

Unruhe um die Ruhe in den Bergen

Ischgl wehrt sich gegen ein Ballermann-Image, Lech warnt davor, Saas-Fee entdeckt die Ruhe und Engelberg lebt bewusst im Spannungsfeld: Der Umgang mit Lärm polarisiert.

GUDRUN SCHLENCZEK

Stille verzaubert die Landschaft, friedlich glänzt der Schnee, der Blick schweift ungestört in die Ferne. So ungefähr könnten die Erwartungen der Touristen an die Schweiz aussehen. Denn Friede und Stille stehen gemäss dem Schweizer Tourismus-Monitor bei den Bedürfnissen an sechster Stelle, Natur an erster. Stefan Forster, Professor für natur- und kulturnahen Tourismus an der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften ZHAW, wundert das nicht. Er zitiert die Food-Branche, um das zu verdeutlichen: «Der Verbraucher greift immer mehr zu regionalen Produkten, bei denen er vielleicht sogar noch den Produzenten kennt. Er hat genug von künstlicher Inszenierung.» Das gelte genauso für die Freizeit, ist Stefan Forster überzeugt. «Die Foodbranche zeigt uns gut, in welche Richtung sich die Gesellschaft verändert.» Für Forster ist deshalb auch klar, wo die Zukunft des Schweizer Tourismus liegt: «Der wahre Luxus ist die Stille.»

Allerdings: Der Schweizer Tourismus behandle dieses Potenzial bis anhin äusserst stiefmütterlich, meint Forster. «Der Tourismus beschäftigt sich zu wenig tiefgründig mit den gesellschaftlich relevanten Fragen und ist zu sehr auf eine Frequenzsteigerung fokussiert.» Mit Inszenierungen von Rodelbahnen bis Rock-Konzerten vermittelten die Touristiker dem Gast regelrecht, dass Bergidylle alleine nicht mehr genügt, um in die Berge zu gehen. Hoffnungen setzt Forster in die künftige Generation der Touristiker, die heute bereits während der Ausbildung mit Nachhaltigkeit konfrontiert sind. Der Wunsch nach Ruhe und Naturerlebnis sei dabei keine Gegenbewegung zu einer zunehmend

inszenierten Welt, betont Forster, sondern laufe fast komplementär ab. Will heissen: Der hybride Kunde wünscht sich einerseits Action, andererseits Natur pur. Hier sieht der ZHAW-Wissenschaftler auch noch Nachholbedarf in den eigenen Reihen. «Es gibt bis anhin wenig Forschung zur Balance zwischen Echtheit und Überinszenierung.»

Saas-Fee entdeckt die Ruhe suchenden Winterwanderer

In Saas-Fee versucht man nun, den Spagat zwischen Ski-Eldorado und Wintererholung zu machen. Seit diesem Winter wird der Winterwanderpass für alle Nicht-Skifahrer prominent auf der Homepage beworben. 70 Kilometer Winterwanderwege bietet die Destination. Den Winterwanderpass gibt es für vier oder sechs Tage (105/130 Franken) und berechtigt den Winterwanderer oder Schneeschuhläufer an diesen Tagen zur unbeschränkten Benutzung aller Bergbahnen. «Der Gast will heute nicht mehr jeden Tag Ski fahren, deshalb setzen wir jetzt auf das Doppelprogramm», erläutert Tourismusdirektor Pascal Schär. «Das ruhige Winter-



«Touristiker vermitteln dem Gast, dass Bergidylle alleine nicht mehr genügt.»

Stefan Forster
ZHAW

wandern ist ein Riesenbedürfnis.» Die Winterwander- und die Skiwelt versucht man allerdings bewusst zu trennen: Der wandernde Gast muss keine Skipisten überqueren und sei auch keinem Liftlärm ausgesetzt.

Ischgl will kein Ballermann sein

Was es heisst, mit einem Party-Image zu kämpfen, zeigt das Beispiel des österreichischen Ischgl. Dabei sei der Wintersportort nie ein «Ballermann»-Gebiet gewesen, verteidigt Tourismus-Chef Andreas Steibl seinen Ort. Vielmehr stuft er die Zielgruppe von Ischgl als Lifestyle-Publikum ein, welches mit jenem von Ibiza vergleichbar sei: zwischen 30 und 60 Jahre alt, überdurchschnittlich verdienend und sportaffin – aber gleichzeitig auch eine Gästegruppe, die «gerne feiert». Mit über 40 4-Sterne-Hotels weise Ischgl unter den österreichischen Ferienorten die höchste Dichte in diesem Segment aus. Er fühlt sich mit seinem Tourismusort zu Unrecht in die Party-Ecke gedrängt. «Wir hatten nie sehr junge Gäste.» Die 30- bis 60-jährigen Gäste feierten anders als die ganz Jungen.

