

## ZUM SONNTAG

## Vom Luxus der Auferstehung

In Gesprächen mit Gemeindegliedern bekomme ich in diesen österlichen Tagen gesagt, dass sie Mühe mit der Auferstehung haben. «Wer glaubt denn noch an die Auferstehung?» sagen sie mir. Und ich setze dann den Satz hinzu: «Wer lebt denn noch so, als gäbe es Auferstehung?» Unser Leben ist von so vielen Totalitäten geprägt, die keinen Ausblick auf eine andere Wirklichkeit, keine Hoffnung auf Veränderung und keinen Gedanken an Auferstehung zulassen.

Es gibt Menschen, die müssen in ihrem Leben alles erreichen. Nichts wird ausgelassen, alles wird in das Leben hineingepackt. Jede Gelegenheit, die nach Gewinn ausschaut, wird genutzt. Jedes Vergnügen wird mitgenommen, jede sich bietende Möglichkeit ausgeschöpft.

Es gibt auch Menschen, die grosse Schwierigkeit mit dem Älterwerden haben. Jeder Geburtstag bereitet ihnen Schrecken. Jeder Jahreswechsel bedeutet für sie ein Horror, weil ihnen die vergehende Zeit bewusst wird. Angst ergreift sie.

Es gibt Menschen in unserer Zeit, die können nichts anpacken, die täglichen Aufgaben nicht, ihre Zukunft nicht, ihr ganzes Leben nicht. Bei allem, was sie beginnen, fehlt ihnen von vornherein der Mut. Alles ist vergebens. «Was soll man sich abrackern, es wird ja doch nichts.» Was soll man sich so mühen, wenn doch alles vom Tod und vom Vergessen geprägt ist?

Hinter all dem steht der Glaube, dass es nur dieses eine Leben gibt.

Es gibt Menschen, die ängstlich sind und verzagt, andere scheinbar mutig und verwegen, die die Hoffnung auf die Auferstehung von den Toten trägt und erfüllt. Sie möchten so gerne hoffen, dass neues Leben möglich ist. Sie haben sich noch nicht mit der materialistischen Weltsicht, mit der Durchökonomisierung unseres Lebens abgefunden. Für sie gibt es einen Ostermorgen, der diese Welt verändert. Er besteht aus intensiven Gesprächen, interessanten Begegnungen, ausgekosteter Zeit, geschenktem Lächeln, geteiltem Leid und gelebtem Glauben.

Heute, wie früher, ist es ein Luxus, an die Auferstehung zu glauben. Es ist vielleicht der einzige Luxus unserer Welt, den wir uns leisten müssen, gegen die Hoffnungslosigkeit, gegen die Leere, gegen den Überfluss, gegen das vermeintliche Wachstumscredo. Alleine durch den Luxus der Auferstehung können wir ein Leben in Fülle erlangen.

Jörg M. Wuttge, Pfarrer in Cazis und Flerden/Urmein/Tschappina

## LEITARTIKEL

## Die touristische Zukunft beginnt jetzt

Grenzen bildeten den groten Faden am gestern in Interlaken zu Ende gegangenen Tourismusforum der Alpenregionen (TFA). Die Grenzen wurden definiert, gesteckt und ausgelotet. Geblieben sind vor al-

„  
Das TFA hat  
bleibende  
Eindrücke  
hinterlassen  
„

lem die Blicke über die (Bündner) Grenzen hinaus.

Der Blick in das Skiresort von Aspen hat gezeigt, wie breit der Tätigkeitsbereich und wie weit der Horizont von Touristikern sein kann. Mike Kaplan, CEO der Aspen Skiing Company, hat mit seinem Referat beeindruckt. Sein Engagement für die Zukunft des Wintertourismus ist enorm. Kaplan hat erkannt, dass die Klimaveränderung den Wintersport mehr und mehr in Bedrängnis bringt. In Nordamerika, wo die Skigebiete oft tiefer gelegen sind als in den Alpen, ist die Bedrohung bereits sehr viel realer. Aspen nimmt sein Schicksal schon seit mehreren Jahren selbst in die Hand. Dabei spielt auch die Stärkung des Sommertourismus eine wichtige Rolle. Aber nicht nur. Aspen investiert auch in die Reduktion des CO<sub>2</sub>-Ausstosses.

