

Den Ort mit den Augen des Gastes sehen

Wow-Effekt oder Aha-Erlebnis? Ein Rundgang durch das Dorf aus der Sicht eines Gastes kann buchstäblich die Augen öffnen. Im Rahmen des Qualitätsprogramms Graubünden wurden in den letzten zwei Jahren über zwei Dutzend Ortsbegehungen gemacht. Einblick in das Handwerk solcher Orts- und Attraktionsbegehungen gab gestern im Rahmen der Netzwerktagung natur- und kulturnaher Tourismus der Experte **Roland Scheurer**.

Am Bahnhof Thusis, dem Eingangstor für Gäste, die per Bahn oder Post anreisen, brauchte es allerdings wenig Expertenwissen, um festzustellen, dass hier in Sachen Inszenierung und Besucherlenkung einiges im Argen liegt. Dass der mit einer Tafel beschriftete Eingang ins Viamala-Center nicht gleichbedeutend mit dem Eingang in die Viamala-Schlucht ist, wird ein Gast spätestens in den verwinkelten Gängen des Einkaufszentrums merken. «Es geht bei solchen Begehungen darum, den Blick zu schärfen und nicht um Schuldzuweisungen», betonte Scheurer. Wichtig sei, dass bei diesen Ortsbegehungen alle involvierten Kreise mit dabei seien, also auch Vertreter aus Politik und Verwaltung. Oftmals sei schon mit kleinen Massnahmen eine grosse Wirkung zu erreichen, ohne dass es viel Geld kostete. «Das Ge-



Ortsbegehung: Experte Roland Scheurer öffnet am Bahnhof Thusis die Augen. (nw)

samterlebnis aus Sicht des Gastes ist wichtig», betonte Scheurer. Dabei müsse das Profit-Center-Denken überwunden werden.»

Wie schwierig es ist, mit einer touristischen Inszenierung einen Mehrwert zu erzielen, zeigte sich bei der Begehung der Neudorfstrasse. Kein Blatt vor den Mund nahm dabei der für seine Inszenierungen bekannte **Otto Steiner** (Glasi Hergiswil, Leuchtturm Oberalppass). «Da wird die ganze Peinlichkeit sichtbar», meinte er. An der Thusner Neudorfstrasse, für die es ja schon verschiedene Verschönerungsprojekte gab, reiche es nicht, bloss die Randsteine zu putzen. (nw)

► «Schlechte Gewohnheiten ...»

Netzwerktagung

Schlechte Gewohnheiten haben leider auch Tradition

Ist ein Alpabzug eine Tradition, die touristisch inszeniert und vermarktet werden soll? Wo liegt die Schmerzgrenze beim Spagat zwischen Kitsch und Echtheit? Auf der Suche nach Antworten in Wengenstein.

Von Norbert Waser

Wenn sie das «Epizentrum für natur- und kulturnahen Tourismus» ist, wie sie deren Leiter **Stefan Forster** gestern bei der Begrüssung der über 80 Gäste bezeichnete, so ist die alljährliche Netzwerktagung so etwas wie das dazugehörige Erdbeben. Erschütternde Erkenntnisse brachte die Tagung unter dem Titel «Authentizität und Qualität – Spagat zwischen Kitsch und Echtheit» zwar nicht, es gab aber durchaus Denkanstösse mit beachtlichen Ausschlägen auf der symbolischen Erdbekenskala. Solche lieferte insbesondere **Otto Jolias Steiner**, kreativer Kopf der Agentur für Erlebniswelten mit Sitz in Sarnen. Als Vorzeigebeispiel gilt die Glasi Hergiswil. «Wir verlangen keinen Eintritt, bei uns bezahlen die Leute Austritt», meinte Steiner und illustrierte diese Aussage mit einem Bild, das einen mit Einkaufstaschen vollbeladenen Besucher auf dem Heimweg zeigte.