Fortsetzung Seite 13



Winteridylle auf der Längfluh in Saas-Fee – hier erwartet den Gast neu auch ein Rundwanderweg. zvg

Meinung «Unsere Naturvorstellung ist pure Romantik»

Karin Frick, der Wunsch nach Ruhe steht weit oben bei den Gästewartungen. Passen Angebot und Konsumentenbedürfnisse zusammen?

«Den» Gast gibt es nicht. Diese Erkenntnis scheint bei den Touristikern noch nicht überall angekommen zu sein. Zu viele versuchen, für alle etwas zu bieten. Dabei lassen sich mit halbherzigen Angeboten keine Gäste beeindrucken. Besser, man investiert in Alleinstellungsangebote und lässt den Rest weg oder schliesst sich mit anderen zusammen, deren Angebote das eigene Portfolio ergänzen.

Wie viel Ruhe will der Gast?

Je nachdem. Wenn ich abgekämpft bin und mir ein wirklich erholsames Wochenende gönnen will, habe ich andere Erwartungen, als wenn ich zum Spasshaben in den Schnee fahre. Entsprechend suche ich mir meine Destination auch aus – und erwarte, dass die jeweiligen Versprechen gehalten werden.

Bergruhe ist schwieriger zu verkaufen als Inszenierungen;

gibt es eine Lösung für das Dilemma?

Nein, man wird am gleichen Ort nicht beide Wünsche befriedigen können. Was es zu beachten gibt: Auch die vermeintlich unberührte Natur der Berge ist längst weitgehend inszeniert, dafür haben die Landwirtschaft und der Tourismus schon vor Langem gesorgt. Unsere Vorstellung von Natur ist pure Romanti-

Karin Frick, Forschungsleiterin am GDI in Zürich.



sierung. Dessen ungeachtet wird unsere Sehnsucht nach Romantik in einer immer technischeren, globaleren und letztlich unverständlicheren Welt wachsen.

Die jungen Gäste suchen angeblich Party. Stimmt das?

Die Jungen – das ist wieder so eine Pauschalisierung. Wir müssen uns vom starren Zielgruppen-Denken lösen, das uns Jahrzehnte lang begleitet hat. Es gilt, den USP zu definieren und damit Bester zu werden. Das richtige Angebot wird dann auch die passenden Gäste anziehen. Die werden

der Destination allerdings nicht ihr ganzes Leben treu bleiben. Ein paarungswilliges Party-Animal hat als Mutter andere Bedürfnisse.

Viele Destinationen bieten Entertainment, um die Jungen ins Boot zu holen. Wie nachhaltig ist das?

Das ist in letzter Konsequenz ein politischer Entscheid: Wie will sich die Tourismus-Destination Schweiz im internationalen Wettbewerb positionieren, was kann sie besser als andere? Alpen-Fun-Park Europas oder Nationalpark mit Landschaftsgärtnern? gsg

KOPAS-Ausbildung

Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz in Hotellerie und Gastgewerbe

www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung
Telefon 031 370 43 01

loyal

Revisiohne mich!

Wir vertreten Ihre Interessen mit Nachdruck – bei Revisionen aller Art.

www.bommer-partner.ch
Treuhandspezialisten für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

GASTRONOMIE | HOTELLERIE | CATERING

IMMER EINE IDEE MEHR.

Wir wünschen Ihnen frohe Weihnachten!

Besuchen Sie gleich unseren Online-Shop:
www.vega-ch.com

Markus Riesen, Partner

persönlich

www.bommer-partner.ch
Treuhandspezialisten für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Dunkle Nächte sind vorbei

Die künstliche Aufhellung des Nachthimmels nimmt zu. Nun soll eine neue Baunorm die Lichtverschmutzung eindämmen. Doch den Tourismus kündigt's erst wenig.

