

Megatrend Demografie: Tourismus hat «Best Ager» im Visier

Die Digitalisierung und der demografische Wandel waren Schwerpunkte am ersten Tag des **Tourismusforums Alpenregion in Pontresina**. Als Gästesegment mit grossem Potenzial stellen sich noch immer die «Best Ager» heraus.

► NADJA MAURER

E

Es waren einige Trends, die Zukunftsforscher Eike Wenzel nach dem «Schweinsgalopp durch die Märkte von Eurasien», wie es Finanzexperte Dirk Müller (siehe Nachgefragt) formulierte, den Teilnehmenden des 26. Tourismusforums Alpenregion in Pontresina gestern präsentiert hat. Es sind nicht nur der Klimawandel, die Digitalisierung oder der demografische Wandel, die Einfluss auf den Konsumenten der Zukunft haben, auch die Dezentralisierung, die Migration oder die Mobilität spielen eine wichtige Rolle. «Setzen Sie sich mit diesen Megatrends auseinander, dann machen sie die Zukunft planbarer», appellierte Wenzel.

Eine «hoch spannende Konsumentengruppe» nennt der Zukunftsforscher Menschen jenseits des 55. Altersjahrs. Allgemein ist bekannt, dass die Bevölkerung immer älter wird. «Aber wir werden immer fitter und fühlen uns jünger», relativierte Wenzel. Er mahnte jedoch davor, die heute 55-Jährigen mit jenen von vor 40 Jahren zu vergleichen. «Sie können einem 60-Jährigen heute nicht mehr einen Treppenlift und ein Telefon mit grossen Tasten verkaufen.» Gerade weil sie «anders funktionieren» würden, seien sie eine interessante Zielgruppe für den Tourismus. Alleine in Deutschland werde es 2020



Neue Möglichkeiten im alpinen Tourismus: Moderatorin Monika Schär unterhält sich mit **Bernhard Joachim, Mathias Schattleitner, Martin Lohmann** und **Ralf-Dieter Roth** (von links) am Tourismusforum. (FOTOS NADJA MAURER)

laut Prognosen 6,1 Millionen sogenannte «Greyhopper» geben, also Männer um die 70 Jahre. «Und auch Frauen 55 Plus werden vom Tourismus heute kaum angesprochen.»

Deutschland ohne Wachstum

Mut, diese ältere Zielgruppe anzusprechen, machten die von Martin Lohmann, Leiter des Instituts für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (N.I.T. Kiel), präsentierten Zahlen aus dem Quellmarkt Deutschland. So habe die Nachfrage nach Urlaub in den Alpen bei den Gästen über 70 Jahren zugenommen, während jene bis zum 38. Altersjahr an Terrain verloren hätten. Dennoch: «Der demografische Wandel passiert im Tourismus schneller als in der Gesellschaft», so Lohmann, denn es gebe zwar immer

ältere Gäste, aber kein Wachstum. Ferner führte Lohmann aus, dass die Zahl der deutschen Urlauber mit 70 Millionen Reisenden im Jahr 2015 konstant geblieben sei – und bis 2025 bleiben werde. «Das ist eine ziemlich gute Position für den Tourismus», meinte er. «Das bedeutet aber auch, dass Deutschland kein Wachstumsmarkt ist.» Rückläufig sei hingegen die Nachfrage nach Winterreisen, insbesondere in die Alpen. Demgegenüber steht eine seit zehn Jahren konstante Nachfrage nach Urlaubsreisen im Alpensommer. «Aus dieser Perspektive gesehen, scheint der Winter die neue Herausforderung zu sein.»

