

Erlebnisse inszenieren

Ständerat Dick F. Marty
President Schweiz Tourismus

Wir blicken auf einen herrlichen heissen Schweizer Feriensommer zurück. Auf einen Sommer, der uns zwar nicht die erhofften ausländischen Gästeströme beschert, aber dazu geführt hat, dass die Schweizer das eigene Land neu entdeckt haben. Herr und Frau

Schweizer haben sich trotz unzähliger Schnäppchen und höchst attraktiver exotischen Angebote nicht allzu sehr zu Auslandsreisen verführen lassen. Nein, sie haben in diesem Jahrhundert-sommer ihr eigenes Land genossen in den Bergen, auf Wander- und Biketouren, beim kühlenden Bad an Flüssen und Seen. Und sie haben sich an einem der unzähligen Sommer-, Älpler-, Musik, See- und Theaterfeste, -festivals oder -events amüsiert. Auch ich selbst habe mich ähnlich wie eine Vielzahl von Schweizern verhalten und einige Feste besucht, wovon mich eines ganz besonders begeistert hat. Ein klassisches Konzert am Ufer des kleinen Bergsees Cadagno, auf 2000 m Höhe, in einem einzigartigen Gebiet der Tessiner Alpen hoch über der Leventina. Dieser kleine und zum ersten Mal organisierte Anlass hat eine beachtliche Menschenmenge angezogen und erfreut, hat Emotionen und Begeisterung ausgelöst.

Was können wir für das touristische Angebot daraus ableiten und lernen?

Unsere heutige Gesellschaft ist stark erlebnisorientiert. Essen, Trinken, Schlafen im Hotel, ein Zoo- oder Museumsbesuch muss heute ein Erlebnis sein, muss als Erlebnis inszeniert werden. Zugegeben, schönes Wetter bewirkt Vieles und macht es einfacher, ein schlichtes Konzert im Freien zum Erlebnis werden zu lassen. Doch die touristischen Leistungsträger, Bergbahndirektoren, Hotel- und Restaurantbesitzer, Museums-direktoren und Destinationsmanager sind gut beraten, wenn sie sich überlegen, wie sie ihr Angebot inszenieren können. Wie das touristische oder auch das kulturelle Angebot als eigentliche Erlebniswelt aufgewertet werden kann. Es gilt Atmosphäre zu schaffen. Oft ist es möglich, ohne grossen Aufwand, z.B. durch entsprechende musikalische Begleitung, durch eine geeignete Beleuchtung oder durch das Einspannen einer Persönlichkeit Akzente zu setzen. Authentizität, gepaart mit einer Prise Kreativität und Originalität und einem Ueberraschungs-element begeistern und erfreuen die Gäste – auch im nächsten Sommer, selbst wenn es regnet. Auf Grund meiner diesjährigen Erlebniserfahrungen empfehle ich den Tourismusmanagern, in ihren Destinationen ein Kreativteam zu bilden, das sich überlegt, wie das touristische Angebot oder zumindest Teile davon in Zukunft als Erlebnis inszeniert werden kann.