GREGOR WASER

Sternengucker und romantische Spaziergänger sehnen sich nach kompletter Dunkelheit und ungestörter Sicht auf den Nachthimmel. Nahezu über der gesamten Schweiz, insbesondere über dem Mittelland, liegt aber in der Nacht eine immer stärkere Lichtglocke. Diese künstliche Aufhellung des Himmels gilt als Lichtverschmutzung. «Zu viel Licht löst beim Menschen Schlafprobleme aus, die innere Uhr kann dabei rasch verstellt werden», sagt Lukas Schuler, Präsident von Dark-Sky Switzerland. Die Organisation ist bestrebt, Lichtverschmutzung einzuschränken. Speziell betroffenen seien Zugvögel: «Bei schlechter Sicht, wenn es neblig oder bewölkt ist, erschöpfen sie sich. Starke Strahler verstärken Lichtglocken im Nebel. Die Vögel orientieren sich am Licht, glau-

ben, den Mond zu erkennen und wollen aus den Wolken heraus. Das ist aber ein Trugschluss, was tödliche Folgen haben kann.»

Ein grosses Problem seien auch Beschneidungsanlagen. «Die Pisten sind sowieso schon weiss, und die beleuchteten Anlagen erzeugen eine grosse Lichtverschmutzung. Das Licht wird nach oben in den Himmel gestrahlt», sagt Schuler. Hinzu kämen die Pistenfahrzeuge mit ihren Scheinwerfern in der Nacht oder beleuchtete Nachtskipisten. «Wer einen romantischen Nachtspaziergang machen will, kann den Sternenhimmel nur in reduzierter Weise geniessen.» Gemäss Lukas Schuler sei es sowohl fragwürdig als auch unnötig, jede Schneelanze zu beleuchten.

Baunorm soll die Licht- wie die Lärmverschmutzung eindämmen

Immerhin zeichnen sich Verbesserungen ab. Seit dem 1. März 2013 gilt landesweit die SIA Norm 491. Sie ist bei der Eindämmung von Lichtverschmutzung hilfreich. Dabei geht es um Neubauten und renovierte Bauten, bei denen das Licht sachgerecht im Einsatz stehen muss. Nur die Nutzfläche soll beleuchtet sein und nicht die gesamte Fassade. Ebenso darf gemäss Norm kein Licht in den Himmel gerichtet werden. Licht, das nicht sicherheitsrelevant ist – ausgenommen sind etwa frequentierte Gehwege –, soll analog des Lärmschutzes von 22 bis 6 Uhr abgestellt sein.



Das Oberengadin mit St. Moritz, Celerina und Samedan zwischen Sternenhimmel und Kunstlicht.

Alessandro Della Bella/zvg

Das betrifft insbesondere Leuchtreklamen, Schaufenster und Tankstellen.

Der Blick auf das nächtliche Satellitenbild verdeutlicht, dass Schweizer Tourismusorte von

Lichtverschmutzung betroffen sind. «St. Moritz ist auf dem Bild gut zu erkennen», sagt Lukas Schuler, «in einer Gegend, in der es sonst nicht viel Licht hat.» Generell sei es im Wallis ziemlich hell, etwa Crans-Montana ist auf der Karte gut ersichtlich. «Sicher hat die zunehmende Lichtverschmutzung auch mit einer gesellschaftlichen Veränderung zu tun. Es werden viele Partys durchgeführt, lang aufbleiben ist ein Trend – alles eine Ursache, dass es mehr Licht in der Nacht hat», sagt Schuler. «Trotzdem glaube ich: Wenn man die Normen einhält, kann man mit weniger Licht das Richtige machen. Das würde auch dem Tourismus viel bringen. Man könnte die Naturliebhaber besser pflegen, die die Ruhe suchen und den Sternenhimmel geniessen möchten. Ansonsten verliert man diese Klientel.»

Bei den Touristikern scheint ein Zuviel an Licht in der Nacht jedoch noch kein Thema zu sein: Gieri Spescha, Head of Corporate Communication von Graubünden Ferien: «Wir haben von unseren Gästen bisher keine Hinweise erhalten, dass Lichtverschmutzung ein Problem wäre.» Ähnlich tönt es bei Wallis Tourismus. «Wenn ich die Gästefeedbacks anschau, figuriert das Thema Licht nicht darunter», sagt Malvine Moulin, Leiterin Nachhaltigkeit.

