



INSERAT



Die Branche zu Gast im Ötztal



Was macht alpine Destinationen erfolgreich? «Big Business» – oder doch «smaller is beautiful»? Diesem Thema widmet sich das 27. Tourismusforum Alpenregionen (TFA), das gestern im Ötztal begonnen hat. Mit 220 Teilnehmenden aus sechs Nationen gehört das Forum im Tirol zu einer der erfolgreichsten Austragungen. Man habe sich bewusst für das Ötztal entschieden, sagte Roland Zegg (Mitte im Bild), Geschäftsführer der Veranstalterin Grischconsulta AG aus Maiefeld, zum Auftakt des dreitägigen Anlasses im «Aqua Dome»-Hotel. Die Region gehöre zu einer der dynamischsten des Alpenraums. Die Freude bei den Gastgebern – links Jakob Falkner, Geschäftsführer Bergbahnen Sölden, und rechts Oliver Schwarz, Geschäftsführer Ötztal Tourismus – ist freilich gross. Nicht zuletzt auch, weil sich die Region bei strahlendem Sonnenschein wie im Bilderbuch präsentiert. Das Forum spannt einen weiten Bogen von der rasenden Digitalisierung bis zur Offline-Gegenkultur und von der Globalisierung zur Regionalität. Der erste Forumstag stand im Zeichen der Digitalisierung. (NM)

GRAUBÜNDEN Seite 3

Armeespitze stellt die geplanten Beschaffungen vor

PAYERNE Die längere Lebensdauer der F/A-18-Kampffjets und der Kauf von Munition sind die Schwerpunkte der Armeebotschaft 2017, über die die Räte voraussichtlich im Juni befinden. Gestern stellte die Armeespitze die geplanten Beschaffungen vor. Insgesamt beantragt der Bundesrat dem Parlament Kredite von 2,1 Milliarden Franken.

Es sei wichtig, die Ausrüstung der Armee auf einem guten Niveau zu halten, sagte Verteidigungsminister Guy Parmelin gestern auf dem Militärflugplatz Payerne VD. Vorgeführt wurde auch der Luftpolizeidienst (LP24). Seit Anfang Jahr stellt die Luftwaffe sieben Tage die Woche ab Payerne zwischen acht und 18 Uhr den Luftpolizeidienst sicher. Ab 2019 wird der Dienst zwischen sechs und 22 Uhr einsatzbereit sein; ab 2021 rund um die Uhr. (SDA)

SCHWEIZ Seite 18

AHV bei minus 766 Millionen

BERN Das Umlageergebnis bei der AHV ist 2016 erneut negativ ausgefallen. Die Sozialversicherung hat 766 Millionen Franken mehr ausgegeben, als sie an Beiträgen eingenommen hat. Mit einem guten Anlageergebnis konnte jedoch ein Verlust vermieden werden. Das negative Umlageergebnis bei der AHV liegt im Trend der letzten Jahre, wie der Ausgleichsfonds AHV/EO (Compenswiss) gestern mitteilte. Hinzu kommen die vom Bund bezahlten Zinsen auf die Schulden der IV von 122 Millionen Franken. Dank dieser Einnahmen verzeichnete die AHV 2016 ein Betriebsergebnis von 439 Millionen Franken. Das ist deutlich besser als im Vorjahr. (SDA)

SCHWEIZ Seite 18

Rückkehrern Perspektive bieten

BRÜSSEL Die EU-Innenminister haben gestern in Brüssel über die EU-interne Umverteilung von Flüchtlingen sowie über die EU-Rückkehrpolitik diskutiert. Laut Bundesrätin Simonetta Sommaruga, die am Treffen teilnahm, kann die Politik der Schweiz bei der freiwilligen Rückkehr Erfolge aufweisen. Zudem müsse man ihnen ihre Perspektiven etwa dank Rückkehrhilfen aufzeigen. (SDA)

WELT Seite 19

EXKLUSIV IM BT

Solothurner auf den Spuren der Walser

Verkehrte Welt: Thomas Kuhn aus dem Kanton Solothurn verlässt seinen Wohnort bei strahlend blauem Himmel und fährt mit dem Zug in Richtung Graubünden. Bereits am Walensee trübten Wolken die Aussicht, im Avers angekommen, sitzt der Nebel tief. So geschehen am vergangenen Donnerstag, als der Gewinner eines Wettbewerbs von Graubünden Ferien die Reise zu seinen Bündner Gastgebern antrat. Fünf Tage lang durfte Thomas Kuhn bei der Familie Loi in Avers-Crôt verbringen und so eine ihm bis anhin unbekannte Region Graubündens kennenlernen. Und spätestens ab Tag zwei, als sich das Wetter wieder von seiner «bündnerischen Seite» präsentierte, konnte der Gast (im Bild rechts) den Aufenthalt geniessen und sich von seinem einheimischen Gastgeber Bruno Loi so manch interessanten Ort im Tal zeigen lassen. (RU1)



