

# Wirksames Community Building in Bergdestinationen erfordert Eigendynamik

# B

Bergdestinationen stehen vor der Herausforderung, ihre Gemeinden das ganze Jahr über zu beleben. Community Building kann saisonale Schwankungen ausgleichen und Tourismus- sowie Lebensraum verbinden. Communities werden dabei als Netzwerke verstanden, die sich in (Berg-)Destinationen in unterschiedlichen Konstellationen aus Einheimischen, Zweitheimischen, Gästen, Arbeitnehmenden und/oder Arbeitgebenden zusammensetzen können. Denn erst durch die Interaktion der verschiedenen Community-Mitglieder lebt eine Gemeinde.

Einige Destinationen arbeiten bereits am Aufbau von Communities. Bisher liegen jedoch noch wenige Erkenntnisse vor, wie Destinationen Communities gezielt aufbauen und zu ihrer Belebung nutzen können. Ein von Innotour (Seco, Staatssekretariat für Wirtschaft) gefördertes Projekt von Bregaglia Engadin Turismo, Andermatt Swiss Alps AG

und der Fachhochschule Graubünden (Mitglied der Academia Raetica) geht dieser Frage derzeit nach.

Communities, die sich in Bergdestinationen bilden, sind vielfältig in ihrer Art, Grösse und Organisation. Hinsichtlich der Entstehung und Entwicklung dieser unterschiedlichen Communities zeichnen sich jedoch Muster ab, die für deren gezielte Initiierung oder Weiterentwicklung genutzt werden können. Zunächst braucht es ein Thema, zu dem sich eine Community bilden kann (zum Beispiel Hobbies, Bedürfnisse). Was die von uns untersuchten Beispiele jedoch klar zeigen: Der entscheidende Faktor ist der Mensch. Damit eine Community entstehen kann, braucht es Persönlichkeiten, die «ziehen» und die Community gründen, antreiben, pflegen sowie mit Leben füllen. «Ziehend» sollte nicht nur eine Person sein, da das Risiko besteht, dass sich die Gruppe bei Wegfall dieser Person auflöst. Hat sich eine Gruppierung formiert, sind Communities dennoch keine Selbstläufer, sondern bedürfen kontinuierlicher Pflege und definierter Verantwortlichkeiten. Hierfür werden Menschen benötigt, die bereit sind, sich aktiv in eine Commu-

nity einzubringen und mitzuarbeiten. Wir können stets Community-Lebenszyklen beobachten:

Am Anfang steht das Feuer für ein Thema unter den Gründungsmitglie-



«  
Communities benötigen viel Zeit, um zu entstehen und sich zu entwickeln.  
»

dern. Es ist möglich, dass die Organisation in der Gruppe eher chaotisch verläuft. Je grösser die Community wird, desto mehr Strukturen sind gefragt. Diese Mechanismen sind dabei zwischen initiierten und organisch gewachsenen Communities ähnlich. Die Mitglieder gehen durch einen Findungsprozess, der von Fragen wie «Was wollen wir?», «Mit wem wollen wir das machen?», «Was braucht es dafür?» geprägt ist.

Obwohl wir in einer digital geprägten Welt leben, ist für Communities, die zur Belebung von Bergdestinationen beitragen sollen, der persönliche Austausch unverzichtbar. Erst durch die persönliche Interaktion entstehen die Eigendynamiken einer Community, die für ihre Weiterentwicklung und ihren Fortbestand notwendig sind. Neben den Faktoren «Thema» und «Mensch» ist auch der Faktor «Zeit» im Community Building wichtig. Communities benötigen viel Zeit, um zu entstehen und sich zu entwickeln. Oft sind zudem dauerhaft finanzielle Ressourcen erforderlich.

Wir erleben, dass der Aufbau von Communities einen Beitrag dazu leis-

ten kann, dass die Menschen einer Destination mehr Verbundenheit zueinander und auch zur Gemeinde entwickeln. Die Initiierung dieser Prozesse darf allerdings nicht unterschätzt werden: Nur wenn es gelingt, dass die angesprochenen Personen den Mehrwert einer Community für sich sehen und bereit sind, sich in dieser Gemeinschaft zu engagieren, wird sich die Community entwickeln und leben. Reine Top-down-Ansätze sind oft nur bedingt wirksam und müssen zeitnah in eigendynamische Prozesse überführt werden.

---

*Das Projektteam des Instituts für Tourismus und Freizeit der Fachhochschule Graubünden (FHGR) bilden Dr. Lena Pescia, Onna Rageth, Lynn Suter und Dr. Frieder Voll. Mehr Informationen unter [fhgr.ch/communities-in-bergregionen](https://fhgr.ch/communities-in-bergregionen). Die FHGR ist Mitglied der Academia Raetica, der Vereinigung zur Förderung von Wissenschaft, Forschung und Bildung im Kanton Graubünden und seiner Umgebung. LENA PESCIA, die Autorin des Artikels, ist stellvertretende Leiterin am Institut für Tourismus und Freizeit (ITF) der FHGR.*