Als einer der dunkelsten Orte der Schweiz gilt das Val Müstair. In der Ortschaft Lü hat Astrologe Vaclav Ourednik mit seiner Gattin Jitka das Alpine Astrovillage aufgebaut.

In Lü im Val Müstair schaltet man die Strassenbeleuchtung aus

Das Astrovillage bietet mit seinen Gästezimmern die Möglichkeit für Ferien mit nächtlichem Blick ins Universum. Vor einigen Jahren wurden in Lü alle Lampen gewechselt, mit orangenem Licht versehen und nach unten ausgerichtet. «Die Gemeinde ermöglicht uns, bei Bedarf die Strassenbeleuchtung auszuschalten», sagt Vaclav Ourednik. «Wenn wir Kurse oder Beobachtungsabende haben, hilft uns das enorm.» Zudem verfüge die Sternwarte über eine zusätzliche Kuppel, die 300 Meter abseits im kompletten Dunkel steht. «Hier ist uns der Kanton mit einer Bewilligung ausserhalb der Bauzone entgegengekommen», sagt Ourednik. «Zunächst hatten wir im Wallis nach einem geeigneten Standort Ausschau gehalten, doch dort gibt es in der Nacht viele Lichtquellen beim Blick aufs Rhonetal. Auch

das Nachtskifahren und die Pistenfahrzeuge machen Sternbeobachtern das Leben schwer», sagt Ourednik.

In 20 Jahren nahm die Lichtverschmutzung um 70% zu

Der Fotograf Alessandro Della Bella – er hat den Bildband «Helvetia by Night» herausgebracht – meint, dass solange andere Faktoren wie Lärm oder schlechte Luft die Lebensqualität stärker beeinflussen, die Lichtverschmutzung wohl weiter zunehmen werde. Für Della Bella ist klar: «Die zunehmende Lichtverschmutzung ist ein Thema, das die Gesellschaft noch zu wenig wahrnimmt. Besonders wichtig empfinde ich die Aufklärungsarbeit im Bau. Kleine Massnahmen können hier eine grosse Wirkung erzielen.» Abgeschirmte Leuchten, Lichtlenkung gegen unten, dichte Gehäuse, warme Lichtfarben sowie Bewegungsmelder und zeitliche Begrenzung können die Lichtverschmutzung eindämmen. Doch der Umstand, dass in den letzten 20 Jahren die Lichtverschmutzung um 70 Prozent zugenommen hat, wird sich nicht über Nacht rückgängig machen lassen.

«Lichtverschmutzung ist ein Thema, das noch zu wenig wahrgenommen wird.»

Alessandro Della Bella
Fotograf

ANZEIGE

Messe Stuttgart
Mitten im Markt

Vielfalt überzeugt

INTER GASTRA

Führende Fachmesse für innovatives Gastrobusiness

01.02.–05.02.2014 : Messe Stuttgart



www.intergastra.de

impresum

htr hotel revue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus
L'hebdomadaire pour le tourisme
Gegründet/Fondé en 1892

Herausgeber/Editeur

hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktor: Gery Nievergelt/gn
Stv. Chefredaktorin: Sabrina Glanzmann/sag
Assistentin Chefredaktion und Spezialprojekte: Sabrina Jörg Patoku

Ressortleitung:

aktuell: Daniel Stampfli/dst
cahier français: Alexandre Caldarà/aca

fokus: Alex Gertschen/axg
dolce vita: Sabrina Glanzmann/sag

Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lb; Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/tl; Gudrun Schlenzcek/gsg
Grafik und Produktion: Roland Gerber/rg; Sarah Hinni/shi (Praktikantin); Daniel Steim/ste
Korrektorat: Paul le Grand.
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung); Danijela Bosnjak.

htr Online

Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nievergelt
Redaktorin: Natalie-Pascale Aliesch/npa
Praktikum: Arbresha Veljiju/av
Koordination: Daniel Steim

Verlag

Leitung: Barbara König.
Assistent: Alain Häni.
Stelleninserate: Angela di Renzo Costa
Praktikum: Arbresha Veljiju/av
Geschäftsanzeigen: Emanuel Müller.