GRAUBÜNDEN Seite 5

«Musik unterscheidet nicht»

Für ihre diesjährige Kristall-Verleihung lanciert die Pro Infirmis einen Musikvideo-Wettbewerb. Sie will damit auf Menschen mit Behinderungen aufmerksam machen.

GRAUBÜNDEN Seite 3

Bike-Talente werden gefördert



Riccardo Dasoli ist überzeugt vom Potenzial vieler junger Mountainbiker in Graubünden. Zusammen mit Ivo Hassler will er ihnen den Einstieg in den Wettkampfsport erleichtern.

SPORT Seite 14

Graffiti, die berühren

In der Ausstellung «Outside-In» in der Galerie Loewen in Chur zeigen die beiden Street-Art-Künstler Fabian Florin und Yiannis Hadjipanayis ihre eindrucklichen Werke.

KULTUR Seite 13

Graubünden ist sicherer geworden

Erneut ist die Zahl der Delikte in Graubünden gesunken, wie die Kriminalstatistik zeigt.

Die Kriminalität in Graubünden war im letzten Jahr rückläufig, wie die gestern von der Kantonspolizei vorgestellte Kriminalstatistik zeigt. Dabei gab die Kantonspolizei auch

einen kurzen Ausblick in die Zukunft. So möchte sie ihre Kapazitäten im Bereich der Cyberkriminalität ausbauen und diese im nächsten Jahr statistisch erfassen. Auf die Cy-

berkriminalität geht Regierungsrat Christian Rathgeb im Gastkommentar auf Seite 2 ein. (GAM)

KLARTEXT/GR Seiten 2+7

Baurecht für 60 neue Arbeitsplätze

Das IT-Unternehmen Inventx plant in Chur den Ausbau auf bis zu 200 Arbeitsplätze.

Ein Steinwurf vom heutigen Hauptsitz am Churer Postplatz entfernt, plant das IT-Dienstleistungsunternehmen Inventx für rund 30 Millionen Franken einen Neubau. Damit einhergehen soll eine Erhöhung des Mitarbeiterbestandes von 140 auf über 200. Nun legt der Stadtrat den Baurechtsvertrag dem Gemeinderat vor und erklärt, weshalb er den Boden – gestützt auf das Gesetz über die Förderung der Wirtschaft – zu Vorzugsbedingungen abgeben möchte und wie damit auch das Problem des Stadtarchivs gelöst werden könnte. (NW)

CHUR Seite 8



Ein städtebaulicher Akzent: Visualisierung des geplanten Neubaus des IT-Unternehmens Inventx auf dem Areal des alten Churer Forstwerkhofs. (ZVG)

GRAUBÜNDEN Seite 3 CHUR Seite 8 KULTUR Seite 13 SPORT Seite 14 SCHWEIZ Seite 18 WELT Seite 19 RADIO/TV Seite 21 WETTER Seite 24

INSERAT

BT «Männer» in der Beiz.



Jöri Schwärzel zu Gast am Montag, 3. April, 20 Uhr

Am Montag, 3. April, ist Jöri Schwärzel, Co-Präsident von maenner.gr, zu Gast bei «BT in der Beiz» im Restaurant «Frohsinn» beim Bahnhof Chur. Freuen Sie sich auf einen spannenden Abend.

«BT in der Beiz» mit Übertragung auf TV Südostschweiz am Sonntag, 9. April, um 18 Uhr und stündlicher Wiederholung.

Bündner Tagblatt Mehr vom Hier.



Eintauchen in einen See von Daten und das Gehirn des Gastes

Der Feriengast von heute will es **möglichst individuell**. Die **Digitalisierung** kann der **Tourismusbranche** helfen, diese Vielfalt beherrschbar zu machen. Das zeigen unter anderem zwei Experten am **Tourismusforum Alpenregionen im Ötztal**.

