



Kanton Graubünden
Chantun Grischun
Cantone dei Grigioni

Konzept graubündenHIKE

20.03.2014

Ermittlung Handlungsbedarf und Ableitung möglicher Massnahmen
zur Förderung des Wandertourismus in Graubünden

Impressum

Auftraggeber &
Herausgeber: Tiefbauamt Graubünden
Fachstelle für Langsamverkehr
Grabenstrasse 30
7001 Chur

Auftragnehmer: Arbeitsgemeinschaft Freizeitfabrik & grischconsulta
c/o Freizeitfabrik
Manessestrasse 170
8045 Zürich

Autoren: Roman Flepp, Freizeitfabrik
Roman Grossrieder, grischconsulta

Fach-Begleitung &
Unterstützung: Michael Caflisch, Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden
Andreas Schleusser, Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden
Peter Stirnimann, Fachstelle Langsamverkehr / Tiefbauamt Graubünden

März 2014

Management Summary

Die Erarbeitung des Konzepts graubündenHIKE hat zum Ziel, den Handlungsbedarf im Bereich Wandern zu eruieren und mögliche Massnahmen zur Förderung des Wandertourismus in Graubünden abzuleiten. In diesem Sinne wurde eine umfassende Situationsanalyse durchgeführt, die aus einer Markt- sowie Angebotsanalyse besteht. Vom dabei aufgedeckten Handlungsbedarf wurden Massnahmen abgeleitet. In einem Massnahmenkatalog sind die jeweiligen Zuständigkeiten, Budgets und Prioritäten abschliessend definiert und eine Empfehlung zur Umsetzung und Projektorganisation gegeben.

In diesem Management Summary sind die Kerninhalte der jeweiligen Konzeptionsschritte wiedergegeben.

A Marktanalyse

Die Marktanalyse deckt vier Bereiche ab. Die wichtigsten Fakten und Erkenntnisse sind hier zusammengefasst.

Was ist wandern? Es wurde festgestellt, dass Wandern sehr vielschichtig ist, und es verschiedenste Ausprägungen gibt, die eine Abgrenzung erforderlich machen. So kann Wandern in Wandern, Bergwandern, Alpinwandern und wanderähnlichen Aktivitäten wie Spazieren, Winterwandern, Schneeschuhwandern und Laufen (Jogging, Nordic Walking etc.) eingeteilt werden. Aktivitäten wie Skitouren und Klettern werden dabei abgegrenzt.

Wer sind die Wandernden von Heute? Die Wandernden von Heute sind keine klar einzugrenzende und damit eindeutig zu beschreibende Gruppe. Wandern tut jeder und ist bei allen Altersgruppen sehr beliebt. Traditionell und aufgrund der Bevölkerungsstruktur ist die grösste Gästegruppe Frauen und Männer im Alter zwischen 50 und 65 Jahren. Wandern wurde in den letzten Jahren auch bei einer jüngeren Zielgruppe populärer. Immer mehr junge Wandernde zwischen 25 und 35 sind auf

den Wanderwegen anzutreffen. Die wichtigsten Zielmärkte für Graubünden sind Schweiz, Deutschland, BeNeLux-Staaten und Italien. Potentielle Gästesegmente aus fernen Zielmärkten, wie die USA und Grossbritannien, und ihre Bedürfnisse sind weniger bekannt als diejenigen aus nahen Zielmärkten. Die Bedürfnisse und das Wanderverhalten unterscheiden sich je nach Herkunftsland und sollten bei der Angebotsgestaltung berücksichtigt werden.

Wirtschaftliche Bedeutung des Wanderns: Wandern ist die beliebteste Sommeraktivität. Zwei Drittel aller Schweizerinnen und Schweizer wandern und rund ein Viertel aller Sommergäste kommen explizit wegen dem Wandern nach Graubünden. Im Kanton Graubünden wird mit dem Wandern ein direkter Umsatz von rund 174 Mio. Franken und eine Bruttowertschöpfung von 113 Mio. Franken generiert. Wandern hat daher eine hohe wirtschaftliche Bedeutung für den Kanton Graubünden. Die Wertschöpfung pro Kopf und Wandertag beläuft sich auf rund 43 Franken.