Michael Müller.
hoteljob.ch: Denise Karam
Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren.
Auflage: 10 330 (WEMF/SW-Beglaubigung 2013)
Leser: 85 000 (Studie DemoScope 2009)
Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer Fr. 4.50, Jahresabonnement Fr. 169.–.
ISSN: 1424-0440

Kontakte

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.
Redaktion: Tel. 031 370 42 16
Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch
Online Redaktion: online@htr.ch
Abonnemente: Tel. 031 740 97 93
Fax 031 740 97 76; Mail: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42,
Fax 031 370 42 23, E-Mail: Inserate@htr.ch;
Internet: täglich aktuell: www.htr.ch

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt. Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.



Es geht auch ohne Ballermann auf Mallorca: Mit mehr Ruhe und Qualität soll inskünftig ein zahlungskräftigeres Publikum angesprochen werden.

kautzphotographie - Fotolia

Insel auf neuen Wegen

Mallorca hat genug von den Ballermann-Gästen und Saufgelagen am Strand. Mit Anreizen und Verboten plant die Insel den Aufbruch in eine neue touristische Zukunft.

RENATE DUBACH

In den nächsten fünf bis sechs Jahren werden wir das Erscheinungsbild an der Playa de Palma um 180 Grad drehen. Den Ballermann wird es in dieser Form nicht mehr geben. Die Saufgelage sind nicht vereinbar mit einem Qualitätstourismus, wie wir ihn an der Playa de Palma anstreben.» Mit diesem Zitat, das im Juli in der deutschen «Bild»-Zeitung im Rahmen eines grösseren Interviews abgedruckt wurde, löste Mallorcas Vize-Bürgermeister und Tourismusminister Alvaro Gijon eine Lawine von Reaktionen los.

Positiv reagierten einerseits die Anwohner, die von der Stadtverwaltung seit Jahrzehnten Taten gegen die lautstarken Ballermann-Besäufnisse fordern. Und auch der Hotelierverein Federación Empresarial Hotelera de Mallorca (Fehm), der an einer Aufwertung der Playa de Palma arbeitet, war erfreut. Die Hoteliers hatten schon mehrmals Aktionen lanciert, um den Ballermann aufzuwerten. Letzten Sommer hatte der Fehm beispielsweise mehrsprachige Faltblätter drucken lassen, um seine Gäste vor prostituierten, Hütchenspielern, Masseusen, Taschendieben und insbesondere vor dem übermässigen Genuss von Alkohol zu warnen.

Der Erfolg dieser Aktion war ebenso bescheiden, wie derjenige von vielen behördlichen Einschränkungen zuvor. Alvaro Gijon machte deshalb eine Verordnung

zur Verschönerung des Strassenbildes bekannt, die ab 2014 in Kraft treten soll. Unter anderem werden darin Trinkgelage auf der Strasse ab 22 Uhr auch am Ballermann generell verboten. Dieses Gesetz gilt seit Langem auf dem übrigen Stadtgebiet von Palma de Mallorca, wurde am Ballermann bisher aber nicht umgesetzt. Die Regierung erleichterte zudem den Hoteliers an der Bucht von Palma die Sanierung und Aufwertung ihrer Häuser. Gebäude, die auf mindestens Vier-Sterne-Niveau verbessert werden, sollen um zwei Etagen oder bis zu 80 Meter Höhe aufgestockt werden dürfen. Offenbar hat Palma private Investoren gefunden, um die Sanierung der Bucht grundlegend anzupacken. Der stellvertretende Bürgermeister sprach Ende Oktober von 300 Millionen Euro, mit deren Hilfe die Playa de Palma veredelt werden soll.

Deutsche Mallorca-Urlauber wehren sich bereits

Aber die Pläne des Tourismusministers finden nicht nur An-

klang. Unzählige deutsche Mallorca-Urlauber liessen ihrer Empörung in Leserbriefen, Blogs und Online-Portalen freien Lauf. Luxushotels und edle Sushi-Bars statt günstiger Übernachtungsmöglichkeiten und Würstchenbuden, nächtliche Stille statt lauter Musik zum Mitgrölen – und vor allem: keine Alkoholesse unter freiem Himmel, keine Sangria-Eimer mehr, das brachte einiges Blut in Wallung. Vor allem deutsche Touristen, die am Ballermann «ein bisschen Gaudi haben wollen», wie es eine junge Münchnerin in einem Leserbrief formulierte, sind gegen Veränderungen. Denn die Behörden setzten schon vor Jahren beim sogenannten «Eimersaufen» an. Erst wurde es den Geschäften verboten, Plastik-eimer gefüllt mit alkoholischen Getränken, Eis und meterlangen Strohhalmen zu verkaufen. Was dazu führte, dass die Trinkwilligen sich die Zutaten separat kauften und selber mischten. Dann wurden Verbotsschilder für Eimer angebracht, allerdings hielt sich niemand daran, und kontrolliert

wurde offenbar auch nicht, ob die Bestimmungen eingehalten wurden. Auch das will man jetzt ändern. Unter anderem sollen die Polizeieinheiten (Policia Local, Policia Nacional, Guardia Civil) besser koordiniert werden, um die neuen Verordnungen durchzusetzen.