► NADJA MAURER

D

Der erste Tag des dreitägigen Tourismusforums Alpenregionen (TFA) im Ötztal stand ganz im Zeichen der Digitalisierung. Ömer Atiker, Experte für Digitalisierung und digitale Transformation, zeigte zunächst auf, wie mit digitalen Geschäftsmodellen dem Gast perfekte Erlebnisse ermöglicht werden. Der Gast und seine Ansprüche werden im Zuge der Individualisierung immer vielfältiger. «Die Zukunft», so der Experte, «ist furchtbar bunt.» Immer wieder sehe man sich mit neuen Trends konfrontiert. Da seien die Veganer, Bio-Liebhaber, die digitalen Nomaden oder Gäste, die neuerdings dafür bezahlen, sich an einem Ort ohne Internet mit einem «Digital Detox» zu erholen. Der Standard, so Atiker, reiche jedenfalls nicht mehr aus, um den Gast zufriedenzustellen. «Jedes Auto wird heute auf Mass gebaut, Sie können sich im Internet das eigene Müsli mischen oder ein Nutellaglas mit Ihrem Namen machen lassen.»

Für das perfekte Erlebnis

Die Digitalisierung bietet den Tourismusanbietern grosse Chancen, sich diese Individualisierung zunutze zu machen. «Die Digitalisierung macht die Vielfalt beherrschbar», so Atikers Kernaussage. Indem Daten über den Gast gesammelt würden, könne ihm der Urlaub vereinfacht werden. «Das fängt bei der Buchung an, geht über die Anreise und gilt auch für den Aufenthalt.» Dazu müssten die Anbieter wie ihre Gäste denken und sie beobachten. Als Beispiel nannte Atiker den Fahrdienst Uber. «Die haben sich ein halbes Jahr in Taxis gesetzt, um zu schauen, was der Fahrgast will und was ihn stört.» Vor allem aber sollten Tourismusanbieter agil auf Trends reagieren. Atiker riet davon ab, Thinktanks zu starten und Initiativen zu lancieren, die Jahre



Hirnforscher **Hans-Georg Häusel** im Gespräch mit TFA-Leiterin **Carmen Heinrich**. Als erster Referent zeigte **Ömer Atiker** auf, welches Potenzial die Digitalisierung für die Branche birgt. (FOTOS NADJA MAURER)



dauern. «Man sollte beweglich sein und für kleine Kosten etwas schnell ausprobieren. Testen Sie mehrere Ideen gleichzeitig», so sein Appell. Er rief auch zur Zusammenarbeit unter den Akteuren auf. «Teilt man sich die Daten, kann man mehr daraus machen», sagte der Experte. «Führen Sie diesen ganzen See von Daten zusammen, um das Erlebnis für den Gast einfach und perfekt zu machen.»

Marken schalten das Gehirn aus

Zur Einfachheit riet auch Hans-Georg Häusel. «Das Gehirn ist eine faule Sau und liebt es, wenn etwas einfach ist», sagte der Hirnforscher,

der den TFA-Teilnehmenden einen interessanten und aufschlussreichen Blick ins Neuromarketing ermöglichte. Gleich zu Beginn stellte er klar: «Unser Gehirn entwickelt sich nicht so schnell wie die Digitalisierung.» Die letzte kleine Entwicklung des Gehirns habe vor 30 000 Jahren stattgefunden. «Seither warten wir sehnsüchtig auf ein neues Release», fügte er trocken an.

Häusel sprach über das Geld- und Konsumverhalten der Menschen und wie der Tourismus davon profitieren kann. Er hielt fest, dass die Bedürfnisse der Leute auch in der digitalen Welt noch immer die gleichen seien. Aber: «Unser Belohnungs- und Erwartungssystem

läuft heute schneller. Ein Mensch gewöhnt sich schnell an eine Belohnung und erwartet deshalb immer mehr.» Es sei für Tourismusanbieter natürlich ein «verdammtes hartes Geschäft», wenn sie immer etwas drauflegen müssten, räumte Häusel ein, «aber sie müssen weitermachen».

Ein weiterer Ratschlag des Professors: Angebote emotionalisieren und inszenieren. «Alles, was in unserem Gehirn keine Emotionen auslöst, ist sinn-, wert- und bedeutungslos», sagte er. Das Emotionsystem mit seinen Motiven Stimulation, Balance und Dominanz – wobei Letzteres laut Häusel der wichtigste Treiber in der Konsumgesellschaft ist – bestimmt das Leben und die Entscheidungen. Eine wichtige Orientierung für den Menschen stellen gemäss dem Neuromarketing-Experten insbesondere Marken dar. Diese hätten eine feste Heimat im emotionalen Gehirn. «Eine starke Marke schaltet unser Gehirn ab, weil die Emotionen entscheiden.» Als Beispiel nannte Häusel einen Kaffee, der an sich keine grosse Emotionen auslöst. Ist der Kaffee aber von einer bestimmten Marke oder erzählt man dem Gast beim Servieren die Geschichte über die Herkunft der Bohnen, dann sorgt das für einen «Emotional Boost», wie er sagt.

