

GASTKOMMENTAR Roland Zegg über das Tourismusforum Alpenregionen in Pontresina

Alles hat seinen Preis – aber nicht jeder Preis hat seinen Wert

Der alpine Tourismus hat sich in dieser Wintersaison erneut unter anspruchsvollen Rahmenbedingungen beweisen müssen. Gleichzeitig belegte die im Quellmarkt Deutschland alljährlich durchgeführte Reise-Analyse (RA) erneut, dass bei den Ferien auf der Gastseite grundsätzlich nicht gespart, jedoch die Ausgaben und die Zeit anders verteilt werden.

Was also ist entscheidend(er): das Angebot/Produkt oder der Preis? Beobachtet man die Branche, liegt der Schluss nahe: Das meistverwendete Angebot ist der Rabatt. So, wie es auch Patrick Pfäffli, Pricing-Experte und Referent am 26. Tourismusforum 2016 in Pontresina, treffsicher formulieren wird. Grundsätzlich ist gegen Ermässigungen nichts einzuwenden, jedoch

nur dann, wenn sie temporär und vor allem in einem für den Gast verständlichen Masse gewährt werden.

Wer sich auf die «Percent-Off-Welle» begibt, muss oft mehr dafür investieren, wieder auf das erforderliche Preisniveau zurückzugelangen, als ihm die reduzierten Preise am Ende eingebracht haben. In der Bergbahnbranche wird die Einführung von «Dynamic Pricing», wie wir es von den Flugpreisen her kennen, diskutiert. Bei diesem System werden die Preise für Skipässe und Tageskarten täglich neu berechnet – unter Einbezug von Faktoren wie Konkurrenzpreise, Angebot und Nachfrage, Wetteraussichten und so weiter.

Auch wenn dieser Form der Preisbildung meist mathematische Algorithmen zugrunde liegen, ist diese bei den Gästen nicht durchgängig beliebt, zum Beispiel dann, wenn der Tischnachbar im Bergrestaurant stolz berichtet, dass er für das gleiche Ticket

mit gleichen Leistungen wesentlich weniger bezahlt hat.

Für die Anbieter im Tourismus kommt hinzu, dass viele in den letzten Jahren ihren Eigenvertrieb vernachlässigt haben, weil sie sich von Web-Portalen mit guten Rankings und hohen Zugriffszahlen eine starke Google-Positionierung und steigende Buchungszah-



«Das Angebot muss seinen Preis so richtig wert sein»

len versprechen lassen haben. Inzwischen zeigt die tägliche Realität, dass die Betriebe die eigene Preishoheit durch die Ratenparitäts-Forderungen aus der Hand gegeben haben und angesichts der Kick-back-Regelungen dieser Portale die Margen immer kleiner werden, auch wenn die Buchungslage

gut ist. Das Modell der Marketing- und Vertrieb-Pools, in denen sich voneinander abhängige oder mitprofitierende Partner zusammenschliessen, sollte also wieder einmal fokussiert werden. Für den Gast können so diverse Angebotsbausteine aus einer Hand, transparent und mit hohem Service geboten werden und vor allem ohne versteckte

Nebenkosten, die die grossen Vermarktungsportale nutzen, um dem User zusätzlich Geld aus der Tasche zu ziehen.

Preis-Psychologie und -Strategie gewinnen enorm an Bedeutung, genauso wie das Kennen und Beherrschen der entsprechenden, rasant weiterentwickelten Technologien.

Was das Pricing aber am meisten beeinflusst, sind die Erlebniswerte, die Emotionen und die Eindrücke, die die Zahlungsbereitschaft für einen Ausflug oder für die Ferien erheblich beeinflussen. Es müssen also Angebote kreiert werden, die das Herz des potenziellen

Gastes pulsieren lassen – sozusagen ein «Zalando-Paket», in dem statt Massenware-Schuhe ganz besondere, verlockende Freizeit- und Ferienvorschläge zu finden sind. Sie sind die Grundessenz, die gerade hier in der Schweiz noch bestens vorhandene Kaufkraft herauszukitzeln, auch für Produkte im gehobenen Preissegment.