Ziel sind neue Gäste, die mehr ausgeben – und weniger Abfall

Es geht nicht nur um Alkoholischen am Strand und überlaute Musik: Man möchte die Playa de Palma für Leute herrichten, die dickere Brieftaschen mitbringen und nicht nur in der Hauptsaison anreisen. Die meisten Hotels dort sind nämlich von Oktober bis April geschlossen. Und: einer Schätzung der Stadt Palma zufolge wird an der Playa de Palma jährlich für rund eine halbe Million Euro Abfall entsorgt, das entspricht einem Sechstel der Kosten für Abfallentsorgung der ganzen Insel.

Ein weiterer Grund für das behördliche Eingreifen liegt in der wachsenden Beliebtheit von Mallorca. Es kommen jährlich mehr

Gäste. Gerade deshalb braucht es klare Regeln, insbesondere im Ballermann-Bereich, sonst versinke er im nächsten Sommer im Chaos, so die Befürchtungen, die Medienberichte werden noch schlechter und die Abwärtsspirale nimmt ihren Lauf.

Gästestrom nach Mallorca steigt in den Hauptmonaten weiter an

Die Belegungsrate der Hotels liegt im Juli und August seit Jahren zwischen 80 und 90 Prozent. 2013 seien bereits Anfang Juli 80 Prozent der Hotelbetten auf der gesamten Insel gebucht gewesen, teilte der Hotelierverein Fehm mit. Und auch laut den neuesten Zahlen der Flughafen-Gesellschaft Aena ist 2013 erneut ein Rekordjahr für Mallorca: In den ersten zehn Monaten wurden am Airport Son San Juan knapp 21,5 Millionen Fluggäste abgefertigt, 0,6 Prozent mehr als im Vergleichszeitraum 2012.

Den grössten Anteil am Flugverkehr unter den internationalen Verbindungen stellten mit 44 Prozent die Passagiere von und nach Deutschland. Das bedeutet im Vergleich zu 2012 einen Zuwachs von 5,3 Prozent. Wie viele von ihnen wegen dem Ballermann anreisen, ist nicht bekannt. Ob dort 2014 die neuen Verordnungen der mallorquinischen Behörden wirklich so strikt angewendet werden, wie der Vize-Bürgermeister bekannt gab, wird sich zeigen. Beim Schweizer Reisekonzern Hotelplan Suisse – zum Veranstalter gehören auch Migros Ferien, Hotelplan und Travelhouse – blickt man der Entwicklung auf Mallorca entspannt entgegen, rund 20 Prozent der buchbaren Hotels der Gruppe liegen im Ballermann-Einzugsgebiet. «Es sind nicht nur deutsche Touristen, die nach Mallorca reisen, um Partys zu feiern, sondern auch junge Leute aus der Schweiz», konstatiert Anja Dobes von Hotelplan Suisse.

Ballermann Sechs Kilometer Party-Strand

Wer heute Ballermann sagt, meint – geografisch gesehen – den rund 6 Kilometer langen Strand Playa de Palma, zwölf Kilometer südöstlich von Palma, der sich von Can Pastilla bis nach El Arenal im Osten zieht. Hier gibt es 15 durchnummerierte, fast identisch gebaute Balnearios – der Begriff steht eigentlich für Ruhe und Erholung – heutzutage sind das Strandlokale. Balneario Nummer 6 ist dasjenige, das seinen zweifelhaften Ruf dem deutschen Massentourismus verdankt: Kampftrinken und lautes Mitgrölen deutscher Schlagermusik war hier jahrzehntelang angesagt. rd

