» Maschinen könnten mitunter einem älteren oder handicapierten Menschen ein Stück Selbstständigkeit bewahren oder zurückgeben. Doch vorbehaltlos werden diese nicht in den Alltag integriert, wie obgenannte Umfrage gezeigt hat. Denn wer dank einer Maschine unabhängiger von Angehörigen, Pflegekräften oder der Infrastruktur einer stationären Pflegeinstitution ist, macht sich abhängig von dieser Maschine. Das spricht für Karin Frick, Forschungsleiterin am Gottlieb-Duttweiler-Institut, aber nicht dagegen, ein solches technologisches Hilfsmittel einzusetzen: Sei man in irgendeinem Bereich des Lebens auf Hilfe angewiesen, gebe man sich sowieso in eine Abhängigkeit. «Ich persönlich wähle diejenige Abhängigkeit, die mir mehr persönliche Freiheit bietet», sagte Frick. Für sie sei dies meist die Maschine, da diese stets einsatzbereit sei.

Doch auch wer die Abhängigkeit von Unterstützung durch Mitmenschen Maschinen vorzieht, muss sich wohl früher oder später auf intelligente technologische Hilfsmittel verlassen, wie die Expertin betonte. Aufgrund von demografischem Wandel könne die Pflege von älteren



Karin Frick und Urs Guggenbühl sind der Ansicht, dass sich Nutzer und Entwickler zu wenig austauschen.

Foto Yanik Bürkli

ren und handicapierten Menschen künftig gar nicht mehr in diesem Mass durch Menschen geleistet werden, wie es heute der Fall sei.

## «Wir reden viel zu wenig»

Für die Entwickler von intelligenten Maschinen, die im Alltag unterstützen, gibt es vor allem eine grosse Herausforderung, wie Urs Guggenbühl, Co-Leiter des Kompetenzzentrums Ambient Assisted Living (AAL) der Fachhochschule St. Gallen, sagte. Dies ist, ihre Entwicklungen zu verkaufen. Rein technologisch sei heute in diesem Bereich zwar fast alles möglich. Dennoch kommt bloss ein Bruchteil der Hilfsmittel, die am Kompetenzzentrum AAL entwickelt werden, auf den Markt. Denn besonders ältere Menschen wissen gar nicht, welche Erleichterungen ein gewisses Gerät ihnen in einem spezifischen Bereich ihres Alltags bringen

könnte, wie Guggenbühl erklärte. «Wir reden viel zu wenig miteinander. Techniker kennen und verstehen die Bedürfnisse der Endnutzer nicht», so Guggenbühl. Auch stehe in seinen Augen bei den Entwicklern die Verbesserung der Technologie viel zu sehr im Vordergrund. Stattdessen sei deren Anwendung als Lösung für eine Problemstellung im Alltag in der Vermarktung zentral.

## Nutzern Kontrolle zurückgeben

Für Misstrauen gegenüber intelligenten Maschinen sorgt aber auch die Angst vor unerwünschter Überwachung und Datenklau. «Wir schreien zwar auf, doch wenn es für uns bequemer ist, geben wir unsere Daten dennoch ab», bemängelte Karin Frick den Umgang mit persönlichen Daten in der digitalen Welt. Künftig müsse man gezielter Informationen nur mit denjenigen teilen, die diese benötig-

ten. «Denn Daten nicht zu teilen, ist keine Option, wenn man auf technologische Hilfsmittel angewiesen ist», so Frick. Urs Guggenbühl erklärte, man arbeite daran, die Hoheit über die digitalisierten persönlichen Daten dem Nutzer zurückzugeben. So könnten grosse Instanzen diese nicht sammeln und Profit daraus schlagen. Wie bei Fair-Trade-Produkten könnten also künftig auch «faire» Datenverarbeitungssysteme den Markt erobern, die den Nutzern die volle Kontrolle über Daten gibt, wie sie etwa der eingangs erwähnte Spaziergang-Sensor sammelt.

Das nächste Wissenschaftscafé findet am Donnerstag, 6. April, um 18 Uhr im Café B12 in Chur zum Thema «Bruder Klaus: Mystiker oder Politiker?» statt. Es diskutieren Religionspädagogin Claude Bachmann, der Obwaldner Regierungsrat Franz Enderli und Theologin Eva-Maria Faber. Moderation: Norbert Bischofberger, Theologe, Redaktor und Moderator SRF-Sternstunde.

