

## Wein

### Österreichs Tropfen und Köstlichkeiten in Zürich

Am 29. April gibt es im Zürcher Kongresshaus eine grosse Auswahl österreichischer Weine zu verkosten: An der Veranstaltung «Genussland Österreich» sind neben Weinen von 140 Spitzenweingütern aus allen Weinbaugebieten heuer auch kulinarische Spezialitäten von 13 Bio-Betrieben mit dabei. So gehört etwa ein Käse & Wein-Seminar von österreichischen Winzern und Bio-Käsern zum Programm. Mehr Infos:

[www.osterreichwein.at](http://www.osterreichwein.at)

## Produkt

### Eine frische Bierkreation mit wenig Alkohol



ZVG

Ein neues Biermischgetränk will die Sommermonate aufmischen: «Calanda Radler» ist aus natürlichem Zitronensaft und Lager-Bier und enthält, anders als ein Panaché, nur gerade 2 Vol.% Alkohol. Produziert wird es in der Calanda-Brauerei in Chur und ist ab sofort im Getränkehandel erhältlich – für die Gastronomie in 24x33cl-Mehrwegflaschen. sag

## Kolumne

# Statt kurbeln



## Harder's

**Thomas Harder** ist Markenspezialist. Der Gründer und Geschäftsführer von Swiss Brand Experts arbeitet regelmässig mit Destinationen und touristischen Leistungsträgern zusammen. In der htr-Kolumne schildert er seine ganz persönlichen Markenbeobachtungen.

**D**er Blick aus dem Fenster könnte einen ängstigen: Konkurrenz so weit das Auge reicht – all die anderen Tourismusangebote in nah und fern. Was machen? Wie reagieren? Wie nicht verzweifeln? Analysiert man den Markt, hört in Fachmedien und Führungsetagen hinein, haben diese Rezepte Hochkonjunktur: Kosten- und Prozesseffizienz steigern, Preiskampf aufnehmen, fusionieren, Marketingmassnahmen intensivieren, Freundlichkeit am Gast/Touchpoint verbessern.

Unser Zauberwort heisst Differenzierung: die konsequente Entwicklung eines Angebots, das nur Sie in den Händen halten. Differenzierung ist das Geheimnis und der Ursprung aller kleinen und grossen, traditionsreichen wie neuen Marken. Denken Sie an die Rezepturen von Rivella oder Ovomaltine. An das Cabriodeck der Stanserhornbahn, an Herzblut und Lebensengagement für den Jazz in Montreux, an die grösste Whisky-Bar der Welt im St. Moritzer Waldhaus am See, an Fische und Guggeli aus eigener Fischerei und Zucht im «Schiff» in Mammern. Differenzierung ist so zentral, weil es der entscheidende Faktor für die Kundschaftsbildung ist. Ihre Kunden werden wiederkommen, weil Sie eine besondere Leistung anbieten können. Wenn Ihre Kunden echte Stammkunden werden, haben Sie keine Konkurrenz mehr – kein Gastronomiebetrieb oder Hotel kann exakt die Leistung bieten, welche Ihre Kunden bindet. Differenzierung ist damit auch der Schlüssel zur Immunisierung im weit verbreiteten Preiskampf.

Was bedeutet es, Differenzierung konsequent zum Zentrum Ihrer Überlegungen zu machen? Drei Denkanstösse.

Erstens ist Differenzierung nichts Oberflächliches. Differenzierung schafft nachhaltig Abstand, wenn sich Ihr Angebot in der Substanz, d.h. in der konkreten Leistung unterscheidet – je mehr desto besser. Entweder durch eine stark andersartige oder leistungsüberlegene Dimension oder durch die Summe vieler kleiner Unterschiede. Richten Sie Ihre Gedanken deshalb nicht primär auf visuellen Auftritt, Kommunikation und Werbung. Setzen Sie sich vielmehr genau mit dem auseinander, was Sie in Händen halten. Was ist darin im Feinen bereits anders oder besser, was trägt es an besonderer Substanz in sich, was würde dazu passen? Beobachten Sie Ihre Kundschaft, hören Sie ihr genau zu – nicht mittels Standardfragebögen. Schauen Sie nicht

nach links und rechts, wegen des Abstands. Entwickeln Sie Fantasie an Ihrem Objekt.

Zweitens machen alle die Differenz: Das Feld für Differenzierung ist unerschöpflich – denken Sie an all die Stellschrauben in Ihrem Hotel, in Ihrer Destination: von den harten Faktoren wie dem Gebauten, den Aktivitäten, Angeboten und der Ausstattung bis zu den weichen Faktoren wie den Haltungen der Mitarbeiter, der Atmosphäre, dem Spirit. Differenzierung verlangt das Mittun aller im Betrieb, jede und jeder muss sich ständig verbessern, nach Entwicklungsmöglichkeiten suchen. Die Summe der Unterschiede...

Und dennoch: Vielleicht haben Sie ein, zwei zentrale Achsen, welche Sie gezielt entwickeln und besetzen können. Solche Leistungsdimensionen sind effizient – sie können Ihre Kräfte bündeln, die Leistungsdimension zum Anker Ihrer weiteren Entwicklung machen und gezielt in Ihrer Kommunikation verwenden. Denken wir an Vals und seine Kombination von Granit und hochwertiger Architektur, die Understatement-Kultur von Gstaad, die Schneesicherheit von Arosa, 4000er und Weinkultur allüberall im Wallis, der kompetenteste Service im...

