

HERAUSGEPICKT

20 Jahre Gipfeltreffen

Das Tourismus-Forum der Alpenregionen hat sich in zwei Jahrzehnten zu einem Treffpunkt von Branchen-Experten gemauert. Ein Bild-Querschnitt der letzten Jahre gibt einen Eindruck über die hochkarätigen Gäste, die Forumsgründer Roland Zegg schon ihre Aufwartung gemacht haben. (nw)



2003: Peter Keller (Seco), Hansruedi Müller (FIF) und Bernd Schips (ETH, v.l.).



2003: Bergbahndirektoren unter sich – Norbert Patt (l.) und Rainer Flaig. (nw)



2004: Professor Hansruedi Müller und UBS-Generaldirektor Eugen Haltiner (v.l.).



2006: Vertical Design mit den Architekten Heinz Julen (l.) und Valentin Bearth (r.).



2007: Regierungsrat Hansjörg Trachsel, Marcel Friberg und Hugo Wetzler (v.l.).

TFA-Themen 1989–2010

1989 Marketing Finanzierung und Sponsoring im Tourismus
 1990 Tourismus und Ökologie – Erfolgsgarant Umweltqualität
 1991 EG 92 – Eurostrategien für Tourismusbetriebe
 1992 Verkehrsmanagement in Ferienregionen
 1993 Wertschöpfung als Basis für eine Neuorientierung
 1994 Kulturreignisse als neue touristische Attraktionen
 1995 «Schlanks» Management (Lenzerheide)
 1998 «Kids & Trends» Zielgruppe Jugendliche (Flims)
 2001 kooperieren, fusionieren – oder kapitulieren? (Davos)
 2002 Sinnwelten in den Bergen (Davos)
 2003 Mit Tatkraft zum Aufschwung (Davos)
 2004 Produktivität, Professionalität, Erlebnisintensität (Davos)
 2005 Auszeit, Wendezeit oder Endzeit? (Davos)
 2006 Vertical design (A - Ischgl)
 2007 Pole position (A - Serfaus-Fiss-Ladis)
 2009 rethinking power (Pontresina)
 2010 emotion in tourism (Engelberg)

Interview

Seit 20 Jahren Tourismus-Trends auf der Spur

Am Montag beginnt in Engelberg das 20. TFA. Ein Rückblick mit Forumsgründer Roland Zegg auf zwei Jahrzehnte Tourismus-Forum Alpenregionen.

Von Norbert Waser

20 Jahre Tourismus-Forum – ein Grund zum Feiern?

Roland Zegg (TFA-Gründer): Ein Grund stolz zu sein auf das, was wir mit dieser Plattform Forum erreicht haben und auf die Entwicklung, die das Forum genommen hat.

Zwei Jahrzehnte sind im Tourismus wie der Unterschied zwischen Rimini und Dubai. Wie hat sich das TFA in dieser Zeit verändert?

Das Forum war ursprünglich eine Graubünden-interne Veranstaltung mit 60 bis 70 Teilnehmern. Heute ist es eines der international führenden Fachsymposien mit 200 bis 250 Teilnehmern, das in den bekanntesten Destinationen im Alpenraum durchgeführt wird.

Lange galt das TFA als Bergbahn-Gipfeltreffen. Ist das heute noch das Hauptzielpublikum?

Das Forumsspektrum ist heute viel breiter abgestützt und umfasst alle Tourismus-Disziplinen, nach wie vor aber mit einem Schwerpunkt Bergbahnen.

Können Sie konkrete Umsetzungen nennen, die ihren Ursprung in einem Forum haben?

Für Umsetzungen braucht es immer einen Mix von mehreren Faktoren. Bereits am ersten Forum 1989 forderten wir in einer Resolution eine Fachschule für Tourismus in Graubünden. Ein halbes Jahr später reiste eine Bündner Delegation ins Wallis und schaute sich die dortige Schule an. Bereits 1992/93 fand an der Academia in Samedan der erste Lehrgang statt. 2001 lancierten wir das Thema «kooperieren, fusionieren – oder kapitulieren». In den folgenden Jahren kam es zu den grossen Fusionen in der Bergbahnbranche wie beispielsweise Zermatt, Davos-Klosters, Lenk, Obersaxen-Mundaun oder Oberengadin. Wir dürfen das Forum mittlerweile sicher als «Think-tank», eine Art Denkfabrik der Branche bezeichnen. Ein Indiz dafür ist auch das Thema Wertschöpfung, die wir



Die Antennen ausgefahren und die Nase im Wind: Roland Zegg, Gründer des Tourismus-Forums der Alpenregionen, bei der Outdoor-Forums-Tour 2009 auf dem Corvatsch. (Fotos Norbert Waser)

1993 erstmals als Messgrösse im Tourismus thematisierten. In der Folge wurden zahlreiche Wertschöpfungsstudien gemacht. Heute ist es selbstverständlich, dass die Wertschöpfung als Masszahl gilt und nicht die Logiernächte. Der

Wenn man aber Erfolg hat, hat man auch Neider ...