Weil sich die US-Handelskammer um solche Massnahmen drückt, ist die Aspen Skiing Company ausgestiegen. Ein mutiger Schritte, gerade

in den USA, wo die Lobbys einen gewaltigen Einfluss auf die Wirtschaft haben. Der Schritt zeugt vom Einsatz in Aspen, den Wintertourismus zu erhalten. Noch weiter ging die Destination, als sie die Zusammenarbeit mit Kohleminen begann, um den Methanausstoss zu reduzieren.

Auch für den Gast selber wird in Aspen viel unternommen. Das reicht von Kinderhorten, die ganze Gebäude einnehmen und Abenteuerspielplätze beinhalten, bis zu einer intensiven Gästebetreuung. So stehen in den Bergstationen Mitarbeiter, die Neulingen erstmal das Skigebiet erklären und ihnen Pisten empfehlen.

Natürlich kann dieser erfrischende Blick über den Teller rand nicht eins zu eins auf Bündner Destinationen angewandt werden. Denn das Modell ist erstens ein typisch US-amerikanisches und benötigt zweitens eine jahrelange Entwicklung sowie grosse Investitionen. Eine Anregung aber

„  
Das Modell von  
Aspen kann  
durchaus ein  
Vorbild sein  
„

könnte Aspen den hiesigen Destinationen durchaus bieten. Die Herausforderung nämlich sind etwa dieselben. Und gerade das Engagement

für den Umweltschutz und damit die Erhaltung des Wintersports sind beispielhaft.

Den zweiten bleibenden Eindruck lieferte der Rahmen des TFA gleich selbst. Ob schon die Ostertage vorüber sind, ist im Berner Oberland nichts von Zwischensaison zu spüren. Die Hotels sind gut belegt, die Bergbahnen noch gefragte. Das zeugt davon, dass Interlaken sich nicht nur über den Wintersport definiert. Für die Gäste aus den neuen Märkten

wurden unzählige Angebote geschaffen. Die Schifffahrt mit indischem Dinner etwa, oder die breite Palette an Adrenalin-Erlebnissen. Praktisch im Minutentakt landen auf der grossen Wiese im Herzen Interlakens Gleitschirm-piloten mit ihren Gästen.

Dass mit den neuen Gästen auch neue Wünsche kommen, zeigt sich bei den Asiaten sehr gut. So geben viele das Geld lieber für ein paar teure Uhren als für ein komfortables Hotelzimmer. Die Folge: Uhrgeschäfte stehen an jeder Ecke und ihre Öffnungszeiten erlauben Shopping bis um 22 Uhr.

Dass sich Interlaken in den neuen Märkten bereits gefestigt hat, kommt nicht von ungefähr. Denn sie werden seit über 15 Jahren bearbeitet. Darüber zu diskutieren, wieso Graubünden dem Berner Oberland diesbezüglich meilenweit hinterherhinkt, ist müssig. Genauso müssig wie es ist, über Umstände wie den starken Franken, schlechtes

Wetter oder das Olympiainein zu jammern. Denn die Blicke müssen sich jetzt definitiv nach vorne und damit auch auf alternative Angebote gerichtet werden.

Diese Botschaft scheint bei vielen Bündner Touristikern angekommen zu sein. Das zeigen erste, wenn auch noch zögerliche Anpassungen an Gäste aus asiatischen und lateinamerikanischen Ländern. Das Wort «Olympia» übrigens wurde trotz einigen Bündner Referenten am Tourismusforum nur ein einziges Mal erwähnt. Das muss sich für viele

„  
Die Blicke müssen  
sich  
jetzt nach vorne  
richten  
„

Touristiker aus Graubünden beinahe wie Ferien angefühlt haben.

