



Michael Caflisch  
Tourismusentwicklung  
Ringstrasse 10, CH-7000 Chur  
Tel. +41 81 257 23 73  
michael.caflisch@awt.gr.ch  
www.awt.gr.ch

## Tourismusprogramm Graubünden 2014–2023

Stand: 20. Dezember 2021

### Projekt-Beiträge (Geförderte Projekte Dritter <sup>1</sup>)

*Projekttitel / Kurzbeschreibung / Projektträger*

#### **Herbert.Bike**

Herbert.Bike (Arbeitstitel «Flow Country Graubünden») ist ein Angebotsnetzwerk für den Mountain-bike-Tourismus in Graubünden, in dem aktive Leistungsträger unterstützt und wo nötig neue Angebote entwickelt werden. Herbert.Bike soll zur wichtigsten Informations- und Buchungsplattform für Mountainbiken in Graubünden werden.

Swiss Sports Publishing GmbH, Davos, Thomas Giger, [www.Herbert.Bike](http://www.Herbert.Bike)

Förderbeitrag: CHF 430'000 (Zeitraum: 2015–2019)

#### **Aufbau eines Reiseveranstalters für Graubünden**

Die MANU Touristik GmbH wurde im Juli 2014 gegründet («MANU» steht für «Mehr als nur Urlaub»). Der Firmensitz ist Filisur, die Geschäftsräume befinden sich in Chur. Zweck des Unternehmens ist es, die zahlungskräftige Zielgruppe der Senioren aus nahen Auslandsmärkten nördlich der Alpen mit attraktiven Wochenpauschalen inkl. komfortabler Anreiseorganisation mit Bus, Bahn, Flug und Transfer zur Unterkunft (3- oder 4-Sterne Hotel, Ferienwohnungen mit Rezeptionsservice) nach Graubünden zu bringen. Das Geschäftsmodell mit einem preislich attraktiven Angebot basiert auf Auslastung und Full-Service, das über Taktung erzielt werden kann.

MANU Touristik GmbH, Filisur/Chur, Ekkehard Beller, [www.manu-touristik.com](http://www.manu-touristik.com)

Förderbeitrag: CHF 800'000 (Zeitraum: 2015–2023)

#### **China Inbound Service**

Die beiden Destinationsmanagement-Organisationen (DMO) Davos Klosters und Engadin St. Moritz möchten zusammen mit der HTW Chur eine effiziente Organisationsform finden, um die komplexe und stark individualisierte Angebotsbündelung für Gäste aus Übersee abzuwickeln. Die beiden DMO sehen ein steigendes Wertschöpfungspotential in diesen Märkten, gleichzeitig stellen sie auch fest, dass die Abwicklung des Angebotsbündels noch zu wenig strukturiert ist. Die Idee besteht darin, einen «Concierge-Service» für chinesische Gäste aufzubauen. Die Erkenntnisse werden zur Ausweitung des Projekts auf weitere Bündner Destinationen und Zielmärkte genutzt.

Destination Davos Klosters, Roger Manser, [www.davos.ch](http://www.davos.ch)

Destination Engadin St. Moritz, Ariane Ehrat, [www.engadin.stmoritz.ch](http://www.engadin.stmoritz.ch)

Förderbeitrag: CHF 70'000 (Zeitraum: 2015–2016)

<sup>1</sup> Die geförderten Projekte sind auch online abrufbar → [www.innovationGR.ch/projekte](http://www.innovationGR.ch/projekte)

## Effektivere Marktbearbeitung im Bündner Tourismus

Im Wissen, dass in der Tourismusvermarktung eine hohe Dichte an Schnittstellen zwischen verschiedenen Organisationen bestehen, hat hotelleriesuisse Graubünden Anfang 2015 ein Projekt initiiert, um Verbesserungspotenziale gemeinsam mit den wichtigsten Akteuren zu identifizieren und schrittweise realisieren.

In einer ersten Phase wurde eine Auslegeordnung mit der Erkenntnis erarbeiten, in neuen Märkten verstärkt in Dossiers zu denken und diese mit einer Hotel-Koalition mit verkaufsnahen Marktbearbeitungsansätzen anzugehen. In einer zweiten Phase wurde eine detaillierte Marktanalyse der neuen, durch die Hotel-Koalition zu bearbeitenden Märkte durchgeführt. Nach einer Potenzialabschätzung soll der Markt Golfstaaten als Pilot angegangen werden und der kooperative Marktbearbeitungsansatz erprobt werden.

Dazu werden weitere Abklärungen für ein Marktentwicklungskonzept und den Marktaufbau getroffen. Dieser soll durch eine «Allianz Golfstaaten», bestehend aus strukturstarken Hotels aus der Koalition, Graubünden Ferien (GRF) sowie die sich beteiligenden Tourismusorganisationen erfolgen.

hotelleriesuisse Graubünden, Ernst Wyrsch, [www.hsgr.ch](http://www.hsgr.ch)

Förderbeitrag: CHF 190'000 (Zeitraum: 2015–2018)

---

## Markenprozess Arosa Lenzerheide

Die physisch verbundenen Destinationen Arosa und Lenzerheide führen eine Profilanalyse durch und erarbeiten anschliessend ein gemeinsames Leistungsprofil, das als Grundlage für die zukünftige Vermarktung und Produktgestaltung dient.

