

Eine Baustelle als Publikumsmagnet

Grimselwelt

Einbinden statt ausgrenzen. Beim Grimselsee erfahren Gäste alles über die neue Staumauer. So vermitteln die Kraftwerke Oberhasli auch Wissen zur Stromgewinnung.

CHRISTINE ZWYGGART

Seitdem die feuerroten Kräne ihre Position beim Grimselsee bezogen haben, ist das Interesse der Touristen merklich gestiegen. Seit gut zwei Jahren sind Arbeiter der ARGE Grimsel im Berner Oberland bereits am Werk und haben im Fels die Vorarbeiten für das Hochziehen der neuen, 113 Meter hohen Staumauer Spitalamm erledigt. Jetzt wächst das gekrümmte und doppelt gebaute Bogenmonument in die Höhe – noch bis 2025. Dann wird die fast 90-jährige Staumauer, die diverse Risse aufweist, geflutet und durch die Neue abgelöst.

Bauen und Stauen auf 1900 Metern über Meer

Die Faszination der Zaungäste für das lebhaft Treiben ist spürbar. «Es ist viele Jahre her, seit es in



Die Kräne beim Grimselsee müssen Windspitzen von 220 Kilometern pro Stunde und auch Schneestürmen standhalten.

Christine Zwiggart

der Schweiz letztmals so eine Baustelle im hochalpinen Gebirge gab, die für die Öffentlichkeit gut erreichbar ist», erzählt Thomas Huber, Leiter Kommunikation und Markensteuerung der

Kraftwerke Oberhasli AG (KWO). Die Aufgabe des Unternehmens ist es primär, Strom aus Wasser zu gewinnen: 13 Kraftwerke mit insgesamt 28 Turbinen stehen dafür am Grimsel- und Sustenpass in

der Region zur Verfügung. Gleichzeitig zeichnet die KWO auch für die Marke Grimselwelt, welche die touristischen Angebote hier seit 2002 vereint, verantwortlich. «Wir möchten mit Erlebnissen rund um die Wasserkraft aufzeigen, dass sich Natur und Technik in dieser Umgebung und in dieser Art und Weise bestens vertragen.» Dazu gehören bewusst auch Führungen auf der gut erschlossenen Baustelle. Und ein Besucherzentrum beim Alpinhotel Grimsel Hospiz, das nebst aktuellen Zahlen und Fakten auch historische Bilder vom Entstehen der alten Mauer zeigt.

Vom Interesse profitieren auch die Bahnen und die Beizen
Vielles können die Gäste alleine und kostenlos anschauen. Dazu braucht es eine einzige gute durchdachte Besucherlenkung. Das gelingt dank Informationstafeln in diversen Sprachen und ausgedehnten Aussichtsplattformen.

«Staumauern aus Beton und Eingriffe in die Natur – darüber gibt es geteilte Meinungen.»

Thomas Huber
Leiter Kommunikation und Markensteuerung der Kraftwerke Oberhasli

men. Nur wer mit einem Guide eine Tour durch den Stollen und näher an die Baustelle heran bucht, muss 10 Franken bezahlen. Luzius Gartmann begleitet seit über neun Jahren Führungen in der Grimselwelt; er ist vor allem mit Schweizern unterwegs, die rund 90 Prozent der Besucher ausmachen: «Viele stellen Fragen zur geplanten Erhöhung der Staumauer oder möchten mehr über die Moorlandschaft hier oben erfahren.» Die Dimension der Baustelle, auf der rund hundert Personen beschäftigt sind, wirkt auf die meisten faszinierend. Nur ganz selten kämen auch kritische Fragen.

Gerade sind neue Angebote am Entstehen mit pensionierten Experten, die auch Erfahrung im Bauwesen mitbringen – denn immer mehr Architektinnen, Ingenieure und Fachleute möchten sich direkt vor Ort informieren.

Es geht den Verantwortlichen mit den Führungen nicht in erster Linie darum, Geld zu verdienen, sondern ein Angebot zu schaffen und damit die betriebseigenen Bahnen, Hotels und Restaurants zu beflügeln. «Attraktionen ziehen Leute an, die wichtig sind für die regionale Wertschöpfung – und als Grossunternehmen fühlen wir uns verpflichtet, aktiv mitzuhelfen, Produkte zu entwickeln und damit die Bekanntheit der Region zu steigern», erklärt Thomas Huber die Philosophie.

Ehrlich informieren und so Vertrauen schaffen

Noch vor 25 Jahren wäre diese «für die Öffentlichkeit zugängliche Baustelle» undenkbar gewesen. Das Grimselgebiet gleich damals einer militärischen Sperrzone mit unzähligen «Betreten verboten!»-Schildern, das öffentliche Bild war geprägt von negativen Schlagzeilen, die Bevölkerung und die Umweltverbände wurden kaum in Ideen miteinbezogen. Kein Wunder, scheiterte das Projekt «Grimsel West» grandios, welches das Speichervolumen des Grimselsees durch den Bau einer 203 Meter hohen Staumauer vergrössern wollte.

Ein Generationenwechsel in der Unternehmensleitung sorgte Ende der 1990er-Jahre schliesslich für ein Umdenken. Die Vision des damaligen Direktors Gianni Biasiutti: «Wir werden ein Wasserkraftwerk zum Anfassen.» Die KWO erklärt und zeigt, was sie tut. «Man muss sich bewusst sein», sagt dazu Thomas Huber, «wer die Grimselpassstrasse auffährt, sieht Staumauern aus Beton und Eingriffe in die Natur – über die Schönheit dieser Infrastrukturen gibt es geteilte Meinungen.» Umso wichtiger seien Informationen und Aufklärung. Schliesslich produzierten die KWO heute Strom für rund eine Million Menschen.