Drittens geht es um Konsequenz in der Differenzierung: Die Entwicklung substantieller Differenzierung braucht Zeit, mehr noch bis sie im Publikum bekannt ist. Setzen Sie daher bewusst Prioritäten und verfolgen Sie diese längerfristig – niemand verbindet sich gerne mit einer Destination, die sich jede Saison neu erfindet.

Ja, Differenzierung verlangt Sorgfalt, Einfühlungs- und Beharrungsvermögen – aber sie ist das Schöpferische, Unternehmerische und auch Erfolgversprechendste.

## Unsere Kolumnisten

**Christoph Ammann**, Reisejournalist  
**Christoph Bruni**, Affineur de fromages  
**Thomas Harder**, Markenspezialist  
**Christoph Kokemoor**, Chefsommelier  
**Sarah Quigley**, Schriftstellerin und Autorin

ANZEIGE

## Rückblick auf die Fachtagung der HFT Graubünden der Academia Engiadina

Anlässlich ihres 20-Jahr-Jubiläums lud die Höhere Fachschule für Tourismus Graubünden zu einer Fachtagung mit namhaften Referenten auf ihren Campus nach Samedan ein. Im Focus der Referate standen die Zukunft des alpinen Tourismus in der globalen Welt, Tourismusbildung sowie die Perspektiven des Schweizer Tourismus von morgen. Eine Podiumsdiskussion sowie vier Workshops boten den zahlreichen Teilnehmenden weitere, aufschlussreiche Inputs und Denkanstösse. Regierungsrat Martin Jäger überbrachte der Jubilarin die Grussworte des Kantons Graubünden.

Die HFT Graubünden hat es geschafft, sich als Höhere Fachschule im Schweizer Bildungsmarkt zu etablieren. Wichtig in diesem Zusammenhang ist, dass sie bereits 1995 – drei Jahre nach der Gründung – vom Bundesamt für Berufsbildung und Technologie, die eidgenössische Anerkennung erhielt. Sie ist damit berechtigt, eidgenössische Prüfungen durchzuführen sowie eidgenössische Diplome zu verleihen. In den letzten 20 Jahren wurden rund 900 eidg. Diplome erfolgreichen Absolventinnen und Absolventen überreicht. Mit diesen gut ausgebildeten Touristikfachleuten leistet die Höhere Fachschule der Academia Engiadina einen wichtigen Beitrag für den Tourismus im Kanton Graubünden und in der Schweiz.

### Studierende aus der ganzen Schweiz

Die HFT Graubünden ist heute ein renommiertes Bildungsinstitut mit entsprechender Reputation im In- und Ausland. Ein Beleg dafür ist zum Beispiel, dass Studierende aus der ganzen Schweiz ihr Studium in Samedan absolvieren. Dabei kann auf entsprechende Partner gezählt werden; den Kanton Graubünden, die Betriebe aus dem Tourismus, die Praktikumsgeber in der ganzen Schweiz sowie im Ausland und natürlich die Destinationen. Wenn die Bereitschaft der Studierenden hinzukommt, sich für drei Jahre wirklich einzusetzen, dann resultiert daraus eben diese gute Reputation

und ganz wichtig, eine sehr hohe Wahrscheinlichkeit einen guten Job zu finden und am Arbeitsplatz zu reüssieren.

### Ausgeprägter Praxisbezug

Der primäre Anspruch der HFT Graubünden ist es, die Studierenden optimal auf ihre berufliche Laufbahn vorzubereiten. Dies wird unter anderem mit einem sehr hohen Praxisbezug erreicht. Dazu zwei aktuelle Beispiele: Studierende des 6. Semesters haben im März Auslandsreisen nach Jordanien, Senegal, Island und die Ukraine selber organisiert, vermarktet und gleich die Reiseleitung übernommen oder gerade jetzt arbeiten sie Businesspläne für zwei Projekte im Oberengadin aus. Die HFT Graubünden der Academia Engiadina möchte in Zukunft noch vermehrt Plattform sein – regional wie national.

### Neue, marktfähige Studiengänge

Geplant ist, neue Studiengänge auf den Markt zu bringen, die Ausbildung und einen Hauch von Ferien in sich vereinen. Diese Kombination ist so einzigartig in der Schweiz und bietet für die Region Engadin, seine Bewohner sowie den Tourismus interessante Chancen. Der erste Studiengang im Bereich Marketing wurde vor gut vier Wochen lanciert und ist bereits sehr erfolgreich auf dem Markt. Weitere werden folgen.



Podiumsgespräch: v.l. Prof. Dr. Thomas Bieger (Rektor Uni St. Gallen), Jürg Schmid (Direktor Schweiz Tourismus), Moderator Luzi Heimgartner (HFT Graubünden), Marco Hartmann (Leiter Institut für Tourismus und Freizeit der HTW Chur), Matthias Steiger (Rektor HFT Graubünden) und Nicole Wyss (Studentin 3. Jahr HFT Graubünden).

### Unsere Referenten



Dr. David Bosshart, CEO des Gottlieb Duttweiler Institutes



Prof. Dr. Thomas Bieger, Rektor der Universität St. Gallen



Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus

Weitere Detailinformationen zur Jubiläums-Fachtagung der HFT Graubünden finden Sie auf unserer Website unter folgendem Link:

[www.hftgr.ch](http://www.hftgr.ch), über uns, 20-Jahr-Jubiläum, Fachtagung



**20** JAHRE  
**HÖHERE FACHSCHULE  
FÜR TOURISMUS  
GRAUBÜNDEN**

Höhere Fachschule für Tourismus Graubünden, Quadratscha 18, 7503 Samedan,  
T 081 851 06 11, [hft@academia-engiadina.ch](mailto:hft@academia-engiadina.ch), [www.hftgr.ch](http://www.hftgr.ch)