Sportförderung ist Inlandaufgabe

Inputs und Ideen, wie diese Herausforderungen gemeistert werden

könnten, gaben die weiteren Referenten, die sich auch in der anschliessenden Podiumsdiskussion nochmals über Schwierigkeiten und Ideen unterhielten. Mit Bernhard Joachim von der Allgäu GmbH und Mathias Schattleitner der Schladming-Dachstein GmbH folgten zwei Best-Practice-Beispiele. Letzterer Region gelang es, erfolgreich auf den Ganzjahrestourismus zu setzen. Ein weiteres Thema der Podiumsdiskussion war die Förderung des Skisports. Ralf-Dieter Roth von der deutschen Sporthochschule Köln sagte in seinem Referat deutlich: «Wir müssen Familien nachführen, denn ihre Kinder sind die Gäste der Zukunft.» Er betonte aber auch, dass es eine Inlandaufgabe sei, die Begeisterung für den Wintersport zu wecken.



Ein Bild als Erinnerung: Zwei Teilnehmerinnen lassen sich von der «Snapcube», eine Art Selfie-Box, fotografieren.



«Wer Trends erkennt und sich mit ihnen auseinandersetzt, macht die Zukunft planbarer»: **Zukunftsforscher Eike Wenzel**.

Zwei neue Interessenten für die Lagalb

An der **Generalversammlung der Engadin St. Moritz Mountains AG** haben gestern zwei Unternehmer ihre Pläne für eine Übernahme der todgeweihten **Lagalb-Bahn** vorgestellt. **Fünf Millionen Franken** werden benötigt.

Die Unternehmer George Walliser und Rainer Good bieten ab heute Dienstag Aktien einer neuen Gesellschaft zur Zeichnung an. Diese soll, mit einem Kapital von fünf Millionen Franken ausgestattet, die Lagalb übernehmen und betreiben, wie die Engadin St. Moritz Mountain (ESTMM) AG nach ihrer gestrigen Generalversammlung mitteilte. Das Winterangebot solle gehalten oder verbessert und die Lagalb auch im Sommer wieder betrieben werden. «Wir wollen die Lagalb zum Downhill-Eldorado für Mountainbiker machen», erklärte George Walliser. Am 1. Juli wollen die bei-

den Unternehmer bekannt geben, ob die Gründung der neuen Gesellschaft zustande kommt und ob die Lagalb ab dem kommenden Winter weiter betrieben werden könne. Das werde nicht einfach, so Walliser. «Wir haben grossen Respekt vor unserer Aufgabe.» An ihrer letzten Generalversammlung im April 2015 hatte die ESTMM AG beschlossen, den defizitären Betrieb der Lagalb-Bahn nach der laufenden Wintersaison nicht mehr weiterzuführen (das BT berichtete).

Das Sorgenkind Lagalb gab auch bei der Präsentation der Geschäftszahlen zu reden. Zwar konnte der

Cashflow im Geschäftsjahr 2014/2015 um 4,9 Prozent auf 12,9 Millionen Franken gesteigert werden. Durch die ausserordentlichen Rückstellungen von 1,5 Millionen Franken für die Schliessung und den Rückbau der Lagalb schliesst das Geschäftsjahr aber mit einem Verlust von 303 000 Franken ab.

Marcel Bühler im Verwaltungsrat

An den anstehenden Wahlen wurde der St. Moritzer Marcel Bühler als Nachfolger von Marco Pitsch bestimmt. Präsident Luis A. Wieser sowie die bisherigen Mitglieder Ulrich Immler, Martin Candrian, Ivo Hu-

ber, Maurizio Pirola und Hanspeter Pleisch wurden wiedergewählt.

Präsident Luis A. Wieser ging in seiner Rede auf die schwierigen Rahmenbedingungen für die Unternehmung und den Tourismus im Oberengadin ein. Als Aufenthaltsdestination mit noch wenig Tagesgästen sei das Oberengadin vor allem auf Wochenend- und Feriengäste angewiesen. Die Unternehmung fokussiere sich deshalb im Skibereich auf das Corvigliagebiet. Die Diavolezza solle im Sommer als zentraler Teil der Strategie «Bernina Glaciers» zum frequenzstarken Ausflugsziel werden. (BT)

NACHGEFRAGT

«Welt ist voll mit Bedenkenträgern»

BÜNDNER TAGBLATT: Dirk Müller, Sie haben den Teilnehmenden des Tourismusforums in Ihrem Referat über die weltweiten Wirtschafts- und Finanzszenarien ziemlich Mut gemacht. Und das trotz beunruhigender Prognosen.