«Das Analoge wird nie ersetzbar»

Emotionen funktionieren auch in der digitalen Welt, wie Häusel festhielt. So kann das Erscheinungsbild oder die Bedienung einer Webseite Einfluss auf die Entscheidung des Nutzers haben. Doch bei der ganzen Digitalisierung steht auch immer noch der Mensch im Vordergrund. «Das A und O werden auch in Zukunft die menschlichen Kontakte sein. Das Analoge wird nie ersetzbar», so der Hirnforscher. Die Multisensualität des Analogens – das Riechen, Schmecken, Sehen – wirke beim Menschen zehnmal mehr als das Digitale. «Vergessen sie also diese letzten analogen Kontakte nicht, bauen sie darauf auf und emotionalisieren sie.»

NACHGEFRAGT

«Mitmachen und teilhaben dürfen»

Die neue Kampagne der Pro Infirmis stellt Musikvideos mit Bündner Musikern und Menschen mit Behinderungen in den Mittelpunkt (siehe Artikel unten). Das BT fragt nach, wie die Instrumentalisierung und der Schutz der Menschen mit Behinderung im Internet in dieser Kampagne gehandhabt werden.

BÜNDNER TAGBLATT: *Katrin Thuli-Gartmann, wie gewährleistet die Pro Infirmis den Schutz der Menschen mit Behinderung, welche in der neuen Kampagne zu Musikvideo-Darstellern werden?*

KATRIN THULI-GARTMANN: Uns ist es ganz wichtig, dass die Menschen mit Behinderung aus eigenem Willen und mit Freude dabei sein möchten. Wir forcieren keine Teilnahme, das darf nicht sein. Wichtig ist uns auch, dass wir, wenn jemand nicht selber entscheiden kann, das Einverständnis der Eltern einholen. Es soll ein Gewinn für Menschen mit Behinderung sein. Das heisst: sichtbar werden und nicht sichtbar gemacht zu werden.

Ist es nicht recht heikel, Videos mit Menschen mit Behinderung ins Internet zu stellen?

Absolut. Das Thema Internet ist heute ein ganz heikles Thema, gerade bei Jugendlichen. Darum stellen wir Beiträge nicht direkt online, ein Musikvideo innerhalb dieser Kampagne geht zuerst über unseren Tisch. Haben wir Zweifel, behalten wir uns das Recht vor, ein Video nicht hochzuladen. Dies nicht, weil wir es vielleicht musikalisch schlecht finden, sondern weil wir Schutz bieten wollen. Es ist uns ganz wichtig, dass nichts ungefiltert ins Internet gestellt wird. Als Beispiel: Gimma drehte ein Musikvideo mit Kindern. Kein Kind erscheint im Video, ohne dass die Eltern dieses gesehen und mit ihrer Unterschrift die Zustimmung gegeben haben. Hätten die Eltern Nein gesagt, wäre das Video nicht online gegangen, oder das Kind hätte nicht teilnehmen dürfen.

Das heisst, Sie klären eine Teilnahme von Kindern vorab mit den Eltern ab?

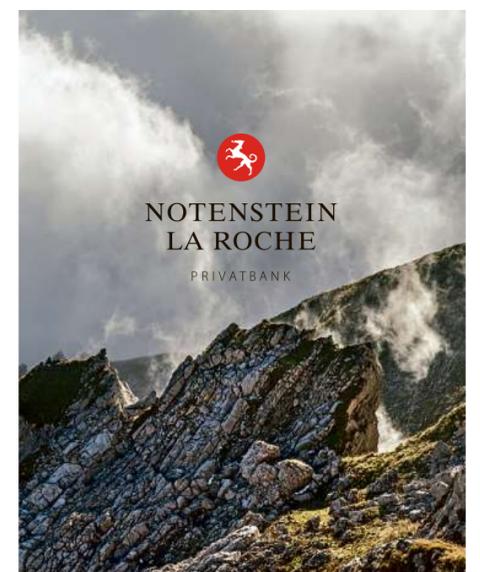
Ja. Zudem haben wir Teilnahmebedingungen, die akzeptiert werden müssen. Wer ein Video hochladen will, muss volljährig sein. Bei einem Minderjährigen muss ein Volljähriger das Einverständnis dazu geben und die Verantwortung tragen. Zusätzlich filtern wir selbst. Sind wir nicht sicher, stellen wir Rückfragen. Will man im Wettbewerb mitmachen, muss man sich auf der dafür zur Verfügung stehenden Webseite zu erkennen geben und zwingend seine E-Mail-Adressen angeben. Anonym kann nichts hochgeladen werden. Diese Schwelle wäre in unseren Augen zu tief, um seriös zu sein.

