

El ha vendì il latg e betg la vatga

Hanspeter Danuser – il davos directur da cura classic

DA HEINI HOFMANN

■ **Durant trais decennis ha Hanspeter Danuser dà la tempra a San Murezzan. El ha inizià ovras da pionier turisticas e promovì ideas da marketing nunconvenzionalas. Ussa sa retira il davos directur da cura classic ed in'èra va a fin.** Sco sunatiba sin sias turneas da reclama en l'entir mund è el sez daventà in'icona. Ma malgrà tut il success è el restà sasez: In uman adina activ, dentant modest. Sch'el fiss in schef d'ina interpresa e betg in directur da cura, na vegniss el betg numnà manager, mabain patrun, pia insatge ch'i na dat atgnamain betg pli. Perquai di el sez plain umor ch'el saja «in model antiquà».

In optimist patologic

Hanspeter Danuser ha in pensum da lavur enorm, sco directur da cura è el ina persuna dumandada. Ma quai n'è nagin problem per el. Il di entschaiva el adina là, nua ch'el sez ha cumenzà – giudim dal tut. En il tschaler da la chasa communal exercitescha el mintga lavurdi a las set da sunar la tiba. Damai ch'el suna l'emprima vusch en la gruppa, sto el era dumagnar fitg bain ils tuns auts. Gist uschia sco quai ch'el sto sa mover a moda versada tranter la hautevolée dal lieu da cura nobel. Sasez na considerescha el betg sco in da la societad fina, ma tuttina sto el esser preschent a bleras occurrenz da schickimicki.

Suenter trenta onns en uffizi va el uss en pensiu – nunvoluntarain, ma cun tut las onurs. Tgi ch'è activ ed ha success sto numnadain era viver cun glied malscuidusa che pretenda che trenta onns «Mister San Murezzan» tanschian. Ma el na vesa quai betg uschè stretg e dat gas fin l'ultim di tenor ses motto: «In directur da cura sto esser in optimist patologic.»

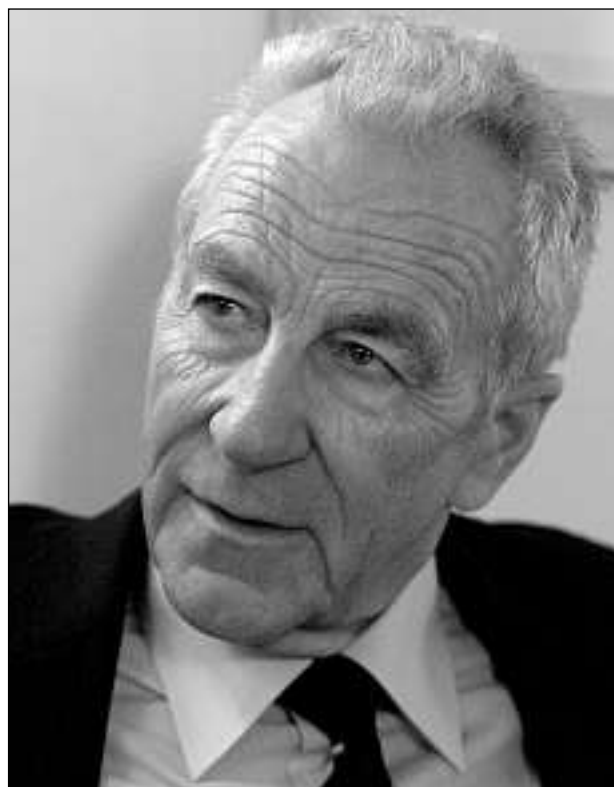
Il pli aut grad da renum

Era suenter l'era da Hanspeter Danuser vegn ins a vesair quai ch'el ha prestà: San Murezzan n'è oz betg mo ina da las pli preziasas marcas da la Svizra, mabain er in veritabel brand global. Tenor in studi da l'Universitad da Vienna è San Murezzan la marca la pli enconuschenta da las destinaziuns da vacanzas. E tenor la perscrutaziun dal martgà tudestg è il vitg en Engiadina lunschor il pli enconuschent lieu da vacanzas d'enviern. Schizunt en l'ultramar è il lieu da vacanzas pli enconuschent che autras marcas svizas da products e servetschs.

