

Mit Musterbrechern auf zu neuen Horizonten

Drei Tage lang blickte die Freizeit- und Tourismusbranche gespannt nach Lech Zürs am Arlberg. 200 Fach- und Führungskräfte aus der Schweiz, aus Deutschland, Österreich und Südtirol waren zum 21. TourismusForum Alpenregionen (TFA) in die erneut zur erfolgreichsten Alpinen Winterdestination gekürten Region angereist und lauschten gespannt den Visionen, Vorhaben, den Erfahrungen wie auch Warnungen der TOP-Referenten.

Kein geringerer als James Bond hatte die Themen der Forumstage, wie „Trends – Europa ist nicht genug“ oder „Brands – im Dienste der Destinationen“ gesetzt und sorgte für spannende gedankliche Auseinandersetzungen, trickreiche Tipps sowie für so einige Geistesblitze.

Denn es beschäftigt die gesamte Branche nicht erst seit der Wirtschaftskrise oder Japan: Wie kann sich jeder gut und erfolgreich positionieren? Womit locke ich die Gäste von morgen? Was sind die touristischen Themen und Marken der Zukunft? Welche Rolle spielen erneuerbare Energien, ökologische Modelle und Nachhaltigkeit im Tourismus?

Nachdem am ersten Forumstag Professor Kurt Schiltknecht wie auch Buchautor Erik Händler einen Blick auf gesellschaftliche, wirtschaftliche und finanzielle Zyklen und Strukturen warfen, wurde besonders durch die folgenden Referenten klar, dass alle mit diesen genannten Fragen kämpfen. Es ist eine Suche nach Lösungen und neuen Wegen.

Schweiz Tourismus propagiert, sich auch als Sommerdestination positionieren zu wollen, wie Rafael Enzler eindrucksvoll zeigte. Südtirol möchte nicht mehr nur bekannt sein, sondern begehrt. Sylt ist begehrt, doch sind die Begleiterscheinungen der Begehrtheit nicht nur positiv. Besonders das Thema der Zweitwohnungen sorgt für Probleme. Durch den immensen Verkauf von Zweitwohnungen verzeichnet die Insel eine ungeahnte Fluktuation der Einwohner und erlebt mancherorts die Schattenseiten des Massentourismus.

Schnell wurde zudem klar: Wälder und Wiesen, Wanderwege und/oder Skipisten, ein bisschen Wellness und gute Küche hat so ziemlich jeder. Doch „touristische Vielfalt“ ist out. Die Urlauber von heute sind durch unsere Kommunikationsgesellschaft immer aufgeklärter, und sie wissen, wie sie schnell und ohne grossen zeitlichen Aufwand Angebote vergleichen können. So erhöhen sich Ansprüche und Erwartungen immer rasanter.

„Finden Sie Inspirationen zur Wertebesinnung.“ Schon in seinem Einleitungsvortrag zeigte Forumsgründer und –Veranstalter Roland Zegg auf: „Wir erleben eine Renaissance der ursprünglichen, einfachen Werte und der Romantik. Geborgenheit, Menschlichkeit, Natürlichkeit und Authentizität werden gesucht. Einfachheit als Luxus.“

„In einer Welt, in der es immer mehr vom Gleichen gibt, in der so vieles austauschbar ist, sind die Kernwerte einer Marke entscheidend.“, knüpfte am Nachmittag Markenexperte Klaus Dieter Koch von Brand-Trust aus Nürnberg an. Das Rückbesinnen auf Traditionen ist wichtig. Und: Es zählt nicht die Penetration im Markt, sondern die Relevanz.

Das konnte auch Christoph Engl, Direktor der Südtirol Marketing Gesellschaft, bestätigen: „Es geht nicht um das Bild, das wir vermitteln wollen, sondern um das Gefühl, das unsere Gäste von unserer Destination erhalten sollen. Marketing ist eine Frage der Wahrnehmung und nicht der Wahrheit.“, wusste Engl aus seinen Erfahrungen zu berichten.

