



Claudio Visentin: «Wir müssen auch die Risiken der digitalen Fotografie sehen. Ich schreibe auch Dinge auf oder zeichne. Das schafft Bewusstsein über die Reise.» zvg

## «Innovatives Reisen ist weiblich»

Welche Veränderungen gibt es in unserem Reiseverhalten? Ein Gespräch mit Claudio Visentin, Professor für Kulturgeschichte des Tourismus an der Universität in Lugano.

GERHARD LOB

**Claudio Visentin, Sie haben eine Wanderung mit einem Esel unternommen und darüber ein Buch geschrieben. Was bringt so eine Reise?**

Zum einen ging es mir darum, den schlechten Ruf des Esels zu rehabilitieren. Denn gerade beim Reisen handelt es sich um ein sehr intelligentes Tier. Es kann alles tragen, was für einen Reisenden vonnöten ist. Zudem hilft dieses Tier zu sozialisieren. Alle reden mit einem, die Alten wie auch die Jungen. Es ist wirklich leicht, ins Gespräch zu kommen.

**Wie kamen Sie auf die Idee?**

Auf die Idee brachte mich Robert Louis Stevenson, ein grossartiger schottischer Reiseschriftsteller, der auch schon mit einem Esel unterwegs war.

**Welche Erkenntnis brachte dieser Eselstrip?**

Es ist eine langsame, aber intensive Art des individuellen Reisens. Global betrachtet sind solche Eselsreisen natürlich Nischenaktivitäten. Aber ich bin überzeugt, dass diese immer wichtiger werden. In Italien nehmen etwa Rad-

und Wanderreisen deutlich zu. Weil die gesamte Wertschöpfung vor Ort bleibt, ist diese Art des Tourismus vor allem für abseits gelegene Gegenden wichtig. Für bekannte Tourismuszentren oder Städte gilt dies nicht.

**Genau der traditionelle Winterbergtourismus scheint sich in einer Krise zu befinden.**

Das ist zweifellos so. Wir stellen das seit einigen Jahren fest. Ein Grund ist sicherlich der Klimawandel, der Wintersport in tieferen Lagen erschwert hat. Dazu kommt die zunehmende Überalterung der Gesellschaft, also ein Generationenproblem. Die Jungen verfügen ihrerseits über ein unglaublich breit gefächertes Angebot, in dem der Wintersport nur eine Komponente darstellt – zudem noch eine teure Komponente.

**Was heisst das für die Schweiz?**

Für die Schweiz geht ganz langsam eine historische Periode zu Ende, die rund 100 Jahre gedauert hat. Es wird nötig sein zu handeln. Vor allem muss der Bergtourismus verstärkt auch die Sommersaison im Blick haben. Letztlich war das schon so, bevor der Skisport in den Alpen in Mode kam.

**Zur Person Historiker mit Schwerpunkt Tourismus**

Claudio Visentin (51) unterrichtet Kulturgeschichte des Tourismus an der Universität der italienischen Schweiz im Rahmen des «Master in International Tourism». Der italienische Historiker gründete die «Scuola di viaggio» für nachhaltiges Reisen. Im Rahmen seiner vielfältigen Aktivitäten entwickelte Visentin unter anderem qualitative Leitlinien für den italienischen Hotelierverein oder analysierte die Gästestruktur des Hesse-Museums in Montagnola TI. Er lebt in seiner Geburtsstadt Mailand, ist verheiratet und hat drei Söhne.

www.claudiovissentin.it

gl

**Dagegen boomt der Städtetourismus, auch in der Schweiz. Wie erklärt sich das?**

Viele Städte haben den Tourismus als Einnahmequelle entdeckt und ihr Marketing massiv aufgestockt. Generell lässt sich feststellen, dass die Nachfrage nach touristischen Dienstleistungen wächst, doch das Angebot noch stärker wächst. Die Schweiz muss sich in diesem wachsenden Konkurrenzfeld verteidigen.

**Und wie kann dies die Schweiz als Hochpreisinsel tun?**

Sie muss auf Qualität setzen und sich selbst

bleiben. Ein gepflegtes und qualitativ überzeugendes Land ist letztlich die beste Tourismuspolitik. Ich denke, man kann sich an England orientieren. Dort hat man gemerkt, dass die Mehrheit der Touristen näher wohnt, als man dachte, nämlich in der Umgebung. Die Engländer sind traditionell Fernreisende. Alle grossen Tour Operators kommen aus England. Doch das Land hat es geschafft, einen bedeutenden inländischen Tourismus aufzubauen.

**Die Faszination der Nähe nach dem Boom der Fernreise?**

Bei Fernreisen ist eine gewisse Krise festzustellen. Ich bin überzeugt, dass der Nah-Tourismus zunehmen wird. Das klingt vielleicht paradox, gerade heute, wo man viel von Russen und Chinesen spricht. In diesen Ländern gibt es natürlich grossen Nachholbedarf. Das europäische Reiseverhalten ist anders.

**Das heisst?**

Bekanntlich wird heute immer später entschieden, wann und wohin man verreist. Am Donnerstag wird fürs Wochenende gebucht, nachdem man die Wettervorhersage studiert hat. Viele Kurztrips lösen lange Ferien ab. Dies spricht für einen Tourismus der Nähe, nicht der Fernreisen, denn für drei Tage fliegt man nicht nach Asien.

