

Dem Trend einen Schritt voraus sein



Roland Schuler
Direktor Arosa Tourismus

Innovation, Kreativität, am Puls der Zeit – Arosa und seine Gestalter:innen zeichneten sich seit jeher durch zukunftsorientiertes Denken und Handeln aus. In der Post-Coronazeit ist der Pioniergeist aller Aroserrinnen und Aroserr von Neuem gefragt. Die Themen Nachhaltigkeit und Zukunftstrends sind in der Gesellschaft und damit auch im Tourismus gefragter denn je. Wo stehen wir in Sachen Trends und was können wir tun, um weiterhin mindestens an der Spitze des Zugs zu sein?

Regionalisierung ist attraktiv und gefragt

Weit über Graubünden hinaus wird das grosse Angebot, das Arosa zu bieten hat, überaus geschätzt. Nicht nur in Sachen Naturerlebnisse und Eventvielfalt präsentiert sich unser Dorf dabei als attraktive Destination. Auch die Verfügbarkeit von regionalen Produkten und lokalen Erzeugnissen ist ein schaffendes Qualitätsmerkmal. In Arosa weiss man nicht erst seit Corona, welchen besonderen Wert die heimische Wertschöpfung hat. Mit Kreativität und intelligenten Kooperationen präsentieren sich Aroserr Leistungsträger als Multiplikatoren der lokalen Wirtschaft. Diese Regionalisierung ist eine ausgezeichnete Basis, um krisenresistent wirtschaften zu können und gleichzeitig als attraktiver Standort für ökologisches und ökonomisches Handeln wahrgenommen zu werden. Eine noch engere Zusammenarbeit der Aroserr Leistungsträger lässt unser Dorf, unsere Region dabei noch kraftvoller werden.

Digital auf der Überholspur

Im Bereich Digitalisierung gedeiht die Kooperation mit der Lenzerheide und den Bergbahnen weiter ausgezeichnet. Beim Projekt «al.digital» wurde ein Meilenstein erreicht. Der Kanton Graubünden sprach dem Projekt im März mehr als zwei Millionen Schweizer Franken für die nächste Entwicklungsperiode zu. Ein Vertrauensbeweis und ein Schub, um digital weiter auf der Überholspur unterwegs zu sein. Beim Projekt «al.digital» handelt es sich um ein digitales Transformationsprojekt mit dem Ziel, den Gästen von morgen einen nahtlosen, digitalen Zugang zu den Leistungen aller Partner zu ermöglichen und sie dadurch näher an die Destination(en) zu binden. Viele Projekte liegen auf dem Tisch, um Arosa digital flott für die Zukunft zu machen und damit im Trend, elektronische Dienstleistungen in allen Lebensbereichen nutzen zu können, zu bestehen.

New Work

Work-Life-Balance oder 4-Tage-Woche sind Denkmuster, die im Arbeitsalltag steigende Relevanz einnehmen. Remote Work, also das Arbeiten von einem beliebigen Ort aus, hat durch Corona ebenfalls rasant an Wichtigkeit zugelegt und gleichzeitig die Denkmuster von Arbeitgebern wie auch Arbeitnehmern beeinflusst. Der Wunsch nach Flexibilität und der erleichterte Wechsel zwischen Arbeit und Freizeit sind Themen, bei denen Arosa punkten kann. Mit Angeboten im

Bereich Co-Working, aber auch ganz einfach durch praktische Vermittlung, wie einfach ein Wechsel zwischen Anstrengung und Entspannung sein kann, wollen wir versuchen, unsere Besucher:innen noch länger in Arosa zu halten. Gleichzeitig richtet sich das Thema auch an Arbeitskräfte aus Arosa. Nirgends ist der Weg von Arbeit zu Freizeit so kurz wie bei uns. Diese Attraktivität gilt es noch stärker herauszuarbeiten. Mit dem geplanten Employer Branding werden wir im kommenden Jahr hierbei spürbar vorwärts machen. Dass die stete Schwierigkeit von der Suche nach geeignetem Wohnraum dabei Lösungen erfordert, steht ausser Frage und ist eine dringliche Aufgabe für uns alle.

Vielfalt leben und erlebbar machen

Gesundheit, Achtsamkeit und Wohlbefinden sind Bedürfnisse, die sich in der Schnelllebigkeit und Hyperkomplexität des Alltags mit der Gefahr der Reizüberflutung als idealer Ausgleich gefestigt haben. Es braucht nicht die Aufzählung aller erholsamen und besinnlichen Faktoren, die Arosa zu bieten hat, um zu verdeutlichen, dass unser Dorf der ideale Ort ist, um die Selbstverwirklichung innerhalb eines einzigartigen Umfelds zu bieten. Der gesteigerte Wunsch nach Balance, das Verlangen nach einem Lebensstil, der Natur, Bewegung, Lebensfreude und Gesundheit verbindet, sollte unser Denken und Handeln bestimmen. Einerseits um selbst diese Vielfalt zu leben und gleichzeitig für alle Besucher:innen auch erlebbar zu machen.

Kontrolliertes Vollgas bei den Events

Mit der Durchführung des IceSnowFootball im Januar war auch der letzte Grossevent aus der Corona-Umklammerung befreit. Bei den zahlreichen weiteren Events und Anlässen zeigte sich Arosa einmal mehr als kreativer und verlässlicher Partner und Veranstalter. Die vielschichtigen Anforderungen an Event-Organisatoren stellen dabei eine immer grösser werdende Herausforderung dar. Mit der Strategie Arosa 2030 im Rücken und dem Verlangen, die nachhaltigste Destination der Alpen zu werden, verfügen wir schon heute bei nahezu allen grösseren Events auf Aroserr Grund über eine klare Ausrichtung in Sachen Nachhaltigkeit. Diesen Trend werden wir fortsetzen, um Eventgenuss und nachhaltiges Handeln als sich ergänzende Faktoren zusammenzubringen.

