

«Vom Armeestützpunkt zur Welt-Marke»

In Andermatt findet das Welt-Tourismus-Forum statt. Präsident Martin Barth sagt, was den Tourismus und Andermatt beschäftigt.

Interview: Florian Arnold

Andermatt wird zum Standort für das World Tourism Forum Lucerne: Dieses findet kommende Woche im Urserental vom 15. bis am 17. November statt. An der vielfältigen Veranstaltung treten Persönlichkeiten wie Klaus Schwab, Doris Leuthard, Bernhard Russi und Samih Sawiris auf. Präsident Martin Barth blickt voraus auf den internationalen Event.

Wie geht es der Tourismusbranche aktuell?

Das Geschäft ist weltweit noch reduziert. Die Hürden sind zum Teil immer noch sehr hoch, um reisen zu können oder ein Visum zu bekommen. Es gibt unsichere Einreisebestimmungen und man überlegt zweimal, ob man das auf sich nehmen will. Zudem muss man sehen, dass die Situation in Sachen Covid-Impfung weltweit nicht dieselbe ist. Kürzlich habe ich mit einem Kenianer telefoniert, wo zehn Prozent der Bevölkerung geimpft sind. Solange aber nicht alle Zugang zu Impfungen haben, wird das Reisen beschwerlicher.

Und wie geht es dem Schweizer Tourismus?

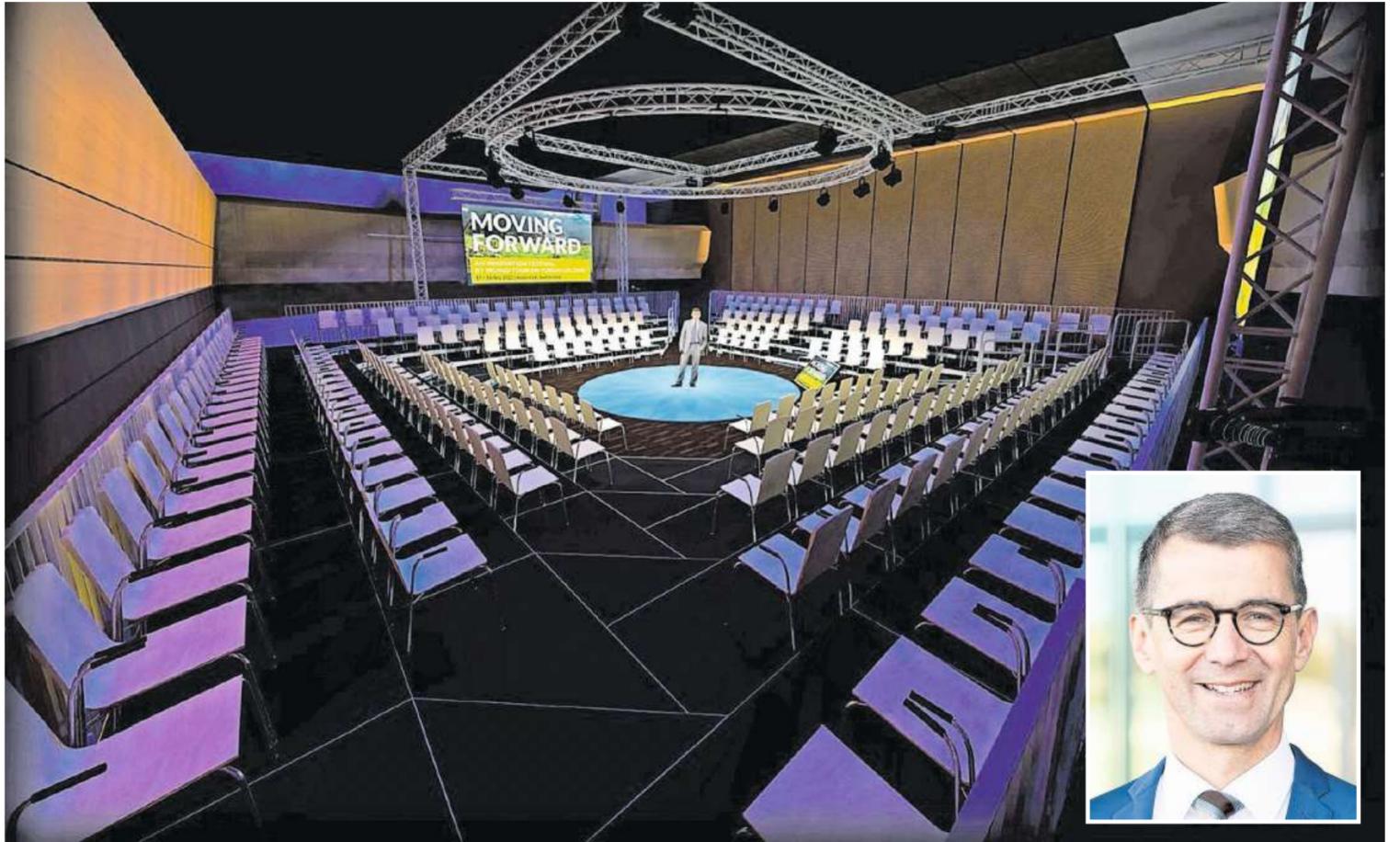
Ich bin davon ausgegangen, dass es einen starken Sommer gibt, auch wenn die Wetterverhältnisse nicht ideal waren. Das hat sich bewahrheitet. Die Schweizer sind immer noch im eigenen Land geblieben und haben «Domestic Travel» betrieben. Es wird sich weisen, ob das in Zukunft so bleibt. Vielen Schweizern ist klar geworden, dass sie in einem tollen Reiseland leben, was nachhaltige Auswirkungen hat. Profitiert haben vor allem die Berg- und Alpendestinationen. Wo es schlechter lief, ist in den Städten. Die Leute wollten nicht dicht an dicht stehen, Gruppenreisen fielen aus. Luzern beispielsweise leidet nach wie vor. Es kommen zwar wieder Touristen, aber nie im Ausmass von davor.