Doch nützt das kreativste Angebot nichts, wenn die Kommunikation diesem nicht gerecht wird. Leicht verständliche, schlüssige Argumente, die den Vorteil und den sogenannten «Produktnutzen» visuell und/oder verbal auf einen Blick transparent kommunizieren und Sehnsüchte erzeugen, sind essenziell. Das Angebot muss seinen Preis so richtig wert sein.

ROLAND ZEGG ist Geschäftsführer des Beratungsunternehmens Grischconsult AG mit Sitz in Maienfeld und Veranstalter des Tourismusforums Alpenregionen (TFA), das ab heute für drei Tage in Pontresina stattfinden wird. Das BT wird über den Anlass berichten.

HINTERGRUND Sammy Ketz, Palmyra, über die Verwüstungen durch die Terrormiliz Islamischer Staat (IS)

Tiefe Wunden in Palmyra

Umgerissene Statuen, zerstörte Tempelmauern, beschmierte Wände: Die syrische Ruinenstadt Palmyra zeigt ihre Wunden nach zehn Monaten Gewalt Herrschaft der Dschihadistenmiliz Islamischer Staat (IS). Das Ausmass der Zerstörung und des Missbrauchs der Kulturgüter durch die Extremisten konnte ein AFP-Team nun begutachten, nachdem syrische Regierungstruppen die antike Stadt vor einer Woche zurückerobert hatten. An den Eingang des 2000 Jahre alten Baal-Tempels haben die Dschihadisten mit schwarzer Farbe

geschrieben: «Islamischer Staat. Kein Zutritt für Zivilisten und Brüder (Kämpfer).» Die Aussenmauern und der Hof des Tempels stehen noch, aber die Cella, der innere Gebetsraum, ist nur noch ein Steinhaufen. Der IS hatte den Tempel im Sommer gesprengt.

Überhaupt ist das Ruinengelände gesäumt von beige und ockerfarbenen Steinen, die einst Säulen und Bögen formten. Syriens Altertümerchef Maa-mun Abdulkarim zeigte sich zwar zuversichtlich, dass die vom IS zerstörten Kulturgüter mithilfe der UNO binnen weniger Jahre wieder aufgebaut werden könnten. Aber auch er musste einräumen: «Natürlich wird der Baal-Tempel nie wieder derselbe sein.»

Das noch intakte Römische Theater – ein prachtvoller Bau aus dem zweiten Jahrhundert – missbrauchten die

Dschihadisten für öffentliche Hinrichtungen. Eine Wand ist mit Namen der Kämpfer beschmiert, eine andere von Kugelschlägen übersät. Kinder von IS-Kämpfern mussten hier zur Waffe greifen und unter anderem Regierungssoldaten exekutieren.

Dort, wo früher die Cella des ebenfalls gesprengten Tempels von Baalshamin stand, ragen nun nur noch vier Säulen heraus. Auch die Überreste des prachtvollen Triumphbogens liegen in Haufen auf dem Boden.

«Es wird nicht schwer sein, das wieder aufzubauen, denn alle Steine sind noch da», sagte Abdulkarim dazu. Ausserdem sei der Bogen in den 30er-Jahren schon einmal restauriert worden. «Ich lade Archäologen und Experten aus aller Welt dazu ein.» Im Nationalen Museum von Palmyra haben die

Dschihadisten ebenfalls gewütet. Sie köpften Büsten geschmückter Frauen, rissen Bilder von den Wänden und entstellten Steinskulpturen von unschätzbarem Wert. Zur Zeit ihrer Herrschaft in Palmyra diente das Museum den Dschihadisten als religiöse Gerichtsstätte.

Er sei nur «glücklich», sagte Provinzgouverneur Talal Barasi, dass es gelungen sei, die 400 «schönsten Stücke» des Museums in Sicherheit zu bringen, bevor der IS einfiel.