Bekannte Hoteliers konnten dies nur bestätigen und untermauern: Leidenschaft, Begeisterung und Ehrlichkeit gegenüber dem Gast sind die Grundessenzen für ein wirklich authentisches Angebot und dafür, dass der Gast auch wiederkommt. Ein begeisterter Gast ist der treueste Fan und die beste Werbung, hielten Mindness-Hotelier Bernd Reutemann aus Deutschland und Karl J. Reiter vom Burgenland-Resort aus Österreich fest. Für Bernd Reutemann zählt in seinem Betrieb in der Nähe des Bodensees vor allem auch eines: „Die persönlichen Ziele meiner Mitarbeiter sind wichtiger als meine Vorgabenliste als Chef. Nur engagierte, selbständige und motivierte Mitarbeiter mit einem hohen Mass an Eigenverantwortung tragen dazu bei, dass das Angebot meines Betriebes perfekt und authentisch ist und dem Gast „Aha-Erlebnisse“ inszeniert.“

Der Nachmittag des zweiten Forumstages sowie die Forumstouren standen unter dem Motto: „Alpine Horizonte – a quantum of solar“ und zeigten, wie wichtig die Symbiose aus Konzept, Umsetzung, Markenführung und Nachhaltigkeit sein wird.

Die Energiemodellregion Lech Warth setzt bereits heute wegweisende Akzente. Der Ort wird aktuell zu rund 80 Prozent von Biomasse-Heizkraftwerken versorgt. Einzigartige Tunnelsysteme sorgen dafür, dass der Gast mit Transportlärm kaum behelligt wird.

Auch Nick Beglinger, Präsident des Schweizer Wirtschaftsverbandes „Swisscleantech“, verwies in seinem Abschlussvortrag mit dem Titel „Saubere Zukunft für erfolgreiche Unternehmen“ auf die enormen Chancen für Regionen, sich nicht nur touristisch, sondern auch wirtschaftlich erfolgreich für die kommenden Jahre zu positionieren und zu behaupten. Damit legte er den Brückenschlag zu seinen Vorrednern, der besonders deutlich werden liess, dass ein gutes, vernetztes Zusammenspiel der Akteure aus Tourismus, Wirtschaft und Politik in einer Destination der Schlüssel zum Erfolg ist.

Wie wichtig entspannte Atmosphäre und Austausch auf Augenhöhe sind, konnten die Forumsteilnehmer an den Abenden in Lech Zürs am Arlberg erfahren. Die mit der grössten Haubendichte Österreichs ausgestattete Destination verführte bei einem „Gourmet-Hopping“ zu kulinarischen Horizonten. Der Schweizer Kabarettist Pit Arne Pietz widmete sich am zweiten Abend einem ur-menschlichen Thema und gab unter stetiger, intensiver Anregung der Lachmuskeln eine „Anleitung zur sexuellen Unzufriedenheit“.

Alle Teilnehmer haben nach drei inspirierenden Forumstagen viele Ideen und Anreize mit nach Hause genommen, was die sehr zahlreich ausgefüllten Bewertungsbögen zeigten, die dem TFA Bestnoten verliehen. Vor allem aber eines: Nicht die Kopie der Kopie wird sich behaupten, sondern nur wahrhaft kreative wie auch nachhaltige Projekte.

Das TFA sieht sich hier als Impulsgeber und Motor und wird daher künftig Kreativität und Nachhaltigkeit nicht nur fördern, sondern auch auszeichnen. So entstand die Idee zum "1. TOP Destination Award 2012", zu dem das Bewerbungsverfahren bereits eröffnet ist. Vergeben wir der Award in zwei Kategorien – zum einen für "Innovative & kreative Konzepte" sowie für „Einzigartige Nachhaltigkeitskonzepte“.

Die Bewerbungsunterlagen stehen auf der Internetseite des TFA zum Herunterladen bereit. Einsendeschluss für die Bewerbungen ist der 30. September 2011. Die Gewinner in beiden Kategorien werden in feierlichem Rahmen zum 22. Tourismusforum Alpenregionen im Frühjahr 2012 gekürt.

Impressionen und Informationen bietet die Website www.tourismusforum.ch

Pressekontakt / Anforderung Bildmaterial:

TourismusForum Alpenregionen / c.o. Grischconsulta

Kathrin Spiller

Sägenstrasse 8

CH-7000 Chur

Fon: +41 – 81 – 3 54 98 00

<mailto:kspiller@grischconsulta.ch>