Ist das der Grund, weshalb Sie das Tourismus Forum von Luzern nach Andermatt verschieben?

Das hat verschiedene Gründe. Beim Planen haben wir stark gewichtet, dass man in Andermatt mehr Platz haben würde, da nicht alles so gedrängt ist wie in einer Stadt. Zudem haben wir das Format geändert. Aus dem Forum wurde ein Innovation-Festival. Das passt hervorragend zu Andermatt. Wir wollten an einen Ort, der in Bewegung ist. Da es etwas Neues ist, müssen die Leute keinen Vergleich zu früher ziehen. Und Andermatt ist logistisch attraktiv. Im Hotel Radisson Blu haben wir alles unter einem Dach: Hotel, Seminarräume und die Konzerthalle. Das macht es für uns als Organisatoren einfach. Hinzu kommt, dass wir für Andermatt eine gute Gesprächsbasis mit allen Involvierten haben, seien es Gemeinde, Kanton, Tourismusorganisation oder Andermatt Swiss Alps.

Welche Anforderungen musste Andermatt erfüllen, damit dieses Innovation-Festival nun stattfinden kann?

Es braucht ein Commitment. Die Involvierten müssen miteinander am gleichen Strick ziehen. Aber nicht zuletzt ist auch finanzielle Unterstützung nötig. Alles wird aufwendiger mit Corona. Wir brauchen ein Testcenter und haben dafür die Unterstützung des Kantonsspitals erhalten. Wichtig sind Sicherheit und Gesundheit – und es braucht ein spannendes Programm,



Die Konzerthalle im «Radisson Blu» in Andermatt soll für das Welt-Tourismus-Forum zur Arena werden. **Kleines Bild:** Martin Barth, Präsident des WTF Lucerne **Bilder:** PD

das einen inspirierenden Austausch ermöglicht.

Sie sprechen ein breites Publikum mit Ihrer Veranstaltung an.

Wir wollen verschiedene Gruppen zusammenbringen, von Ministern, Finanzfachleuten, CEOs, Investoren, Start-ups. Aus unseren 35 Partnerschulen weltweit haben wir zwölf junge Talente eingeladen, 14 Next-Generation-Leaders, davon auch junge Persönlichkeiten aus der Schweiz und sogar aus Andermatt. Solche Nachwuchskräfte wollen wir am Forum dabei haben. Das macht die Einzigartigkeit aus. Es findet ein Austausch über mehrere Generationen statt. Der Rahmen ist nicht eng, sondern man erhält einen Einblick in völlig andere Bereiche.

Und dazu ist Andermatt der ideale Standort?

Es ist sicher aufwendiger, die Leute nach Andermatt zu bringen, statt die Veranstaltung in der Nähe des Flughafens abzuhalten. Aber die Konferenz ist hybrid gestaltet, Hunderte werden online teilnehmen, und jene, die hierherkommen, wollen etwas erleben, etwas Innovatives sehen. Das können wir in Andermatt bieten. Der Standort wird ins Programm eingebunden. Wir machen eine Führung durchs Dorf, reden über die Entstehung.

Speziell wird auch die Aufmachung des Konzertsaals.

Genau. Wir bauen zum ersten Mal, seit es den Konzertsaal gibt, eine 360-Grad-Bühne hinein. Dadurch entsteht eine ganz andere Form von Konferenzen. Man sitzt einander gegenüber, der Speaker muss sich auf der Bühne bewegen. Vielleicht sind wir hier die Trendsetter.

Vor wenigen Jahren hätte man sich nicht vorstellen können, wie es Andermatt heute geht. Wie haben Sie die Entwicklung mitverfolgt?

Ich kenne Andermatt seit vielen Jahren.

