

Nidwalden Obwalden

Obwalden Tourismus lädt zum Stammtisch

Alpnach «Was bringt der Tourismus unserer Region? Eure Meinung interessiert uns.» Mit dieser Einladung lud Obwalden Tourismus erstmals zum Gespräch an einen eigens dafür kreierten Stammtisch.

Romano Cuonz
redaktion@obwaldnerzeitung.ch

«Wir möchten dem fiktiven Gebilde 'Obwalden Tourismus' ein Gesicht geben», sagt Stephan Lingertat als Leiter Marketing und Innovation. Weil man sich bei Obwalden Tourismus überdies stark für die Meinung von Leistungsträgern an der Basis interessiert, sei man auf eine neue Idee gekommen. Lingertat verrät: «Wir haben unseren eigenen Stammtisch entworfen und gebaut. Ab sofort touren wir mit ihm durch die Gemeinden von Obwalden.»

Geschäftsführerin Franziska Portmann ergänzt: «Wir haben im Auftrag des Kantons fürs Sarneraatal touristisches Marketing zu betreiben, brauchbare Angebote zu machen und zu bündeln.» Für die Gestaltung aber seien die einzelnen Leistungsträger gefordert. Nur bei regelmässigen Gesprächen eröffne man beiden Seiten die Chance, sich gegenseitig kennen zu lernen. Ein Stammtisch sei dazu genau richtig. Hier könne man unkompliziert Fragen stellen oder auch einfach eine «Chropflärette» machen, sind Portmann und Lingertat überzeugt.

Eine Idee mobilisiert auf Anhieb

Da stand er dann also: mitten in der Alpnacher «Pflistern», dieser rustikale Stammtisch, um den sich Dutzende Wörter wie «Wanderä, Rennä, Spazifizotlä, Luischä, Stuinä, Syy, Megä, Entdeckä, Schwätzä, Fräiä» ranken. Als prominentester Gast war am vergangenen Mittwoch der neue Volkswirtschaftsdirektor Daniel Wyler eingeladen. Zu ihm und den Gastgeberinnen gesellten sich



Obwalden Tourismus lud zum Stammtischgespräch – mit dabei Regierungsrat Daniel Wyler (Mitte).

Bild: Romano Cuonz (Alpnach, 30. Januar 2019)

binnen kurzem gegen 20 weitere Leute. «Diä erscht Rundi gahd uf yys», verkündete Geschäftsführerin Franziska Portmann. Binnen kurzem liefen Gespräche. Zu zweit. Zu dritt. Kreuz und quer – ganz und gar wie dies an einem Stammtisch Brauch ist. Um allgemeine aber auch persönliche Anliegen kreisten sie. Der Wirt des Alpnachstader Hotels Rössli, Philipp Moll, schilderte, wie sein Betrieb nicht mehr rentiere, bald schliessen und Wohnungen weichen müsse. Unter

anderem, weil chinesische Reisegruppen die Preise immer ärger drückten.

Auf der anderen Seite berichtete Elisabeth Wallimann (Marketingleiterin Frutt Lodge & Spa sowie Frutt Family Lodge) über vorwiegend erfreuliche Erfahrungen. «Wir arbeiten mit 90 Prozent Schweizer Gästen, bauen aber auch internationale Märkte mit kleinen Gruppen und Einzeltouristen auf», sagte sie. Eine ganz wichtige Herausforderung sei dabei sicher, dass der Tourismus lerne, mit neuen di-

gitalen und sozialen Medien umzugehen und diese gewinnbringend einzusetzen.

Mit den Daten sinnvoll umgehen

Das Thema Digitalisierung zog binnen kurzem alle in seinen Bann. Josef Inderbitzin (Direktor des Hotels Krone in Sarnen) postulierte etwa: «Digitalisierung ist im Tourismus ein grosses Plus, weil ein Betrieb mit 250 Zimmern genau gleiche Chancen hat wie jener mit 15.» Sie berge aber auch Risiken. Wo es punkto Qua-

lität und Attraktivität Mankos oder Fehler gebe, gingen diese – praktisch unauslöschlich – innert kurzer Zeit um die Welt. Stephan Lingertat warf dann ein: «Die grösste, leider noch viel zu wenig genutzte Chance liegt aber darin, mit den via Digitalisierung gewonnenen Daten im positiven Sinn zu arbeiten, daraus etwas zu lernen und immer besser zu werden.» Nur so könne man den Gast besser kennen lernen und auf ihn eingehen.

Auch der Obwaldner Volkswirtschaftsdirektor Daniel Wyler

«Wir müssen den Gast von Luzern irgendwie Richtung Obwalden bringen.»

Daniel Wyler
Volkswirtschaftsdirektor
Kanton Obwalden

bezeichnete die Digitalisierung als Chance für die Zukunft. «Jedoch, machen wir uns nichts vor», pointierte er. «Wenn ein Gast aus dem Ausland die Zentralschweiz besuchen will, gibt er vorerst den ihm bekannten Suchbegriff 'Luzern' ein.» Und darin bestehe nun die grosse Herausforderung. «Wir müssen den Gast von Luzern irgendwie Richtung Obwalden bringen und ihm sagen, womit wir uns abgrenzen. Wo unsere Spezialitäten sind.» Knaller brauche es. Wie etwa die berühmten Bären in Arosa. Und genau darin waren sich am ersten Stammtisch alle einig: An derlei zugkräftigen Angeboten würde es im Sarneraatal nicht fehlen: Wenn man nur schon an die gleich 17 wunderschönen, kleinen und grossen Seen, fernab von jedem Massentourismus, denke.