Ma tge stat davos ina tala dominanza d'ina singula marca? Trais chaussas: In spiert da pionier vivì dapi passa 150 onns en il vitg mundial engiadinais che ha mess il fundament solid per il success, in branding competent e professiunal e finalmain directurs da cura cun entusiassem ed

Durant trais decennis ha Hanspeter Danuser dà la tempra a San Murezzan.

FOTO N. SIMMEN



ideas. Per il davos da questa spezia, Hanspeter Danuser, n'è il post da directur betg ina professiun, ma plitost ina clamada.

San Murezzan – ina marca miraculosa

«Il success fenomenal da la marca da San Murezzan», è Hanspeter Danuser persuadì, «è stà pussaivel, perquai ch'ins ha resguardà in pèr princips da basa dal branding professiunal: Ina purschida da buna qualitad, design e comunicaziun, strategias a lunga vista, politica da product e da comunicaziun innovativa e duravla, preschientscha al martgà speziala ed incunparabla cun posiziunar la marca a moda vardavla e clera e per finir in'identitad simpla, ma ferma.»

Il resultat d'ina tala consequenza: Oz paja la glied en quest lieu da cura nobel, ch'era pli baud in simpel vitg puril, pretschs da passa 30 000 francs per il meter quadrat da surfatscha abitabla. Nagliur auter en Svizra n'è il terren uschè char.

In motiv per quai è – ultra da la bellezza cuntrada da lais e muntognas, da l'alta garanzia da naiv, da la qualitad extraordinaria da las purschidas e dals servetschs e dal sulegl engiadinais splendurant – betg il davos il grond renum da la marca San Murezzan. «Mo uschia pon ins explitgar», manegia l'expert da turissem, «ch'i dat en quest lieu en media in hotel da luxus e duas chasas d'emprima classa sin milli abitants – ina spespezza d'albierts nobels sco nagliur auter en il mund. Quai mussa ch'ils investiders crain en l'avegnir dal lieu.»

L'emprim num local protegi

La retscha «d'invenziuns da marketing» da Danuser è lunga: Il 1978/79 ha el creà la concepziun simbolica e patriotica «Heidiland» ch'el ha gist anc laschà proteger sco marca. Il 1981 ha el inizià la renaschientscha dal «Glacier-Express», il «tren rapid il pli plaun dal mund», che va sco «paraula sin rodaglias» tras las truccas da stgazi da cuntradas muntagnardas imposantas e collescha duas adressas alpinas d'emprima classa, San Murezzan e Zermatt. Il medem è vegnì fatg cun il «Bernina-Express» ed il «Palm-Express».

Il capodovra suonda il 1986, cura che Danuser ha laschà registrar San Murezzan sco marca da pled – bainchapi l'emprim num local protegi dal mund! Quai è stada la naschientscha da la noziun da la marca en il management da destinaziun. Ma anc betg avunda: Il pionier da turissem raffinà ha dà la concessiun per il diever dal brand «St. Moritz – Top of the World» a partenaris strategics da l'economia privata – da lez temp in'acziun revoluziunaria e (or da l'optica da la concorrenza) dispitavla per in lieu da cura.

A la testa da tut ils lieus da vacanzas muntagnards

Sco quai che Danuser accentuescha «d'avegnir il branding professiunal adina pli impurtant er en il management da destinaziun. Quai na pretenda dals responsabils betg mo gronda cumpetenza ed engaschament individual, mabain era cuntinuitad dal persunal. Tut quai procura per confidenza, simpatia e bainvulientscha al

martgà». Ed el cuntinuescha: «La basa dal mitus da marca San Murezzan era ed è la realisaziun consequenta e consistenta da cleras strategias da marketing che han la finamira da far da San Murezzan en l'entir mund l'emprima adressa da tut ils lieus da vacanzas muntagnards.»

«Ma quai», e quai è evident per il 'Mister San Murezzan', «na pon ins betg cuntanscher cun campagnas convenziunalas. Qua mancan ils meds finanzials. Plitost è sa cumprovà in marketing d'eveniments innovativ che funcziuna sco plattafurma per inscena a moda virtuosa e fitg effizienta il brand San Murezzan. Per quest motiv investescha l'Uniun da cura e traffic San Murezzan radund la mesadad dals meds a disposiziun per l'operativa en il marketing d'eveniments che correspunda a questa filosofia.