Fortsetzung von Seite 11

Champagner gehöre dazu, Ausschweifungen dagegen nicht. Andreas Steibl schiebt den Grund für das Party-Image den Medien in die Schuhe. Diese hätten sich bei Ischgl auf das Thema Entertainment konzentriert – zu Unrecht, wie Steibl meint. «Das Skifahren steht bei uns an erster Stelle.» Seit gut vier Jahren ist die Destination daran, mit entsprechenden Kampagnen einen Turnaround in der öffentlichen Wahrnehmung zu erzielen. Sehr selektiv geht man nun auch bei Medienanfragen vor. «Wir müssen sehr aufpassen, sonst landen wir schnell wieder in der Party-Ecke.» Als grösstes Problem erachtet Steibl die Tagestouristen, die per Car anreisen. Eine Zielgruppe, welche tatsächlich primär zum Feiern und nicht zum Skifahren kommt. «Diesen Tagestourismus versuchen wir einzuschränken.» Indem Bustouristen im Be-

sitz eines Skipasses sein müssen. Kontrolliert wird das über die Parkierlaubnis – denn Ischgl selbst ist autofrei. Outdoor-Musik ist ab 20 Uhr untersagt, eine dorfeigene Security sorgt für den richtigen Ton unter den Gästen. «Es geht bei uns immer um den Lärm. Ist ein Gast zu laut, weisen die Security-Mitarbeiter höflich auf korrektes Benehmen hin.»

Dass es nicht um ein Entweder-Oder geht, sondern um ein Nebeneinander von Feiern und Naturerlebnis, betont Frédéric Füssenich, Direktor Engelberg-Titlis Tourismus AG. Am Tage stehe für die Gäste in Engelberg das Naturerlebnis

im Vordergrund, am Abend «gehört zum Après-Ski auch Musik dazu». Und je nach Bar darf es dann auch ein bisschen lauter zu und her gehen. Dass das durchaus als Ruhestörung wahrgenommen werden kann, möchte Frédéric Füssenich gar nicht ver-

harmlos sein. «In diesem Spannungsfeld

«Hat man mal ein Ballermann-Image, ist das nur schwierig zu korrigieren.»

Hermann Fercher
Lech Zürs Tourismus GmbH

muss eine Bergdestination leben.» In Engelberg besonders, sind dort doch die festfreudigen Skandinavien die zweitwichtigste ausländische Gäs-

tegruppe. Mit Zeitbeschränkung für die Musikbeschallung rund um die Après-Ski-Bars ist man ebenso in Saas-Fee bemüht, die zwangsläufig entstehende Ruhestörung im Griff zu halten. Tourismusdirektor Pascal Schär: «Nach 20 Uhr läuft das Nachtleben in geschlossenen Räumen ab.»

Noch rigorosere geht man im österreichischen Lech gegen eine solche Lärmbelästigung vor: Die Musikverstärker der Après-Ski-Bars werden verplombt. «Hintergrundmusik akzeptieren wir, aber nur bis 21 Uhr», erklärt Tourismusdirektor Hermann Fercher die Regeln der Destination am Arlberg. Auch bei den Berg- hütten und insbesondere Skiliften ist Beschallung gar nicht, oder wenn nur selten üblich, ergänzt

Fercher. «In unserer Destination besteht ein stillschweigendes Abkommen betreffend Lärm.» Lech stehe für Rückzug und «echten Urlaub» – konsequent. «Hat man mal ein Ballermann-Image, ist das schwierig zu korrigieren – umgekehrt geht das leichter.» Die Lech Zürs Tourismus GmbH verzichtet auf ein Saison-Opening – und wenn Veranstaltung, dann immer mit klarem Bezug zum Skifahren. «Wenn jemand Party sucht, kommt er nicht zu uns.» Und falls dann doch ein Establishment, dann mit Stil, wie der «Après-Ski wie damals»: Jazz- und Swing-Bands spielen zu Saisonende live im Skigebiet zwischen den Hotels und auf Terrassen zum Fünf-Uhr-Tee.

Das Konzept verspricht Konstanz. Die Bettenbelegung ist seit Jahrzehnten die gleiche, das Bettenangebot hat leicht abgenommen, das Lecher Preisniveau gilt als überdurchschnittlich. Her-

mann Fercher macht sich um die Zukunft keine Sorgen. «Wir sind auch bei den jungen Gästen, die im Familienverbund nach Lech kommen, stark in den Köpfen verankert.»

Hermann Fercher



ANZEIGE

EuroTime immer einen Schritt voraus

Die Branchensoftware für Personalplanung und Zeiterfassung

www.swit-ag.ch