

Moving Forward, an Innovation Festival by World Tourism Forum Lucerne Andermatt, 15-16 November 2021

Take home message Martin Barth

Liebe Freunde

Die Tourismus-Branche steht weltweit vor enormen Herausforderungen. Diese Gewissheit hat sich in den vergangenen zwei Tagen manifestiert – die Problematik ist uns allen sehr bewusst. Wir müssen vorwärts schauen und unsere Chancen in der Krise finden. Denn wie wir den Herausforderungen heute begegnen, entscheidet über den Erfolg von morgen. Mit dem Innovationsfestival «Moving Forward» haben wir alle einen ersten Schritt getan. Wir haben uns ausgetauscht, zugehört und gegenseitig motiviert. Doch es werden viele weitere Schritte folgen müssen. Von jedem einzelnen von uns, aber auch zusammen als Gemeinschaft. Denn die Zukunft gehört jenen, die aktiv und dynamisch handeln und innovativ sind. Lassen Sie mich vier entscheidende Aspekte davon etwas genauer betrachten.

1. Gemeinsam statt einsam.

Jeder von Ihnen ist in seinem Bereich oder Fachgebiet gut, agiert kompetent und kann auf seine Erfahrung zählen. Doch das reicht nicht, um erfolgreich zu sein. Keine von uns ist eine Insel. Den Tourismus bringen wir nur mit vereinten Kräften wieder auf Kurs – und nur dank geschickten Kooperationen. Diese müssen clever sein, scharfsinnige Ideen und zukunftsweisende Angebote hervorbringen.

Nur wenn wir andere Ansätze finden und frische Blickwinkel suchen, kann etwas Neues entstehen. Gutes und Faszinierendes, das unsere Gäste entdecken und schätzen lernen. Tourismus funktioniert erst richtig gut, wenn uns eingegangene Partnerschaften beflügeln. Das bringt jeden von uns weiter. Um uns aufeinander einzulassen, brauchen wir jedoch Vertrauen. Und mir scheint, dieses Vertrauen weicht immer mehr einer gewissen Rast- und Ratlosigkeit.

Wir haben verlernt, aufeinander zuzugehen. Lassen Sie uns das ändern! Lassen Sie uns gemeinsam einen Mehrwert für unsere Gäste generieren. Dafür müssen wir Ideen kreieren, die aktuelle Bedürfnisse aufnehmen. Wie die Nachhaltigkeit, die bei immer mehr Menschen im Zentrum steht. Senioren sind heute fitter, vielen von ihnen verfügen über die nötigen Mittel und möchten etwas erleben. Der Individualismus nimmt beim Reisen zu, darin liegt ein grosses Entwicklungspotential. Lassen Sie uns Erlebnisse schaffen, gerade im Bereich Bildung und Kultur wäre noch so viel möglich. Verlassen wir die bekannten Pfade, betreten wir Neuland. Nur so schaffen wir eine Wende und echten Mehrwert – für die Gäste, aber auch für die Anbieter.

Gemeinsam statt einsam! Einen solchen Effort schaffen wir nur, wenn wir zusammenspannen.

2. Verschmelzung von alt und neu.

Innovation ist ein grosses Schlagwort. Und viele Touristiker geben sich dabei mit wenig zufrieden. Neue Ideen und Angebote zu kreieren, ist nötig und schafft kurzfristig Aufmerksamkeit. Doch wie entwickelt sich der Tourismus in den nächsten Jahrzehnten? Was braucht es, damit die Branche den Anschluss nicht verliert?

Bei diesem Thema müssen wir uns selber den Spiegel vorhalten. Wir haben mit Stolz und Engagement viel aufgebaut und erreicht. Das steht ausser Frage. Doch wir können nicht immer weiter das Gleiche tun. Hier ein neuer Bikertrail, da ein Themenweg für Kinder, dort ein Frühstücksraum aufgepeppt mit neuer Tapete. Das bringt langfristig keinen Erfolg.

Gefragt sind neue Geschäftsmodelle. Und die entstehen im Moment vor allem in pfiffigen Start-ups. Doch was tun alteingesessenen Unternehmen gerne, wenn sie mit unkonventionellen Ideen für bekannte Probleme konfrontiert werden? Sie sehen sofort eine Konkurrenz. Nehmen wir das Beispiel Food-Waste: Da gibt es heute gute Lösungen, die Tools sind da und funktionieren. Doch sie werden nur in sehr kleinen Kreisen angewandt.

