Zu Gast in Uri

Wenn einer eine Reise tut, so kann er was erzählen. Dabei ist Tourismus alles andere als ein einseitiges Geschäft: Besondere Erlebnisse für die einen, generieren Arbeitsplätze und Wertschöpfung für die anderen. Eine Annäherung an die Urner Gäste und ihre Gastgeber.

«Allzeithoch für die Schweizer Hotellerie» – so und ähnlich titelten die Zeitungen in diesem Frühjahr. Die Schlagzeilen bezogen sich auf die Übernachtungszahlen von 2018, die mit 38,8 Millionen Logiernächten alle Rekorde brachen. In Uri waren es derweil mehr als eine Viertelmillion. Doch wer sind diese Menschen überhaupt, die nach Uri kommen und hier Zeit verbringen? Was suchen die Touristen im Gotthardkanton? – Maurus Stöckli, Geschäftsführer von Uri Tourismus, und Thomas Christen, Direktor von Andermatt-Urserntal Tourismus, kennen die Antworten auf diese Fragen.

Maurus Stöckli, Sie wohnen in Buochs, werden aber in Ihrer Freizeit selber zum Tourist in Uri. Wo trifft man Sie und Ihre Familie zuweilen an?
MAURUS STÖCKLI: Im Winter so oft wie möglich auf den Skipisten. Im Sommer über Stock und Stein mit Wanderschuhen oder Mountainbike. Gerade die Vielfalt ist es, die meine Familie und ich am Kanton Uri so schätzen.

«Wandern» und «Skifahren» also – sind das auch die Gründe, die alle anderen Touristen in unseren Kanton führen?
MAURUS STÖCKLI: Sie gehören durchaus zu den Top-Reisegründen für Uri. Das hat eine Analyse von Schweiz Tourismus ergeben, für die fast 600 Übernachtungsgäste befragt worden sind. Neben Skifahren und Sport im Allgemeinen nannten sie Erholung, Natur, Berge, Familienfreundlichkeit, Passstrassen, Atmosphäre und authentisch/ursprünglich am häufigsten. Ich selber finde die letzten zwei Punkte enorm spannend. Sie zeigen uns nämlich, dass sich hier niemand verstellen muss, um den Touristen zu gefallen. Wir brauchen eben kein Engadin oder Luzern zu sein, sondern werden so positiv wahrgenommen, wie wir sind.

Ein aktiver Bergsommer für die ganze Familie, zum Beispiel mit einer Wanderung zur Sidelenhütte bei Realp.

MAURUS STÖCKLI
Geschäftsführer
Uri Tourismus

THOMAS CHRISTEN
Tourismusdirektor
Ferienregion Andermatt

STEFAN BÜELER
Abteilungsleiter
Wirtschaft und Tourismus, Kanton Uri

URSI ASCHWANDEN
Präsidentin Tourismusverein Seelisberg

So viel zu den Trümpfen. Wo liegen aber in touristischer Hinsicht die Schwächen von Uri?
THOMAS CHRISTEN: Was für die einen Schwächen, sind für andere Stärken! In derselben Analyse, die Maurus Stöckli erwähnt hat, haben einzelne Touristen unseren Kanton als eher klein und in der Angebotsvielfalt steigerungsfähig empfunden. Andere hätten dies ihren Bedürfnissen entsprechend womöglich als Pluspunkte aufgeführt. Auch bei der Erreichbarkeit haben uns die Gäste nicht die volle Punktzahl erteilt. Hierzu finden jedoch seit geraumer Zeit Gespräche mit der SBB statt, um Verbesserungen zu erreichen. Interessant ist zudem, dass die Touristen in Uri das Wetter und Klima als Schwäche bezeichnen, mehr als dies Gäste anderer Schweizer Bergregionen tun. Das haben wir zur Kenntnis zu nehmen; Einfluss können wir hier ja keinen ausüben. Jedoch dient der Hinweis dazu, ein Auge auf das Schlechtwetterprogramm im Kanton und in unseren Partnerregionen zu werfen und den Kunden die Optionen noch prominenter aufzuzeigen.

«Uri bietet zu wenig» – dem würden Sie doch bestimmt widersprechen?
THOMAS CHRISTEN: Ich würde den Kunden viel eher einen Besuch in den Tourist Infos oder einen Blick auf die diversen Websites mit den vielen Angeboten empfehlen: Sport in allen Facetten, Wandern, Bräteln, Klettern, Baden, Golfen, Ski, Langlauf, Kulturangebote... Vielleicht müssen wir das Vorhandene noch bekannter machen und die Gäste dazu animieren, ihren Freunden davon zu berichten – etwa vom neuen Konzertsaal im «Radisson Blu» in Andermatt mit 700 Plätzen, der die Angebotspalette ab diesem Juni toll ergänzt.
MAURUS STÖCKLI: Aus Sicht eines chinesischen Gastes aus der Millionenstadt Shanghai bietet selbst das touristische Schwergewicht Luzern ein beschränktes Angebot. Wir müssen uns nicht über die Menge, sondern über die Qualität der Erlebnisse definieren. Eine Schnitzeljagd wie der Tatort Tell, eine Wanderung wie die Via Urschweiz oder unser Gotthard Tunnel-Erlebnis ermöglichen einzigartige Einblicke in jene Themenbereiche, die Uri einzigartig machen. Wenn wir uns auf unsere Stärken fokussieren, können wir uns gleichzeitig auch von den Mitbewerbern differenzieren.

