

Schweiz am Sonntag / MLZ; 11.10.2015; Seite 35
Ausgabe Südostschweiz (Graubünden) Graubünden

Es besteht Informationsbedarf

Viele Bündnerinnen und Bündner wissen nicht, dass sie wirtschaftlich vom Tourismus abhängig sind

Im Churer Rheintal ist die Bevölkerung laut einer Umfrage zu wenig für die Belange des Tourismus sensibilisiert. Branchen- Exponenten fordern, dass dieses Thema Eingang in den Schulunterricht findet.

Von Dario Morandi

Um das Verständnis für die Zusammenhänge rund um den Tourismus scheint es zumindest im Grossraum Chur nicht eben gut bestellt zu sein. Zu diesem Schluss kommt eine Internet-Umfrage von Studentinnen und Studenten des Lehrgangs Multimedia Production der Churer Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW). Oder zusammenfassend gesagt: Die meisten Befragten sind sich nicht, oder dann nur unzureichend, bewusst, wie stark sie in Graubünden wirtschaftlich vom Tourismus abhängig sind.

Besonders deutlich manifestiert sich das Informationsmanko laut der Erhebung bei den 20- bis 29-Jährigen. Überraschend sei, «dass sich diese Altersgruppe nicht aktiv über den Tourismus informiert», heisst es. Die Studenten raten deshalb, das Online-, Kommunikations- und Informationsangebot für diese Zielgruppe anzupassen. «Dies unbedingt in Bezug auf Medien und Kanäle, Inhalte, Formate, Tonalität.»

Auch was den Gästekontakt angeht, scheint es nicht zum Besten zu stehen. Trotz häufiger Kontakte agiere die einheimische Bevölkerung «eher zurückhaltend, wenn auch die Gäste nicht als störend empfunden werden», wird im Umfragebericht weiter festgestellt. Trotzdem glauben die Befragten, dass Wachstum im Tourismus in direktem Zusammenhang mit dem Verhalten der Bevölkerung steht und dass das grösste Potenzial für Wachstum im Tourismus im Gästekontakt liegt.

Ernst Wyrsch ist von den Schlussfolgerungen der Umfrage alles andere als überrascht. Der Präsident des Branchenverbandes Hotelleriesuisse Graubünden ortet in den Reihen der Bevölkerung ebenfalls ein touristisches Informationsmanko. Seiner Meinung nach ist deshalb die Sensibilisierung der Öffentlichkeit für die Probleme der Branche ungenügend. «Man nimmt zwar gerne die Vorteile an, die der Tourismus mit sich bringt. Wenn es aber mal schlechter geht, scheut man sich davor,

die Konsequenzen zu tragen», stellt Wyrsh fest. Die Umfrage zeigt ihm eines: Das Bewusstsein für den Tourismus muss bereits in der Schule gefördert werden. Hotelleriesuisse habe einen ersten Schritt in diese Richtung getan und jüngst das Projekt «Leben in Graubünden – Unterricht im Hotel» gestartet. Dieses versucht, bei jungen Leuten Lust auf Tourismus-Berufe zu wecken und das Verständnis für die Branche zu fördern (Ausgabe vom 22. September).

Für Marcel Friberg, den Präsidenten der touristischen Marketingorganisation Graubünden Ferien, besteht seitens des Tourismus «Erklärungsbedarf», wie er sagt. Denn die entsprechenden volkswirtschaftlichen Zusammenhänge seien in der breiten Öffentlichkeit zu wenig bekannt. «Wäre dies anders, wären die Abstimmungen über Olympia und das Tourismusabgabegesetz wohl anders gelaufen», glaubt er. Die Bündnerinnen und Bündner gingen eben nach wie vor «nicht automatisch davon aus, dass der Tourismus einer der wichtigsten Wirtschaftszweige ist.» Wie Hotelierpräsident Wyrsh plädiert auch Friberg für ein Umdenken, was die Wahrnehmung des Tourismus betrifft. «Es muss nicht gleich ein Unterrichtsfach sein – der Tourismus sollte aber in der Schule einen Platz haben», meint Friberg.

Etwas differenzierter sieht es der Bündner Tourismusexperte Roland Zegg. «Es macht einen Unterschied, ob man Menschen im Churer Rheintal oder in den Tourismusgebieten zu diesem Thema befragt», erklärt der Inhaber des Churer Beratungsunternehmens Grischconsulta. In den Fremdenverkehrsarten brauche es keinerlei Aufklärungsarbeit. «Dort ist das Bewusstsein für den Tourismus bereits ausreichend vorhanden.» Da wüssten die Menschen, von wo das Geld komme, von dem sie lebten. In einem ist sich Zegg mit Wyrsh und Friberg aber einig: Die Zusammenhänge in der Tourismusbranche müssen künftig in der Schule vermittelt werden. Das Fach Wirtschaftsgeografie würde sich seiner Meinung nach dafür geradezu anbieten. Aktiv werden müsse aber auch die Branche selber, indem sie Schulklassen die Besichtigungen von touristischen Betrieben wie etwa Bergbahnen oder Hotels ermögliche.

Dass es in der Öffentlichkeit mit dem Einfühlungsvermögen in die Probleme des Tourismus hapert, weiss man auch im kantonalen Amt für Wirtschaft und Tourismus (AWT). Und dort möchte man Gegensteuer geben. «Wir machen uns zurzeit zusammen mit den Dachverbänden Gedanken, wie wir die Bündnerinnen und Bündner für dieses Thema sensibilisieren könnten», erklärt AWT-Chef Eugen Arpagaus. Eine entsprechende Aufklärungskampagne zu starten, sei aber alles andere als einfach. Die Frage sei, wie man diese angehen und wen man damit

konkret ansprechen wolle, so Arpagaus weiter. Denn: «Wenn man nicht weiss, für wen man das macht, gibt es auch keine Treffer.»

«Die volkswirtschaftlichen Zusammenhänge sind in der breiten Öffentlichkeit zu wenig bekannt.»

Marcel Friberg