## Fortsetzung Interview Seite 7

### Investiert wird trotzdem immer noch am meisten in die Winter-Infrastruktur.

Der Winter ist mit den Transport- und Beschneiungsanlagen sowie Skipisten halt sehr investitionsintensiv. Das Runterfahren mit den Ski zu ermöglichen kostet heute die Bahn ja fast gleich viel wie das Hochfahren. Es hängt eben nicht nur die Bahn selber, sondern oft die ganze Destination stark vom Winter- und Skitourismus ab. Den kann man nicht einfach fallen lassen. Investitionen in Beschneiungsanlagen, gerade in kleinen- und mittelgrossen Gebieten, sind aber oftmals als Übergangsinvestition anzuschauen, bis die Destination so weit ist, dass sie ein neues, tragendes Geschäftsfeld aufgebaut hat.

### Sind auch Gelder der öffentlichen Hand für solche Übergangsinvestitionen legitim?

Hier muss man ganz klar unterscheiden, da wird viel Humbug betrieben: Eine Gemeinde ist öffentliche Hand. Eine Tourismusorganisation und ein Verein teilweise auch. Ebenso Kanton und Bund. Das sind aber grundverschiedene Geldgeber, die vier grundverschiedene Ertragsquellen haben. Wenn eine Standortgemeinde entscheidet, einen Bergbahnbetrieb zu erhalten, dann ist das der Entscheid der Gemeinde und des Steuerzahlers. Der Kanton und der Bund aber dürfen nicht mehr in Unternehmen investieren, die praktisch keine Überlebenschance mehr haben und gleichzeitig die noch guten und gesunden Unternehmen im Wettbewerb konkurrenzieren. Das würde zwangsläufig zu einer Wettbewerbsverzerrung führen.

### Kürzlich hat der Kanton das Beschneiungsprojekt in Scuol aus dem Topf der «systemrelevanten Infrastrukturen» mit 1,3 Millionen Franken unterstützt. Was sagen Sie dazu?

Scuol hat mit dem Bogn Engiadina ein Top-Produkt. Aber ein ganz wichtiges Hauptangebot ist auch das Skifahren. Das Skigebiet Motta Naluns hat eine Höhenlage, die für die nächsten zehn bis 15 Jahre als schneesicher gilt. Die Investition in die Beschneiungsanlage ist also eine, welche die ganze Destination braucht, sonst würde ein erheblicher Teil des Geschäfts wegfallen. Von daher ist die Unterstützung legitim. Für mich ist ein Unternehmen dann systemrelevant, wenn es einen Hauptteil der regionalen Wertschöpfung sichert oder unterstützt.

### Interessant ist, dass sich für vor der Schliessung stehende Skigebiete immer wieder Investoren finden lassen, wie etwa jüngst in Madrisa oder auf Pradaschier in Churwalden. Wie erklären Sie sich das?

Wenn Private einsteigen, dann sind das Mäzene und nicht Investoren, denn sie erwarten keine Rendite. Sie tun das in aller Regel aus Verbundenheit mit der Region. Sie glauben daran, dass sie ihr einen Dienst erweisen können und helfen. Solche Mäzene gibt es in der Hotellerie seit 30 Jahren. Wenn sich jemand ein schönes 5-Sterne-Hotel in Arosa kauft oder die Madrisabahn, dann aus Freude und weil sie die Mittel haben. Da stecken auch sehr viele Emotionen mit drin, da die Leute selber Interesse daran haben, das Angebot zu erhalten.

### Zu einem Gesundschumpfen, von dem immer wieder die Rede ist,

### führt das aber nicht. In Graubünden wurde bislang nur eine Bahn zurückgebaut, und zwar Radons in Savognin.

Vom Gesundschumpfen sprechen wir seit 30 Jahren. Faktisch ist es aber nie passiert, ja. Fast immer gibt es eine lokale Fangemeinde. Das ist völlig legitim, solange die Unterstützung aus dem eigenen Ort kommt oder es eine Interessensgemeinschaft gibt.

### Aber die Nachfrage nach Skisport wird weiter zurückgehen.

Das ist so - zumindest quantitativ. Natürlich schöpfen diese Betriebe Marktvolumen ab, das andere dringend brauchen könnten. Steuern kann man dies aber nur innerhalb einer Destination mit lediglich einer Bergbahngesellschaft. Diese kann dann einzelne Anlagen schliessen und das Gästepotenzial auf die verbleibenden Anlagen verteilen. Aber das ist ein un-

endlicher Kampf. Ganz sicher braucht Graubünden nicht «more of the same». Es braucht andere Angebote, vor allem im Sommer. Es braucht Erlebnisinfrastruktur - und nicht noch mehr Transportanlagen.

### Ihre Studie von Grischconsulta blickt ins Jahr 2025. Was schätzen Sie: Wie viele Bergbahnbetriebe wird es dann in Graubünden nicht mehr geben?