Mehr Mut gefragt

Langfristige Wertschöpfung ist eines der zentralen Anliegen von Steiners Konzepten. Oft zweifeln aber potenzielle Kunden angesichts der erforderlichen Vorleisterinvestitionen am Erfolg. Solche Diskussionen gab es bekanntlich auch beim Leuchtturm auf dem Oberalppass, den Steiner zur Inszenierung der Rheinquelle gerne mit einem original Rheinschiff ergänzen möchte. «Ich wünsche mir mehr mutige Leute», sagte Steiner. An-



Netzwerke auf der Terrasse des Center da Capricorns: Otto Steiner, Felicia Montalta, Adrian Bühlmann und Gastgeber Stefan Forster (Kompetenzstelle Wengenstein, v.l.). (Foto Norbert Waser)

statt in Freundlichkeitsoffensiven das Personal lächeln zu lehren, wäre es viel wichtiger, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, damit die Mitarbeitenden mit einem Lächeln durch den Alltag gehen.

Genau solche Erfahrungen macht derzeit der neue Tourismusdirektor von Savognin, **Adrian Bühlmann**. «Solche Stimmungen bemerken die Gäste rasch, ein Betriebsklima strahlt aus», so eine der Erkenntnisse aus dem in der Wintersaison von anonymen Testern durchgeführten Mystery Check (siehe Kasten), der in Savognin eine eher kühle Stimmung feststellte.

Einen offenen Umgang mit Kritik forderte auch **Roland Scheurer**, der sich mit Ortsbegehungen einen Namen geschaffen hat. «Ein gutes Produkt muss keine Angst vor Bewertungen haben», sagte er. Wichtig sei, dass die Verantwortlichkeiten klar geregelt sind. «Das Marke-

ting umfasst auch das Produkt», stellte er klar.

Traditionen mit Inhalt füllen

Die 6. Netzwerktagung war auch eine ideale Plattform für das Qualitätsprogramm Graubünden. Die beiden Projektleiterinnen **Yvonne Brigger-Vogel** und **Felicia Montalta** nutzten die Gelegenheit, das Qualitäts-Virus in Wengenstein breit zu streuen. «Es braucht keine teuren Monsterkonzepte und es müssen auch nicht künstliche Themen erfunden werden», sagte Yvonne Brigger-Vogel. Wie man auch mit kleinen Schritten zum Erfolg kommen kann, zeigte das von **Conradin de Giorgi**, Tourismuskoordinatorin in Zuoz, präsentierte Umsetzungsbeispiel einer Ortsbegehung. Manch ein Rundgang durch eine Tourismusgemeinde führt zur Erkenntnis, dass leider auch schlechte Gewohnheiten Tradition haben.

Die mysteriösen Stimmungen

Genau hinschauen, ob dort, wo Qualität draufsteht, auch Qualität drin ist: Als Pilotprojekt wird im Rahmen des Qualitätsprogramms Graubünden ein Destinations Mystery Check entwickelt. Dabei werden das Zusammenspiel und die Schnittstellen in den Destinationen zwischen einzelnen Leistungserbringern von anonymen Testern überprüft. Zusammen mit Davos und St. Moritz gehörte auch Savognin zu den getesteten Destinationen. Aufhorchen lässt, dass der Tester in Gesprächen im Ort eine kühle Stimmung feststellte. Geprägt haben diesen Eindruck vor allem Kontakte mit Bergbahnmitarbeitern. (nw)


ANZEIGE

THE NEW JAGUAR F-TYPE. YOUR TURN.

Im neuen JAGUAR F-TYPE steckt unser ganzes Know-how und unsere ganze Leidenschaft für sportliche Fahrdynamik und atemberaubende Eleganz. Jetzt sind Sie dran. Erleben Sie die Geburt einer neuen Legende.

Starten Sie ab dem 6. Juni zu einem Test-Drive bei uns.

WWW.F-TYPE.CH

 JaguarSchweiz



DOSCH GARAGE AG CHUR

Kasernenstrasse 148
7007 Chur
Tel. 081 258 66 66
www.doschgaragen.ch