Mit Sicherheit. Der Neid ist der älteste Sammauer, sagten wir schon zu Hause. Das gehört zum Wettbewerb, damit leben wir und ich habe auch kein Problem damit.

Das Motto lautet «Emotion in Tourism». Welche Emotionen weckt bei Ihnen das Jubiläum?

Faszinierende, fibrierende Veranstaltungen und wunderbare Begegnungen mit Unternehmern, echten Pionieren und fantastischen Persönlichkeiten und Visionären. Dies alles in einer anregenden, inspirierenden Umgebung, die Zuversicht verströmt und Mut macht, Neues aufzugleisen.

„
 Das TFA ist zu einer Art Denkfabrik der Tourismus-Branche geworden
 „

Snowmaker, wie er heute in Zermatt im Einsatz steht, wurde auch am TFA als technische Innovation erstmals präsentiert.

Das Jubiläums-Forum findet in Engelberg statt – weil der Prophet im eigenen Land zu wenig gilt?

Das Forum findet in Engelberg statt, weil es heute international ausgerichtet ist und wir einen Ort im Zentrum des Alpenraums suchten. Wir haben den Anspruch, die grossen Tourismusregionen abzudecken, und nachdem wir letztes Jahr mit Pontresina in Graubünden waren, ist es nun erstmals die Zentralschweiz. Es hätte aber auch das Wallis oder Tirol sein können. Mit dem Prophet im eigenen Land hat das wohl weniger zu tun.

Das Motto des von Ihnen lancierten Steinbock-Labels heisst «Nachhaltigkeit im Tourismus hat einen Namen». Wie viele Steinböcke geben Sie dem TFA?

Etwa vier Steinböcke hat es sicher verdient. Es ist sehr auf Regionsbezug ausgerichtet, so könnten wir dieses Forum nicht einfach in Brüssel abhalten. Die Themen sind immer auf den Alpenraum massgeschneidert. Sehr wichtig ist uns auch der achtungsvolle Umgang mit den natürlichen Ressourcen, was wir auch schon verschiedentlich thematisiert haben. Die Wirkung des TFA dürfen wir sicher als nachhaltig bezeichnen, sind wir doch die einzige Veranstaltung dieser Art im Alpenraum, die sich über all die Jahre halten konnte – dies ohne einen einzigen Franken Subventionen. Darauf sind wir auch stolz. Ich darf sicher sagen, dass wir uns in der Branche etabliert haben; das TFA ist zu einer Marke geworden.

Was erwarten Sie konkret vom Forum in Engelberg?

Das Thema lautet «E-motion – berühren, begeistern, bewegen». Das «E» steht aber nicht nur für Emotionen, sondern auch für E-Marketing und Engelberg. Motion steht aber auch für Bewegung, so stellen wir den Teilnehmern auch ein Elektro-Bike zur Verfügung, damit alle tatsächlich und augenscheinlich in Bewegung kommen.

Theorie ist eines, umsetzen das andere. Erleben Sie das als Vize-VR-

Präsident der Lenzerheide Bergbahnen als Diskrepanz?

Ja! Ich erlebe eine Diskrepanz zwischen den Erkenntnissen neuer Trends und dem, was man vor Ort unter politischen Einflüssen auch umsetzen kann. Das ist aber nicht nur in Lenzerheide so. Es gibt Regionen, die Trends rascher aufnehmen und andere, die dieser Entwicklung hinterherhinken. Es gibt aber auch Themen, die rasch umgesetzt werden, wie Early Bird in Lenzerheide.

Als Coach haben Sie schon mehrere Grossfusionen begleitet. Lenzerheide und Arosa gehen noch getrennte Wege ...

Das stellen Sie richtig fest ...

In Graubünden wurde in den letzten Jahren noch keine Bergbahn stillgelegt. Sogar die Strelabahn ist wieder aufgestanden. Leben Totgesagte tatsächlich länger?

Bergbahnunternehmen lässt man in der Schweiz nicht sterben. Wenn es einer schlecht geht, findet sich immer noch ein Fanclub, eine

„
 Die inspirierende Umgebung soll Mut machen, Neues aufzugleisen
 „

Interessengemeinschaft oder ein Hobby-Investor, der oder die sie am Leben erhält. Eine Marktberingung findet so nicht statt.

Im Safiental wird der erste Solar-skilift gebaut. Dem Erfindergeist im Überlebenskampf scheinen keine Grenzen gesetzt ...

Das ist eine hervorragende Idee. Hier nimmt eine ganz kleine Unternehmung das Thema erneuerbare Energien auf, das in Zermatt oder Lech Zürs auch von ganz Grossen vorangetrieben wird.

Wäre «Sterbehilfe» für Bergbahnen auch mal ein Forumsthema?

Wir haben dieses Jahr einen Beitrag «Schrumpfung als Strategie?» Darüber müssen wir ganz klar auch nachdenken.



Mit dem Steinbock-Label ausgezeichnet: Roland Zegg im Gespräch mit dem Walliser Hotelier Beat Anthamatten.