DIRK MÜLLER: Die Wirtschaftssituation ist momentan durchaus gefährlich. Der gesamte eurasische Kontinent kämpft mit Problemen. Insbesondere China, wo nach 20 Jahren ohne Rezession der Boom bald enden könnte. Das beinhaltet grosse Risiken. Wir sehen aber auch die Flüchtlingsproblematik in Europa, wir sehen den Nahen Osten in Flammen stehen, Russland ist im Zangengriff, in der Türkei herrscht Bürgerkrieg, der Mittlere Osten steht aufgrund des niedrigen Ölpreises vor grossen Schwierigkeiten... Alles Probleme, die sich gegenseitig verstärken und beeinflussen und von denen wir nicht wissen, wie sie ausgehen.

Langfristig gesehen sprechen Sie trotzdem von einer «sensationellen» Situation für den alpinen Tourismus?

Langfristig gesehen ist die Situation für den Alpenraum eigentlich so gut wie seit Jahrzehnten nicht mehr. In der Tourismusbranche dreht es sich in der Regel um Investitionen, die auf Jahrzehnte ausgerichtet sind. Der alpine Tourismus sollte die Herausforderungen als Chancen nutzen. So wird die Suche nach Urlaubsmöglichkeiten in einem sicheren Raum in Zeiten von Islamisierung und Terror immer zentraler. Der alpine Raum ist dort ein ganz wesentliches Element, denn er wird als sicher angesehen. Aber auch die Klimaerwärmung kommt den alpinen Räumen eigentlich entgegen. Die Länder Südeuropas werden durch die Klimaerwärmung immer unangenehmer für den Urlauber. Die Tage mit Temperaturen von über 40 Grad Celsius werden ansteigen. Das ist eine Chance für den Sommertourismus im Alpenraum. Vor allem in den tieferen Lagen.

Und der Winter? Viele Skigebiete werden künftig die Schneesicherheit aufgrund der Klimaerwärmung nicht mehr gewährleisten können.

Der Schneesport wird sich in Zukunft auf weniger Fläche in den höheren Gebieten konzentrieren. Dort wird es mehr Infrastruktur brauchen. Da die Winter kürzer werden, wird die Auslastung höher sein. Es gilt, in kurzer Zeit möglichst viel Geld zu verdienen, folglich müssen die Preise erhöht werden. Für die hoch gelegenen Regionen ein Luxusproblem. In unteren Lagen sollte der Schwerpunkt auf dem Sommerurlaub liegen, der in allen Preisklassen angeboten wird.

Ihre Aussagen zum Tourismus sind ziemlich locker und mutig. Das wurde auch von einem Votanten aus dem Publikum etwas kritisiert...

Er soll mir sagen, woran er das hört. Die Welt ist voll von Bedenkenträgern, die nur sagen, was nicht möglich ist. Wir brauchen Leute, die neu denken. Wir brauchen Vordenker, Vorläufer und Umsetzer.

Es gilt also, diese Chancen zu nutzen und den «Elfmeter zu verwerten», wie Sie sagen.

Genau. Man sollte nicht weglassen und sagen, ich trete sowieso daneben. NADJA MAURER

DIRK MÜLLER ist Finanzexperte und Bestseller-Autor. Bekannt wurde er als «Mr. Dax». Heute gehört er zu den bekanntesten Börsenexperten Deutschlands. Als Senator der Wirtschaft Deutschlands und Chairman «Fair Finance» des Diplomatic Councils berät er in nationalen und internationalen politischen Angelegenheiten.



Dirk Müller: «Situation für den Alpenraum ist so gut wie seit Jahrzehnten nicht mehr.» (NM)