Die Hotels der Stadt, einst voller Touristen, stehen leer. Überall fehlen Fensterscheiben. Eine nahe Kirche wurde zum Rekrutierungszentrum umfunktioniert. Das frühere Gefängnis von Palmyra sprengten die Dschihadisten in die Luft und errichteten ihre eigenen Haftzentren, darunter in einem alten Justizgebäude der Regierung.

LESERBRIEFE Zur Wasserkraft, zur Wahl des Präsidenten von Graubünden Holz und zur Wolfspolitic

Einheimische sollten einen Zacken zulegen

Wasserkraft – Graubünden ist zum Glück ein Wasserschloss-Kanton. Und es ist jetzt schon klar, Wasser ist heute schon Gold wert. Andere Kantone haben Probleme, weil sie zu wenig Wasser haben, noch gravierender ist es in anderen Ländern. Wasserkraft Schweiz in der Krise, aber eine grosse Krise kann auch grosse Chancen haben, davon bin ich überzeugt. Warum nicht einen «Wasserkraft – wie weiter»-Ideen-Wettbewerb auf die Beine stellen? Und zwar nicht erst morgen, heute noch.

Ich frage mich schon manchmal, warum können wir Bündner nicht auch mal einen cleveren Schachzug für uns machen? Vielleicht könnten wir Bündner unser gutes Quellwasser mit Fernleitungen in grosse Städte bringen oder in Länder, die weniger qualitatives Wasser haben. Nochmals zur Wasserkraft. Es darf nicht sein, dass man in der Vergangenheit teure Staudämme gebaut hat und teure dazugehörige Infrastruktur und später für Wasser/Strom keine Rendite erwirtschaftet. Kommt doch für uns Bündner gar nicht infrage, basta! Wir haben doch in unserem Kanton moderne gute Schulen, zum Beispiel die HTW in Chur und so weiter. Wo sind denn unsere Studierenden, wo zum Voraus nach Lösungen suchen? Es fängt doch schon in den Gemeinden an, Einheimische

wandern ab. Es ist wichtig, dass man mit gezielten kleineren oder grösseren Veranstaltungen die jungen Leute überzeugt, in ihren Dörfern zu bleiben. Einheimische müssen mehr Ämtli übernehmen, nur so bleibt das Einheimische, unsere Kultur, unsere Bräuche wie zum Beispiel «Chalandamarz» erhalten. Wir brauchen auch einheimische Vorgesetzte, Einheimische auf den Kanzleien einer Gemeinde, in Verwaltungen usw., dies ist ein Muss. Diese Werte dürfen niemals verloren gehen in unserem schönen, vielseitigen Kanton. Vielleicht sollten sich EU-Länder im «Strommarkt» nicht konkurrenzieren. Ob Jung oder Alt, Leute mit guten Ideen muss man unbedingt fördern und nicht bremsen. Not Vital machts vor, Schloss Tarasp. Danke.

► FRITZ MATHIS, CHUR

Bündner CVP gratuliert

Kürzlich wurde Alessandro Della Vedova als Präsident von Graubünden Holz, dem Dachverband für Wald- und Holzwirtschaft Graubünden, gewählt. Graubünden Holz ist der Zusammenschluss aller am Bündner Holz interessierten Verbände, Unternehmungen, Institutionen und Persönlichkeiten. Mit der Wahl von Alessandro Della Vedova wurde ein Branchenkenner und bestens vernetzter Politiker an die Spitze des Verbandes gewählt: Alessandro Della Vedova ist CVP-

Grossrat und Gemeindepräsident von Poschiavo. Der gelernte Schreinermeister präsidiert zudem im Grossen Rat die Kommission für Justiz und Sicherheit (KJS). Die CVP Graubünden gratuliert Alessandro Della Vedova herzlich zu seiner Wahl und wünscht ihm in seiner neuen Tätigkeit viel Erfolg und Genug-tuung.