Ich bin begeistert von der Entwicklung, der Verbindung von alt zu neu und der Innovationskraft, die mit einem eigenen Innovationsteam unterstützt wird. Das löst einen Sog aus, Bestehendes auch zu renovieren. Und dann befindet sich Andermatt mitten in einer mystischen Bergwelt. Ich bin immer wieder fasziniert von der schroffen Landschaft, das ist absolut einzigartig. Und für mich als Professor an der Hochschule Luzern ist Andermatt ein spannender Fall, an den ich auch glaube. Aus einem Armeestützpunkt hat sich ein weltweit bekannter Brand entwickelt. Ich glaube, die Leute suchen das, weil sie etwas ausserhalb des Rummels wollen. Hier ist es zwar schroff und windig, aber es hat Charme, einen Golfplatz und eine Konzerthalle. Wo gibt es das schon?

Sprechen wir über den Inhalt des Forums. Welche Themen stehen im Zentrum?

Dem Tourismus muss es noch besser gelingen, sich in einem grösseren Rahmen einzubetten. Oft wird er als eigene Welt angesehen, dabei ist er Teil einer wirtschaftlichen, sozialen und politischen Entwicklung. Ein wichtiger Trei-

ber für die Erholung im Tourismus sind Innovationen, aber nicht Produkte-Innovationen. Ich rede von Geschäftsmodell-Innovationen. Bestehendes wird hinterfragt und neu gedacht. Deshalb ist es so wichtig, dass auch Start-ups dabei sind. Und das bringt mich zu einem weiteren Punkt, den Kooperationen. Oft werden Start-ups als Konkurrenten angesehen, aber das soll es nicht sein. Es gilt, smarte Kooperationen zwischen jungen Start-ups und bestehenden Firmen zu finden.

Gibt es ein Beispiel dafür?

Wir sind eine Kooperation mit der European Space Agency eingegangen. Es geht dabei nicht ums Reisen ins All. Aber die Raumfahrt macht Beobachtungen und Erfindungen, sie hat Technologien fürs Wetter und ein extremes Know-how in der Robotik. Dieses Wissen soll an den Tourismus weitergegeben werden. Das Beispiel zeigt, man muss weiter und grossräumiger denken.

In aller Munde ist heute die Nachhaltigkeit.

Unsere nächste Generation will ernst gemeinte Antworten. Wie erreichen wir die Klimaziele? Vorerorts wird noch auf Wintertourismus gesetzt, wo man in 20 Jahren nicht mehr Ski fahren kann. Es geht aber nicht nur um die ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit, sondern auch um eine soziale. Wir diskutieren, wie man Frauen, Männer, Schwarze, Weisse und Menschen mit Beeinträchtigungen zu einer gemeinsamen Arbeitswelt zusammenbringen kann. Da gibt es noch viel Potenzial, und der Tourismus könnte eine Vorreiterrolle spielen. Weiter ist auch die Biodiversität ein wichtiges Thema. Wir zerstören noch immer zu viel, was wir eigentlich verkaufen möchten. Das muss ernst genommen werden.

Der Tourismus hat auch einen grossen Energiebedarf. Wie bringt man im Tourismus die Klimaneutralität hin?

Wir machen viel, aber wohl noch zu wenig. Man muss sich immer wieder vor Augen führen: Reisen ist kein Menschenrecht. Wenn ich in Zukunft nur jedes zweite Jahr nach Neuseeland reisen kann, ist das keine Einschränkung meiner Freiheitsrechte. Vielleicht reisen wir in Zukunft weniger oft, dafür länger. Aber wir müssen die Klimaziele erreichen, wenn wir der Nachwelt auch noch Tourismus ermöglichen wollen.

Und wer übernimmt den Lead?

Es ist die Politik, die Ziele setzt, aber auch die Branchen müssen selbstständig neue Formen finden, etwa, wie man in Zukunft fliegt oder mit welchem Treibstoff Schiffe fahren. Es braucht dazu auch Investoren für die Forschung, ohne Geld geht es nicht.

Viel Hoffnung liegt auch auf der Digitalisierung. Wie weit ist man da?

In dem Bereich ist einiges gegangen, ich staune aber immer wieder, wie wenig weit wir trotzdem noch sind. Auch hier kann es helfen, Start-ups mit Firmen zusammenzubringen. Denn es ist ein Hemmschuh, wenn jeder kleine Betrieb nach eigenen Lösungen sucht.

Ist Andermatt diesbezüglich ein Vorbild?

Andermatt macht sehr viel richtig, CEO Raphael Krucker ist Nachhaltigkeit wichtig. Man setzt stark auf Innovation und befasst sich bereits jetzt mit der Vision Andermatt 2040. So kommen die richtigen Fragen auf.

Können Foren wie Ihres dabei helfen, dieses Potenzial auszuschöpfen?

Foren regen zum Nachdenken an. Die Leute gehen nach Hause und überlegen sich, was sie eigentlich genau machen. Foren fördern Innovationen und Kooperationen, indem man etwa beim Essen oder auf dem Spaziergang aufeinandertrifft. Man hört der nächsten Generation zu und denkt den Tourismus neu.

«Unsere nächste Generation will ernst gemeinte Antworten. Wie erreichen wir die Klimaziele?»

Martin Barth