Heute haben wir in Graubünden 50 Unternehmungen. Ich denke, dass es in sieben Jahren immer noch 40 geben wird. Heute generieren alle Bergbahnbetriebe einen Umsatz von insgesamt 450 Millionen Franken, drei Viertel davon machen die zehn grössten Betriebe. Bei den restlichen 40 wird es eine Ausdünnung geben, wenn auch nicht in so grossem Ausmass. Man wird versuchen, die Anlagen zu erhalten. Nadja Maurer



Roland Zegg: «Das Gesundschumpfen ist faktisch nie passiert.»

Foto Yanik Bürkli

## ZWEI SKIUNFÄLLE

### Mädchen verletzt

VALS/GRÜSCH Im Skigebiet von Vals hat sich gestern Mittag ein Mädchen nach einem Sturz beim Skilift schwer verletzt. Die 8-jährige fuhr um 11.20 Uhr mit zwei weiteren Kindern am Skilift Nummer 2 bergwärts, wobei sie den Halt verlor und vom Bügel fiel. Sie rutschte gemäss Polizeiangaben eine längere Strecke dem Trasse entlang talwärts und blieb schwer verletzt liegen. In Begleitung der Mutter wurde sie von der Rega ins Kantonsspital überführt. Personen, die Angaben zum Unfallhergang machen können, melden sich bitte beim Polizeiposten in Ilanz, Telefon 081 257 64 80.

Zu einem Unfall kam es gestern Mittag auch im Skigebiet Grusch Danusa. Dort wurde ein Mann, der sich mit einem Monoski am Skilift Schwendi befand, am Kopf von einem Förderseil getroffen. Trotz Helm zog sich der Mann unbestimmte Verletzungen zu. Er wurde ins Kantonsspital überführt. Die Kantonspolizei Graubünden und das Interkantonale Konkordat für Seilbahnen und Skilifte untersuchen den Unfall. (BT)

## FAHRRÄDER GEKLAUT

### Diebe gefasst

CHUR/THUN Die Kantonspolizei Graubünden hat diverse Diebstähle von hochwertigen Fahrrädern aufgeklärt. Zugeordnet werden konnten diese einem 34-jährigen rumänischen Staatsangehörigen, der ein Geständnis ablegte. Die Deliktsumme beträgt über 44 000 Franken, der angerichtete Sachschaden beläuft sich auf 1800 Franken, wie die Polizei gestern mitteilte. Der Rumäne hatte im Herbst 2016 in Chur in mehrere Mehrfamilienhäuser eingebrochen und teure Velos entwendet. Die Polizei ermittelte ihn als Tatverdächtigen und schrieb ihn zur Fahndung aus. Im Dezember 2016 konnte die Tessiner Polizei den Gesuchten verhaften und der Kantonspolizei Graubünden überstellen. Die Staatsanwaltschaft Graubünden und die Kantonspolizei Bern wiesen dem Verdächtigen insgesamt fünf Einbruch- oder Einschleichen Diebstähle in Chur und Thun nach. Zudem muss sich der Mann wegen Widerhandlungen gegen das Strassenverkehrsgesetz sowie gegen das Waffengesetz verantworten. Der Beschuldigte befindet sich im vorzeitigen Strafvollzug. (SDA)

## VERBAUUNG VAL SCHAIS

### Geld für Sanierung

VAL MÜSTAIR Die Verbauung der Val Schais in der Val Müstair kann mit einigen Auflagen und spezialrechtlichen Bewilligungen an die Hand genommen werden. Gemäss Mitteilung der Standeskanzlei gab die Bündner Regierung grünes Licht. Bund und Kanton beteiligen sich an der Finanzierung mit wasserbaulichen Beiträgen. Der Bundesbeitrag beträgt 358 750 Franken und der Kantonsbeitrag beläuft sich auf 205 000 Franken. Zusätzlich beteiligt sich der Kanton mit einem strassenbaulichen Beitrag von 153 750 Franken. Die Val Schais ist ein murgangfähiger Wildbach, der zusammen mit dem Bach Muranzina das Dorfgebiet von Sta. Maria durch Hochwasser bedroht. (BT)

## Kurz Gemeldet

### 2200 Plätze sind weg

KHURER ALPHÜTTA Die Verantwortlichen der Khurer Alphütta dürfen sich auch für die diesjährige Ausgabe über eine grosse Nachfrage freuen: Innert vier Stunden wurden gestern beim Vorverkaufsstart 2200 Plätze reserviert. 13 Abende sind ausgebucht, wie es in einer Mitteilung heisst. Plätze gibt es noch unter: khur.ch/alphuetta.