Statt innovative Start-ups zu ignorieren und abzuwimmeln, würden wir uns besser mit ihnen verknüpfen. Das bedingt aber, dass wir altbekannte Methoden oder Prozesse loslassen – und Platz machen für neue Ansätze. Im Idealfall verschmelzen die frischen Konzepte mit den gut funktionierenden Traditionen. Gerade im Bereich von repetitiven Arbeiten wären digitale Tools mancherorts sinnvoll. Lassen wir uns darauf ein!

Verschmelzung von alt und neu. Nehmen wir doch das beste von beidem!

3. Zuverlässige Branche für junge Talente.

In der Pandemiezeit haben viel Fachkräfte aus Tourismus, Hotellerie und Gastronomie eine neue Beschäftigung gesucht. Und nur die wenigsten von ihnen werden in ihre angestammten Berufe zurückkehren. Zu verlockend sind anderswo die angenehmeren Arbeitszeiten, die höhere Entschädigung und die vielleicht krisenresistenten Stellen.

Diese Abwanderung wird uns noch länger beschäftigen, denn ohne gute Mitarbeitende können wir keine guten Dienstleistungen anbieten. Es liegt in unserer Verantwortung, die Branche für junge Menschen wieder attraktiv zu machen. Ihnen zu zeigen, dass wir unsere Ziele und Wege hinterfragen. Dass wir nachhaltig agieren, den Gast in den Mittelpunkt unseres Denkens stellen – und die Mitarbeitenden in unsere Überlegungen miteinbeziehen.

Junge Menschen brauchen Wertschätzung – ihren Ideen und ihrem Handeln gegenüber. Sie wollen nicht nur daneben stehen und zuschauen, sondern mit am Tisch sitzen, Verantwortung tragen. Also laden wir sie doch ein und bieten ihnen einen Platz an. Integrieren statt ausgrenzen. Aufeinander zugehen, mit Zuversicht und Vertrauen. Nur so wird es uns gelingen, neue Fachkräfte für den Tourismus zu gewinnen und sie auch länger in der Branche zu halten.

Wir sind eine zuverlässige Branche für junge Talente, weil ihre frischen Ideen und neuen Blickwinkel hier goldwert sind.

4. Mehr geben als nehmen.

Viele haben heute in unserer Branche nur den kurzfristig Erfolg vor Augen und orientieren sich primär an der Gewinnmaximierung. Oder etwas provokativer formuliert: Wir vermarkten unsere schöne Landschaft, sprechen von Naturparadies und Bergidylle. Gleichzeitig bauen wir die Gegend zu – mit neuen Speicherseen für die Beschneigung, Hotelkomplexen und neuen Bahnanlagen in den Bergen. Die vermeidliche Nachhaltigkeit verkommt so zu einem Marketingwerkzeug. Das kommt auf die Dauer nicht gut.

Wenn wir uns ernsthaft mit einer nachhaltigen Entwicklung befassen wollen, kommen wir um einen Grundsatz nicht herum: Wir müssen der Erde mehr geben, als wir nehmen. Also dem Planeten Sorge tragen. Und das heisst für den Tourismus: Wir befassen uns ehrlich und von Grund auf mit der Thematik. Wir müssen unsere Denkweise, unser Verhalten ändern. Es darf keine Tabus geben. Wir stellen Fragen – die richtigen Fragen. Auch die unangenehmen Fragen. Und nur wenn wir echte Lösungen zulassen, die vielversprechendsten Tools mit den kreativsten Köpfen verbinden, werden wir es schaffen. Erst dann begegnen sich die wichtigsten Hauptakteure wieder auf Augenhöhe: People, Planet und Profit.

Die Tourismus-Branche steht weltweit vor enormen Herausforderungen. Wenn wir zusammenstehen, gemeinsam an den besten Lösungen und Chancen arbeiten, innovative Ideen zulassen und fördern – dann kann es uns der Wandel gelingen. Wir alle – hier im Saal und an der Bildschirmer in der ganzen Welt – können etwas bewegen. Es ist eine lange, beschwerliche, aber auch spannende Reise. Lassen Sie sie uns gemeinsam antreten. Mit Ausdauer, Empathie und Wertschätzung.

Andermatt, 16. November 2021