Chapital da basa: Ina natira intacta

Il turisticar versà n'ha mai pers il terren sut ils pes ed enconuscha era ils privels zuppads dal success. Perquai n'è el betg per la creschientscha a tut pretsch. «Ina vallada sin 1800 m s. m. na duess betg avair pli che 100 000 letgs, uschiglio n'essan nus cun il temp betg pli Top of the World – pervi da problems da traffic, da logistica e da riciclagli. Durant la stagiun auta essan nus gia ussa ina da las sis pli grondas citads da la Svizra. Per quest motiv sustegnain nus il project «Clean-Energy ed il viagiari ecologic».

«Ins ha ditg tschertgà l'affar svelt, ins ha vendì la vatga, empè dal latg», raquinta Hanspeter Danuser da sias experientschas. «Ma il pli grond chapital d'in directur da cura en las muntognas è la cuntrada e la natira intacta. Perquai avain nus cumbattì cunter il boom illimità d'abitaziuns secundaras e pledà per la sutaffittanza da quelas.»

Directur da cura e cussegliaier da siemis

Hanspeter Danuser è vegnì conscient d'ina chausa en il decurs dal temp: «Il marketing en il turissem è blier pli complex che quel en il sector dals bains da consum, las pretensiuns èn enormas. Ins sto pensar a moda strategica ed agir a moda tactica, ins sto vesair ils connexs ed avair il sentiment per ils mecanissem dal martgà. Ina purschida ha numnadain pir success, cura ch'ins enconuscha ella. Ed uss essan nus tar il problem da la Svizra: Nus n'essan nagins aucziunaris ed avain savens fadia da vender noss products per la valor adequata.» Quai di insatge ch'è in'otra via.

Ses parairi culminescha en la constataziun accumpagnada d'in zic malizia: «Vacanzas èn products emoziunals, e decisius davart il lieu da vacanzas èn decisius dal

magun. Pia ston las purschidas vegnir pachetadas e communitgadas uschia ch'ellas sveglian las emoziuns. Ellas ston s'orientar tenor ils medems princips che valan per products cumparegliabils da l'industria dals bains da consum, sco p. ex. cosmetica ubain uras. Il directur da cura è era in pau in cussegliaier da siemis.»

La tiba da Danuser resuna

Cumbain ch'i dat tocs da bagascha che chaschunan damain problems ch'ina tiba, prenda Danuser cun sai l'instrument massitsch dapi 25 onns sin mintga viadi da fatschenta en tut ils chantuns dal mund. «La tiba», di el, «è sco ina buna marca: unica, singulara, incunparabla. Ella è plain istorias che rendan vardavel mes messadi per vacanzas en Svizra. Quai che jau di emblidan ils blers svelt. Ma la tiba tegnan els edament, savens per vita duranta.»

Betg da smirvegliar che sia tiba è bunamain uschè enconuschenta en il mund sco il Matterhorn. En il lieu da cura nobel San Murezzan vegn ins a sa regurdar dal davos directur da cura anc onns pli tard, en mintga cas adina cura ch'ins auda ils resuns da tiba insanua en las muntognas. Ins po sa dumandar, pertge che quest instrument na porta atgnamain betg la marca Danuserhorn.

Curs da la vita e palmares

Hanspeter Danuser, il «davos directur da cura», è naschi il 1947 a Favugn. Suenter la scola chantunala a Cuira, la HSG Son Gagl, l'Universitad da Turitg e dissertaziun (Swissair) ha el lavurà tar la Nestlé (management da products) e tar CWS-International (assistent da la direziun), fin ch'el è daventà il 1978 directur da cura da San Murezzan.

Ses palmares è lung: il 1987 «Marketingpreis» da la Svizra, Societad da marketing. Il 1999 «Testa da l'onn», il 2003 «Grischun da l'onn», «Milestone Tourismuspreis Schweiz» e «Tourismuspreis». Il 2006 «Premi Herbert», il 2007 «Europapreis des EWL».

La glista dals passatemp dal lavurer nunstanclentavel è uschè giaglia sco sias ideas da marketing: Ella cumenza a moda solida ed ordinaria cun famiglia e lectura, daventa sportiva cun surfar ed ir cun aissa ed inline-skates e va a fin a moda excentrica e plitost exotica cun sunar la tiba e cultivar palmas.