Werkbahnen werden zu Touristenbahnen

Da die KWO seit je ein Partnerwerk von Aktionären ist (BKW, EWZ, EWB und IWB), fehlt der direkte Kontakt zu den Endverbraucher. Aus diesem Grund öffnete das Unternehmen vor gut zwanzig Jahren erstmals seine Türen für Führungen und nutzte die Gelmerbahn um, sodass sie

nicht nur als Werk-, sondern auch als Touristenbahn dient. Die Marke Grimselwelt wurde geboren, die eigenen Hotels renoviert und auch die Trift-, Täli-, Sidelhorn- und Oberaarbahn Schritt für Schritt für das Publikum geöffnet. Etliche Ganzjahresstellen sind so im Tourismus entstanden, in der Sommersaison arbeiten bis zu 100 Personen mit.

Auch bei den Gästen kommt das Angebot gut an. In Spitzenzeiten buchen mehrere Zehntausend Personen eine Führung durch die Kraftwerke, besichtigen die Turbinen, tauchen ein in die Welt unter Tag und werfen einen Blick in die Kristallkluft. Alles in allem investierte die KWO über die Jahre mehrere Millionen Franken in den Tourismusweiz. Ein Betrag, der sich auszahlt, denn das Angebot schafft Goodwill, macht die Stromproduktion aus Wasserkraft erlebbar und verändert das einst angeschlagene Image nachhaltig. Krönung all dieser Bemühungen war der Milestone-Tourismuspreis 2010.

Schöne Worte und viel Marketing-Trara alleine nützen allerdings auf die Dauern nichts – die Botschaft müsse authentisch sein, sagt Huber: «So hat das Unternehmen damals auch eine Ökologieabteilung ins Leben gerufen, heute arbeiten wir eng mit Fischerei- und Naturverbänden zusammen.»

grimselwelt.ch

Zahlen & Fakten

5400 motorisierte Fahrzeuge pro Sonntag

An einem schönen Sommerwochenende ist die Grimsel ein beliebtes Ausflugsziel – mit entsprechend vielen Fahrten. Laut Bundesamt für Strassen reduziert sich die Anzahl der Fahrzeuge werktags auf durchschnittlich 2800.

105,8 Prozent Steigung

Die Gelmerbahn gehört zu den steilsten Bahnen der Welt. Alle Seil- und Schienenbahnen der Grimselwelt wurden einst für den Bau der Kraftwerksanlagen erstellt – neun davon dürfen heute auch Touristen nutzen.

77 263 Logiernächte in der Region

Innertkirchen und Guttannen verzeichnen wegen der Coronapandemie im Vergleich zu 2019 einen Rückgang von 8,3 Prozent. Zur Grimselwelt gehören das Grimsel Hospiz, das Naturresort Handeck, das Berghaus Oberaar und die Ferienhütte Bäregg.

2202 Gigawattstunden Strom

Mit dieser Menge versorgen die Kraftwerke Oberhasli 2020 die Städte Basel, Bern und Zürich. Auf Führungen erleben Gäste die Stromgewinnung und entdecken die Stollen.

2 Hängebrücken für Nervenkitzel

Die Triftbrücke hat eine Spannweite von 170 Metern. Die Handeckfallbrücke ist mit 70 Metern ihre kleine Schwester.

PUBLIREPORTAGE

Individuelle Zimmerreinigung – lassen Sie den Gast entscheiden

Simon & Josef ist ein «HotellerieSuisse Trusted Start-up» aus Fribourg, welches sich mit seinem Produkt auf nachhaltige Hotellerie spezialisiert. Die «Ein-Klick-Plattform» ermöglicht eine Personalisierung des Zimmerservices und erhöht das Gasterlebnis erheblich. All dies ohne Applikationen und Software-Installationen und zugänglich mit jedem Smartphone. Mit dem Produkt spart der Gastgeber täglich finanzielle und natürliche Ressourcen mit dem Housekeeping.

Das Hotel verschickt über die S&J-Plattform jedem Gast, der mindestens zwei Nächte übernachtet, eine SMS mit einem Link zur Umfrage. So können die Kunden einfach und jederzeit die nächste Zimmerreinigung abbestellen oder personalisieren. Alternativ kann das Hotel gut ersichtlich im Zimmer einen QR-Code platzieren. Der Gast scannt den QR-Code und gelangt auf dieselbe Umfrage.

Unternimmt der Gast nichts, wird sein Zimmer wie gewohnt gereinigt. Die Kundschaft verzichtet auf keinen Komfort, hat jedoch die Möglichkeit, die Zimmerreinigung nach den eigenen Wünschen zu gestalten und somit einen Beitrag zur Nachhaltigkeit zu leisten. Täglich zur gewünschten Uhrzeit erhält das Hotel den Rapport per E-Mail zugesandt, in welchem sämtliche Zimmer mit deren Angaben aufgelistet sind.

Das Geschäftsmodell ist einfach und unkompliziert. Benützt der Hotelgast unsere Lösung, sparen Sie als Hotelier Ressourcen. Am Ende des Monats verrechnet Ihnen S&J eine Kommission auf den Einsparungen. All dies ohne monatliche Fixkosten.



Bereits über 30 Schweizer Hotel benutzen die Lösung von S&J. Die Kontaktangaben für Anfragen und weitere Informationen finden Sie unter simonandjosef.com.

Am 7. und 8. September können Sie die Lösung am Hospitality Summit 2021 testen und das Team von Simon & Josef persönlich treffen.