Trends und touristisch relevante Erkenntnisse: Es gibt einige gesellschaftliche und technologische Trends, die für die Entwicklung von zukunftsgerichteten Konzepten im Tourismus zu berücksichtigen sind. Folgende Themen wurden im Rahmen der Marktanalyse angeschnitten: Der Sommer wird an touristischer Bedeutung weiter zunehmen; Die Gesellschaft wird immer älter; Zweitwohnungsbesitzer bilden die wichtigste Gästegruppe im Tourismus; Die technologische Revolution geht weiter (Augmented Reality); Die Aufenthaltsdauer sinkt – Tagestourismus und Kurzaufenthalte im Trend; Das Nachhaltigkeitsbewusstsein steigt; Sanfter Tourismus wird immer beliebter; Wandern bleibt die wichtigste Aktivität, vor Mountainbike/Fahrrad; Andauernde Stärke des Schweizer Fränkens; Marktentwicklung Handel – Stagnation auf hohem Niveau.

B Angebotsanalyse

Um das Wanderangebot im Kanton Graubünden zu untersuchen, wurde ein Angebotsspider auf der Vorlage des Modells graubündenBIKE eingesetzt. Der Angebotsspider umfasst dabei die Bereiche Wegnetz und Infrastruktur, Transport, Beherbergung und Gaststätten, Angebot und Services, Lokale Wanderkultur, Events sowie Organisation und Vernetzung. Für die Untersuchung dieser Bereiche wurden Sekundärdaten gesammelt und analysiert, Interviews mit rund 20 Experten im Wanderwegereich sowie zwei regionale Workshops zur Bedarfsaufnahme und ein Expertenworkshop zur Reflexion und Ableitung der Strategien durchgeführt. Zudem ist die Expertise der Auftraggeber und -nehmer in die Arbeiten eingeflossen.

Einschätzung IST-Situation und Handlungsbedarf: Die Angebotsanalyse hat aufgezeigt, dass grosser Handlungsbedarf vor allem in den Bereichen Wegnetz & Infrastruktur, Angebote & Services sowie Organisation und Vernetzung bestehen. Jedoch liegen auch in den anderen Bereichen Entwicklungspotentiale vor. Insgesamt haben 45 Personen einen Fragebogen zur Erfassung der IST-Situation und Handlungsbedarf ausgefüllt: Arbeitsgruppe (5), Experten (9), Teilnehmer/-innen regionale workshops (31).

C Ableitung der Massnahmen

Im Rahmen der Angebotsanalyse wurden rund 40 Themenfelder eingegrenzt, reflektiert und daraus Fazite abgeleitet. Diese Fazite bildeten die Basis für die Erarbeitung der Massnahmen. 38 Massnahmen wurde bestimmt und in einen Massnahmenkatalog überführt, in dem die jeweiligen Zuständigkeiten, Dauer und Zeitpunkt der Umsetzung sowie eine Einschätzung der zu erwartenden Kosten ersichtlich sind. Die entwickelten Massnahmen reichen von „Überprüfung des kantonalen Wanderwegnetzes (...)“, „Neuauslegung Unterhalts- und Qualitätsmanagement-Prozesse“, „Standard-Attribute zur Beschreibung von Wandertouren erarbeiten (...)“ bis

hin zu „Aufbau / Akquisition von Wander-Events von grosser Bedeutung“ oder „(Weiter)Entwicklung destinationsübergreifender Wanderangebote“.

D Massnahmenplan

Für die Umsetzung der vorgeschlagenen 33 Massnahmen wird ein Budget von 1.6 Mio. Franken veranschlagt. Es wird von einer Projektdauer von vier Jahren (2015-2018) und einem frühesten Beginn der Umsetzung im Frühling 2015 ausgegangen. Für die Begleitung und Koordination der Massnahmenumsetzung wird eine externe Projektleitung empfohlen.

Die einzelnen Massnahmen wurden einer Nutzwertanalyse unterzogen und bezüglich ihrer Wertigkeit in drei Kategorien eingestuft (Priorität Etappierung). Zusammenfassend kann folgendes Bild gezeichnet werden.

Priorität Etappierung	Budget	Anzahl
Massnahmen 1. Priorität	455'000	11
Massnahmen 2. Priorität	444'000	15
Massnahmen 3. Priorität	265'000	12
Zwischentotal	1'164'000	38
Unvorhergesehenes 15%	166'000	
Total Massnahmen inkl. MwSt.	1'330'000	
Externe Projektleitung 20%	270'000	
Gesamtkosten inkl. MwSt.	1'600'000	

E Ausblick

Das Konzept graubündenHIKE zeigt auf, wo Handlungsbedarf besteht und mit welchen Massnahmen der Wandertourismus in Graubünden gezielt gefördert werden kann. Die Arbeitsgruppe ist davon überzeugt, ein ganzheitliches Bild gezeichnet und einen zielführenden und erfolgsversprechenden Massnahmenkatalog erarbeitet zu haben.