Potenzial in Graubünden haben wohl Angebote im Bereich Abenteuer und Adrenalin. Dass Canyoning, Paragliding und Rafting nicht nur Nischenprodukte sind, zeigt die Nachfrage in Interlaken klar. Sie müssten aber stärker vermarktet und somit einem breiteren Publikum zugänglich gemacht werden.

Veranstaltungen wie das Tourismusforum sind Gold wert. Sie ermöglichen es, auch ausserhalb der eigenen Grenzen nach Erfolgsmodellen Ausschau zu halten. Hoffentlich haben diese Eindrücke die Rückreise nach Graubünden in grosser Zahl überstanden.



Marc Melcher

## Momentaufnahme



## Staranwalt verteidigt Königstochter Cristina

Die spanische Königstochter Cristina wird im Verfahren um ihre mögliche Verwicklung in einen Finanzskandal von einem der renommiertesten Juristen in Spanien verteidigt. König Juan Carlos bat den Anwalt Miquel Roca, einen der Urheber der spanischen Verfassung, persönlich darum, die Verteidigung seiner Tochter zu übernehmen. Der 72-jährige Katalane bestätigte gestern in Barcelona, dass er den Auftrag annehmen werde.

(Foto Keystone)

## Bündner Tagblatt

**Herausgeberin:** Südostschweiz Presse und Print AG.  
Verleger: Hanspeter Lebrument, CEO: Andrea Masüger.

**Redaktionsleitung:** Christian Buxhofer (Chefredaktor, cb), Norbert Waser (Stv. Chefredaktor, nw), Susanne Taverna (Produktionschefin, na).

**Redaktion:** Sarah Blumer (blu, Beilagenredaktion), Sabrina Bundi (bun), Gieri Dermont (Ausserredaktion Surselva, de), Denise Erni (dni), Silvia Kessler (ke), Sabine-Claudia Nold (nol), Cornelius Raeber (Beilagenredaktion), Julian Reich (jul, Leitung Ressort Kultur), Thomas Spinas (ts), Claudio Willi (wi).  
**Redaktion Sport:** René Weber (Leitung, rw), Hansruedi Camenisch (Stv., ca), Kristian Kapp (kk), Johannes Kaufmann (jok), Jürg Sigel (js).  
**Bildredaktion:** Marco Hartmann (Leitung), Yanik Bürkli (yb), Rolf Canal, Theo Gstöhl, Olivia Item (oi).  
**Redaktionelle Mitarbeiter:** Juscha Casaula (jc), Marc Melcher (mm), Jonas Schneeberger (jos).

**Redaktionsadressen:** Bündner Tagblatt, Commercialstrasse 22, 7007 Chur, Telefon 081 255 50 50, Fax 081 255 51 23, E-Mail: redaktion-bt@suedostschweiz.ch.

## Verlag

Südostschweiz Presse und Print AG, Kasernenstrasse 1, 7007 Chur, Tel. 081 255 50 50, Fax 081 255 51 10, E-Mail: mholdener@suedostschweiz.ch.

**Abo- und Zustellservice:** Tel. 0844 226 226, E-Mail: abo@suedostschweiz.ch.

**Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen i.S.v. Art. 322 StGB:** Südostschweiz Radio AG, Südostschweiz TV AG, Südostschweiz Emotion AG, Südostschweiz Pressevertrieb AG, Südostschweiz Partner AG.

## Anzeigen

Südostschweiz Publicitas AG, Commercialstrasse 20, 7007 Chur, Telefon 081 255 58 58, Fax 081 255 58 59. Weitere Verkaufsstellen in Arosa, Ilanz, Lenzerheide und Thusis.

Erscheint sechsmal wöchentlich

Reichweite «Die Südostschweiz»:

121 187 Exemplare (WEMF/SW-beglaubigt),  
240 000 Leser (WEMF/SW-beglaubigt).

Die irgendwie geartete Verwertung von in diesem Titel abgedruckten Inseraten oder Teilen davon, insbesondere durch Einspeisung in einen Online-Dienst, durch dazu nicht autorisierte Dritte, ist untersagt. Jeder Verstoß wird von der Werbegesellschaft nach Rücksprache mit dem Verlag gerichtlich verfolgt.