**Sie haben vor 10 Jahren eine «Scuola di viaggio», eine Schule des Reisens, gegründet. Mit welchem Zweck?**

Wir gingen von der Prämisse aus, dass man «gut zu reisen» lernen kann, im Sinne eines nachhaltigen und verantwortungsbewussten Tourismus. Ziel war nicht, Wissen wie in Reiseführern anzuhäufen. Es geht darum, sich richtig vorzubereiten, zu verstehen, was einen wirklich interessiert. Mit diesem Konzept und unseren Sommerkursen haben wir einen unglaublichen Erfolg gehabt.

**Wer besucht die Kurse in dieser Schule?**

Zu meiner Überraschung sind es vor allem Frauen zwischen 30 und 40

Jahren, meist berufstätig, aber kinderlos. Ich konnte feststellen, dass die innovativsten Reisenden heute weiblichen Geschlechts sind.

**Sie empfehlen, nur wenig zu fotografieren, dafür aber viel über eine Reise zu schreiben. Warum?**

Die digitale Fotografie ist sicherlich eine unglaubliche Errungenschaft. Doch wir müssen auch die Risiken sehen. Ich jedenfalls habe wieder begonnen, nach einer Reise aus allen digitalen Fotos ein Dutzend auszuwählen und zu drucken. Denn sonst geht die Reise bildmässig im Computer verloren. Zudem schreibe ich Dinge auf oder zeichne. Das schafft Bewusstsein über die Reise.

**Sie haben auch**

**Qualitätsempfehlungen für die Hotellerie in Italien gegeben. Wie steht es um die Branche?**

Ich pflege sehr enge Beziehungen zu Hoteliers. Zweifellos sind die Zeiten für Hoteliers sehr schwierig geworden. Sie leiden stark unter alternativen Angeboten wie Airbnb, Bed & Breakfast und anderen. Ich denke, man hat die Hoteliers zu sehr alleine gelassen mit dieser Konkurrenz. Dabei sind Hotels beispielsweise in Städten eine Art von Leuchttürmen. Neben dem Polizeiposten sind sie in tiefer Nacht häufig die einzigen Anlaufstellen, wo noch ein Licht brennt.

**Was empfehlen Sie folglich?**

Die Hoteliers können ihre Kosten kaum senken. Sie haben nur eine Alternative, indem sie die Qualität erhöhen. Aber das wissen sie auch selbst.

**«Die Welt ist ein Buch. Wer nie reist, sieht nur eine Seite davon», sagte Augustinus. Stimmt diese Weisheit in unserem Medien- und Internetzeitalter noch?**

Ich denke, diese Weisheit gilt immer noch, auch wenn es heute Internet mitsamt Webcams gibt. Das direkte Erleben eines Ortes lässt sich durch kein Bild ersetzen. Ich bin in diesen Jahren viel gereist und konnte diese Erfahrung stets wieder von Neuem machen.

### Standpunkt

#### Ein Lachen im Gesicht hört man auch am Telefon



HANNA E. RYCHENER KISTLER

Lachen ist gesund! So sagt es der Volksmund, so ist es aber auch medizinisch belegt. Es ist schmerzstillend, baut Stress ab, stärkt das Immunsystem, hilft gegen hohen Blutdruck, fördert das Wohlbefinden, macht attraktiver und hilft gegen die Unbill des Lebens. Schon Charlie Chaplin sagte: «Lachen sorgt dafür, dass die Bösartigkeit des Lebens uns nicht ganz überwältigt.» Gerade jetzt, in einer Zeit, wo wir im Schweizer Tourismus und in der Hotellerie mit dem starken

**«Wenn wir uns bewusst machen, was es bewirkt, sollten wir öfter lachen denn je.»**

Franken und weiteren Widrigkeiten zu kämpfen haben, ist uns wahrlich nicht zum Lachen zumute. Aber wenn wir uns bewusst machen, was es bewirkt, dann sollten wir öfter lachen denn je. Eine indische Weisheit sagt «Das Lächeln, das du aussendest, kehrt zu dir zurück.» Es lassen sich damit auch Probleme lösen, Aggressionen eines Gegenübers abbauen. Lachen ist auch die eleganteste Art, seinem Gegner die Zähne zu zeigen. Entweder heitern wir Menschen um uns herum auf, oder wir wirken entwaffnend, besänftigend. Lächeln wir also unseren Kunden zu, um sie fröhlich und zufrieden zu stimmen, und lachen wir auch zu unserem eigenen Schutz und Wohlbefinden. Und glauben Sie mir: Ein Lächeln auf dem Gesicht hört man auch am Telefon. Ihre Kunden und Gäste werden es Ihnen danken. «You are never fully dressed without a smile.»

\* Hanna E. Rychener Kistler ist Direktorin der Höheren Fachschule für Tourismus, Zürich und Lausanne (IST/EIT)

### Aufgefallen

**Ein Hotel für Gäste und Flüchtlinge**



Ein Alleinstellungsmerkmal (USP) der besonderen Art hat das Mitte Februar eröffnete Hotel Magdas in Wien gefunden – und ist damit nur Wochen danach bereits ausverkauft. Das nur einige Gehminuten vom Stadtzentrum gelegene Haus ist das erste Hotel in Österreich, welches mehrheitlich von anerkannten Flüchtlingen geführt wird: Zusammen mit fünf Branchenprofis und einem Job-Coach kümmern sich in diesem als Social Business geführten Betrieb 20 Flüchtlinge aus 16 Nationen um das Wohl der Gäste. Und siehe da: Im Unterschied zu Flüchtlingsheimen stiess das «Magdas» in der Nachbarschaft nicht etwa auf Widerstand, sondern rief bisher ausschliesslich positive Reaktionen hervor. bf