Wettbewerb

Wo ist der Urner Sommer am schönsten: auf dem Urnersee oder in der Berghütte?

Stimmen Sie ab auf Facebook oder unter www.uri.swiss/umfrage und gewinnen Sie eine Übernachtung in einer Berghütte für zwei Personen.

Alles, was das Gästeherz begehrt: Ruhe, Erholung und Natur – hoch über dem Urnersee bei Seelisberg.

Wen spricht Uri als Feriendestination überhaupt an? Welche Gäste kommen aktuell zu uns oder welche wollen wir eigentlich?

THOMAS CHRISTEN: Spitzenreiter in den Statistiken sind die Schweizer und die europäischen Gäste mit rund 93 Prozent. Wir freuen uns aber grundsätzlich über jeden Gast – auch über die Einheimischen, die nicht in der Statistik erscheinen. Die Zielgruppen werden im Marketing natürlich trotzdem definiert und es ist nachvollziehbar, dass dabei auch auf die reisefreudige Kundschaft aus Fernost geschaut wird. Je breiter wir aufgestellt sind, desto weniger abhängig sind wir in schwierigen Zeiten. Ziel ist es, Gäste aus aller Welt in Uri mit unserer Gastfreundschaft zu begrüssen und damit allen Anbietern die Möglichkeit zu geben, vom Tourismus zu leben, Investitionen zu tätigen und Arbeitsplätze zu schaffen.

Vorteile für Gast und Gastgeber

Das Bild des Uri-Touristen hat nun klarere Konturen erhalten: Zum Grossteil sind es Landsleute, die hier vor allem Erholung und sportliche Höhepunkte in der Natur suchen. Das unterscheidet sich wohl kaum von dem, was die Urnerinnen und Urner selber in ihrer Freizeit wollen. Doch was bringt es den Einheimischen, ihr Zuhause mit auswärtigen Gästen zu teilen? – Stefan Büeler von der Abteilung Wirtschaft und Tourismus des Kantons Uri, und Ursi Aschwanden, Präsidentin des Tourismusvereins Seelisberg, geben hierzu Auskunft.

Wie wichtig ist der Tourismus für den Kanton Uri?

STEFAN BÜELER: Die Bedeutung des Tourismus für unsere Region ist derzeit wohl in Andermatt am besten sichtbar. Dank den Investitionen in neue Infrastrukturen ist der Zukunftsglaube wieder da, die Abwanderung konnte gestoppt und teilweise sogar umgedreht werden. Aber auch im restlichen Kanton ist der Tourismus ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Alleine im Gastgewerbe sind kantonsweit rund 1500 Personen beschäftigt. Hinzu kommen viele Branchen, die direkt oder indirekt vom Tourismus leben. All diese Betriebe schaffen wertvolle Arbeitsplätze und liefern einen Teil des Gewinnes in Form von Steuern wieder an die Allgemeinheit ab. Wir Einheimische profitieren aber auch direkt von den touristischen Angeboten im Kanton: Wir benutzen die Skianlagen, Langlaufloipen, Bike- und Wanderwege, Klettersteige, Seilbahnen oder besuchen Kultur- und Sportanlässe. Viele dieser Angebote würden nicht existieren, wenn sie nicht von Touristen mitfinanziert würden.

Und wie sieht das konkret in Seelisberg aus: Wer profitiert hier genau von den Gästen?

URSI ASCHWANDEN: Das sind in erster Linie natürlich die Hotels und Restaurants sowie der Naturcamping mit der beliebten Badi. Die Seelisbergerinnen und Seelisberger profitieren zudem, indem die Gäste den öffentlichen Verkehr inklusive Treib-Seelisberg-Bahn, Schiff und Postauto mitfinanzieren und sichern. Gleiches gilt für den Dorfladen, der dank der Touristen ausreichend Umsatz macht und hier bleibt. Auch die Wander- und Bikewege, Bänkli, Feuerstellen sowie die weiteren Infrastrukturen werden gepflegt, damit sie eben nicht nur von Touristen, sondern auch von den Einheimischen genutzt werden können. Und nicht zuletzt profitiert die Gemeinde von mehr Steuereinnahmen, wenn es den Leistungsträgern im Dorf gut geht.

Andermatt
Starke Momente

uri
DIE SEELE DER SCHWEIZ

www.andermatt.ch

www.uri.swiss