

# FRUTIGLÄNDER

DIE ZEITUNG FÜR ADELBODEN, AESCHI, FRUTIGEN, KANDERGRUND, KANDERSTEG, KRATTIGEN UND REICHENBACH

«Frutigländer», 17.09.2019

## KOLUMNE – PUNKTLANDUNG

### Aufgetaut und zuckerfrei

Was beschäftigt diesen Herbst die Tourismuswelt? Sie raten richtig: Die Klimaveränderungen und ihre Auswirkungen stehen an erster Stelle. Keine Angst: Ich werde Sie mit den nächsten Zeilen nicht auch noch mit dem Auftauen des Permafrosts und den im Parlament zur Diskussion stehenden Flugpreiszuschlägen zur Kompensation des CO<sub>2</sub>-Ausstosses langweilen. Das Durchblättern der letzten Ausgabe der Schweizer Fachzeitung für Tourismus, der «htr hotel revue», bringt dagegen eine breite Palette von spannenden Themen.

Tische in Restaurants werden nach wie vor meist per Telefon reserviert: Nur ein Gast von zehn meldet sich heute online an. Doch das dürfte sich gemäss einer Studie des Walliser Tourismus-Think-Tanks bald ändern, und jeder Gastgeber tut gut daran, sich damit auseinanderzusetzen.

Reiseveranstalter und Reisebüros als Vermittler von Hotel- und Ferienwohnungsgästen sind kein Auslaufmodell, wie man so landläufig angesichts des Direktbuchungshypes übers Internet vermutet. Denn eine gute persönliche Beratung sei wegen der grossen Angebotsvielfalt immer noch – und offensichtlich immer mehr – gefragt, sind sich die Auskunft gebenden Tourismusprofis einig.

Die Meldung «Neue Destinationsstrategie der Ferienregion Andermatt» birgt Erstaunliches: Sie definiert die künftigen Geschäftsfelder Natur und Bewegung, Wasser, Alpenpässe und Mobilität, Schnee und Sport sowie Kultur und Geschichte. Mir scheint, diese Punkte sind austauschbar und passen auch fürs Frutigland – selbst wenn das Hohtürli, die Gemmi und die Bunderchrinde wie der Hahnenmoospass nur zu Fuss überquerbar sind. Mit dem Oeschinen- und Blausee sowie der Engstlige und der Kander



können wir auch beim Wasser flott mithalten. An sportlichen Möglichkeiten fehlt es – man lese nur den «Frutigländer» regelmässig! – zu keiner Jahreszeit, auf weisser wie grüner Unterlage, in der Natur wie indoor. Was uns allerdings fehlt, ist der Sponsor, der hinter dem Aufrüsten der Unterkunfts- und Bergbahninfrastruktur mit der grossen Kelle anrichtet.

Von einem süssen Erlebnispark träumt Nestlé: Mit dem Thema «Chocolat» sei eine Erweiterung des Maison Cailler in Broc geplant. Eine Million Besucher sollen dereinst alles, was zur Umwelt der Schokolade gehört, an einem Ort erleben: die Milch, die Kühe, den Käse. Was mir da fehlt, ist der Zucker ...

Ganz ohne Zucker hingegen kommt erstaunlicherweise der Pâtissier Kay Baumgardt aus, verantwortlich für Süsses im Gasthaus zur Fernsicht im appenzellischen Heiden. Er verwendet nur Honig, Muscovado (Vollrohrzucker), Palm-, Kokosblüten-, und Birkenzucker sowie Inulin, das aus Topinambur und Artischocken gewonnen wird. Saisonale Produkte auf dem Höhepunkt der Reife oder gar überreife Tomaten fürs zuckerfreie Ketchup kommen bei ihm auf den Teller.

Zum Abrunden noch ein Aufsteller aus dem Gastkommentar des Wettergurus Jörg Kachelmann: «Mit der Klimaerwärmung wächst die Lust auf Sommerfrische in den höheren Lagen. Für den Bergtourismus eine Riesenchance.» Wenn das nicht eine Punktlandung ist!

KURT METZ  
MAIL@KURTMETZ.CH