Es gab also bei der Pro Infirmis intern durchaus Diskussionen um dieses Thema?

Wir haben viel darüber diskutiert und uns Gedanken gemacht, wie wir die Teilnahmebedingungen gestalten wollen. Wir stellten aber keine lange Liste von «Do not» auf, sondern sagen ganz klar: wertschätzend und verantwortungsvoll teilnehmen. In künstlerischer Hinsicht sind wir offen, da ist vieles möglich. Wir bieten eine Plattform und machen sichtbar, was sonst eher versteckt ist. Menschen mit Behinderungen sollen mitmachen und teilhaben dürfen. Alle Beteiligten tragen aber Mitverantwortung. MAYA HÖNEISEN

Katrin Thuli-Gartmann ist kantonale Geschäftsleiterin der Pro Infirmis Graubünden.

INSERAT



Pro-Infirmis-Kristall im Zeichen der Musik

Im Rahmen des 13. Pro-Infirmis-Kristalls lanciert die **Pro Infirmis** dieses Jahr zusammen mit **Bündner Musikern** einen öffentlichen **Musikvideo-Wettbewerb**. Kampagnenthema: «Musik unterscheidet nicht».

Bereits seit dem Jahr 2004 verleiht die Pro Infirmis alljährlich den Pro-Infirmis-Kristall. Die Auszeichnung würdigt im Sinne von Inklusion und Teilhabe besondere Projekte oder Verdienste von oder für Menschen mit einer Behinderung. Dieses Jahr steht nun die 13. Preisverleihung ganz im Zeichen der Musik. Gestern stellten die Verantwortlichen in Chur die neue Kampagne «Musik unterscheidet nicht» vor. «Eine Stimme für jeden» sei die Grundhaltung hinter der neuen Kampagne, erklärte Katrin Thuli-Gartmann, Geschäftsleiterin von Pro Infirmis Graubünden. «Musik berührt alle Menschen, Musik baut Barrieren ab und überwindet Grenzen.»

Erste Videos sind aufgeschaltet

Die Idee hinter dem öffentlichen Wettbewerb: Bis Ende August sollen spontane Musikvideos von Menschen mit und ohne Behinderung eingereicht werden. Mitmachen

kann jedermann. Die Videos werden von der Pro Infirmis anschliessend innerhalb eines Wettbewerbs ins Internet gestellt. Eine Jury mit Persönlichkeiten aus Politik, Wirt-

schaft und Kultur wählt unter den zehn Finalisten drei Siegerevideos. Die Kampagne zielt auf öffentliche Beachtung, erklärte Thuli-Gartmann. «Der Prozess der Entstehung,

des Zusammenwirkens und der Begegnung soll aber ebenso wichtig sein wie das Ergebnis selbst.»

Erste Videos sind inzwischen abrufbar. So nahm der Musiker Hampa Rest an der Gitarre mit Silja am Schlagzeug den Elvis-Song «Jailhouse Rock» auf. Es sei sehr eindrücklich gewesen, sagte Rest. Ein weiteres Video produzierte der Entertainer Jörg Guyan. Im Song «Amen» von Jester Hairstone begleitet er den kleinen Andrin, der fröhlich lachend mit einer Rassel im Rollstuhl sitzt. Zur Verfügung gestellt haben sich auch weitere Musiker, so etwa Gimma, André Renggli, Chris Bluemoon, Tama Carigiet oder Nyna Dubois. MAYA HÖNEISEN

Musikvideos können ab sofort auf www.musik-unterscheidet-nicht.ch hochgeladen werden. Unterstützung geben die Produktionsstation www.photocab.ch und das Musikhaus Blue Wonder in Chur.



Katrin Thuli-Gartmann, Silja und Hampa Rest (von links) freuen sich über ein gelungenes erstes Musikvideo. (FOTO MARCO HARTMANN)