► RETO CRAMERI, SURAVA, GROSSRAT UND MEDIENVERANTWORTLICHER CVP

Verfehlte Wolfspolitic

In der Schweiz läuft die Wolfspolitic komplett in die falsche Richtung. Nachfolgende Ungereimtheiten erhitzen die Gemüter. Im Jahr 2003 hat der WWF zusammen mit Wolfsforscher Luigi Boitani in Gland (Waadt) einen 90-seitigen Aktionsplan zur Ansiedlung und Nachhilfe bei der Population der Wölfe ausgearbeitet. Schon damals hat Urs Breitenmoser bei der heutigen Koordinationsstelle für Raubtierökologie und Wildmanagement (Kora) mitgewirkt. Seit Juni 2010 widersetzt sich das Departement Leuthard dem Parlamentsauftrag beider Kammern, gemäss Motion Fournier die Berner Konvention zu kündigen und neu zu verhandeln. Statt dem Parlamentsauftrag Folge zu leisten, werden laufend halb fertige Motionen in den Räten mit wenig Erfolg hin und her geschoben. Parallel dazu werden unsinnige Summen

in Millionenhöhe für das Wolfsmonotoring ausgegeben. Seit Jahren wird am heute noch unbrauchbaren und nicht funktionierenden Herdenschutz herumgebastelt. Wenn wieder Angriffe trotz der empfohlenen Massnahmen erfolgen, schreibt der WWF, man müsse das Konzept überarbeiten. Sehr viele Alpen und Weiden können wegen topografischer Lage nicht geschützt werden und verganden. Schmerzhaft und ärgerlich ist auch, wie die von den Raubtieren gelagerten Bevölkerungsgruppen und die Landbevölkerung nicht ernst genommen und einfach übergangen werden. Die Umweltverbände unternehmen alles, um die Wolfspopulation zu fördern und schrecken sogar vor Droh- und Schandbriefen nicht zurück. Man lese nur einmal das Schwarzbuch WWF, das sagt alles. Ebenfalls benützen sie jede Gelegenheit, alle Anstrengungen, die Regulation der Wolfspopulation ins Jagdrecht aufzunehmen, zu unterbinden. Es war schon immer so, wenn die Betroffenen keinen Ausweg mehr sehen, driften sie in die Illegalität ab und greifen zur Selbstjustiz. Die illegalen Handlungen verurteile ich aufs Schärfste. Es gibt nur den politischen Weg, das Grossraubtierproblem zu lösen. Ebenfalls erhoffe ich von den im Herbst neu gewählten Parlamentariern, das Grossraubtierproblem nicht länger halbherzig anzupacken und endlich tragbare Fakten zu schaffen.

► HERMI PLUMP, TAMINS

IMPRESSUM

Bündner Tagblatt

Herausgeberin:

Somedia Publishing AG.

Verleger: Hanspeter Lebrument.

CEO: Andrea Masüger.

Redaktionsleitung:

Luzi Bürkli (Chefredaktor, lub), Norbert Waser (Stv. Chefredaktor, nw), Nadja Maurer (nm).

Redaktionsadressen:

Bündner Tagblatt, Sommeraustasse 32, 7007 Chur, Telefon 081 255 50 50, E-Mail: redaktion@buendnertagblatt.ch.

Verlag: Somedia, Sommeraustasse 32, 7007 Chur, Tel. 081 255 50 50, E-Mail: verlag@somedia.ch.

Kundenservice/Abo: Somedia, Sommeraustasse 32, 7007 Chur, Tel. 0844 226 226, E-Mail: abo@somedia.ch.

Inserate: Somedia Promotion, Sommeraustasse 32, 7007 Chur, Telefon 081 255 58 58, E-Mail: inserate@somedia.ch

Reichweite: 164000 Leser (MACH-Basic 2015-2).

Abopreise unter: www.buendnertagblatt.ch/aboservice

Die irgendetwas 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 Verlagsgesellschaft nach Rücksprache mit dem Verlag gerichtlich verfolgt.

© Somedia