Lenzerheide Marketing und Support AG, Bruno Fläcklin, [www.lenzerheide.com](http://www.lenzerheide.com)

Förderbeitrag: CHF 50'000 (Zeitraum: 2015–2016)

---

## Leben in Graubünden

Das Pilotprojekt «Leben in Graubünden» ist eine Sensibilisierungskampagne von GastroGraubünden, GastroSuisse, hotelleriesuisse und hotelleriesuisse Graubünden. Primarschüler der 5. und 6. Klasse werden eingeladen, einen Tag lang den Schulunterricht in einem Hotel abzuhalten, wo sie die einzelnen Berufe kennen lernen können. Gleichzeitig wird den Schülerinnen und Schülern auch die wirtschaftliche Bedeutung dieses Berufszweigs für die Region vermittelt. Ziel ist, die Kinder und Jugendlichen möglichst früh für den Tourismus zu sensibilisieren und für den Beruf zu begeistern. Das Nachfolgeprojekt «Leben in Graubünden – Unterricht im Hotel» knüpft an das Pilotprojekt an.

hotelleriesuisse Graubünden, Jürg Domenig, [www.hsgr.ch](http://www.hsgr.ch)

Förderbeitrag: CHF 30'000 (Zeitraum: 2015–2018) / CHF 45'000 (Zeitraum: 2019–2021)

---

## Graubünden – the smart region

Dank der fortschreitenden Digitalisierung im Tourismus soll dem Gast eine Verschmelzung von realem und virtuellem Erlebnis geboten werden. Seit 2013 ist es mit «Nearables» (iBeacon - Technologie von Apple) möglich, Personen ortsabhängige Informationen auf mobilen Geräten zur Verfügung zu stellen. Das Projekt «Graubünden – the smart region» verfolgt den Aufbau, die Vermarktung und den Betrieb einer Informations-Technologie für die ganze Region Graubünden. Der Gast (und Einheimische) soll relevante Informationen verschiedener Anbieter (z.B. Hotels, Museen, Bergbahnen, Städte/Destinationen, Handel, Gewerbe) auf dem Smartphone erhalten aber auch elektronische Dienstleistungen sehr bequem in Anspruch nehmen können.

Mountain Projects, Marcin Zielinski, [www.mountain-projects.com](http://www.mountain-projects.com)

Förderbeitrag: CHF 50'000 (Zeitraum: 2015–2016)

---

### **Mitarbeiter-Sharing im Saisontourismus**

Renommierte Hotel- und Gastronomiebetriebe aus Graubünden und dem Tessin spannen zusammen und bieten saisonalen Fachkräften eine ganzjährige Perspektive, um diese längerfristig an ihr Unternehmen zu binden. So teilen sich Betriebe mit unterschiedlichen Spitzen im Sommer und Winter die Mitarbeitenden. Das Arbeitsmodell «Mitarbeiter-Sharing» bedeutet eine mehrfache Win-win-Situation: erstens für die Mitarbeitenden, die eine spannende berufliche Perspektive bekommen. Zweitens für die teilnehmenden Saisonbetriebe, die die Qualität ihrer Dienstleistung steigern, die Fluktuationskosten senken und die Mitarbeiterzufriedenheit erhöhen können. Drittens für die Kantone, die die Rahmenbedingungen für den Tourismus verbessern und dabei auch noch Arbeitslosengelder sparen können. Und viertens die Gäste, die von langjährigen, motivierten Mitarbeitenden bedient werden.

Verein Mitarbeiter-Sharing, vertreten durch die HTW Chur, Brigitte Küng, [www.htwchur.ch/mitarbeitersharing](http://www.htwchur.ch/mitarbeitersharing)

Förderbeitrag: CHF 532'000 (Zeitraum: 2016–2018)

---

### **Bündner Destinationen in 3D – Emotional und hochklassig erlebbare Welten**

Die beiden Destinationsmanagement-Organisationen (DMO) Davos Klosters und Engadin St. Moritz investieren gemeinsam in die 3D-Technologie. Fotorealistische 3D-Karten sind im Vergleich zu topographischen Karten intuitiv und leicht verständlich. Sie bieten dem Nutzer ein emotionales Erlebnis, das Lust auf Ferien in der betreffenden Region macht. Das Projekt ist so angelegt, dass sich später weitere Destinationen beteiligen können und damit von den Anfangsinvestitionen der beiden Pilot-Destinationen Engadin St. Moritz und Davos Klosters profitieren können. Dies betrifft insbesondere die Umsetzungserfahrung und Kommunikation, was zu Kostenersparnissen führt.

Destination Davos Klosters, Reto Branschi, [www.davos.ch](http://www.davos.ch)

Destination Engadin St. Moritz, Stefan Sieber, [www.engadin.stmoritz.ch](http://www.engadin.stmoritz.ch)

Förderbeitrag: CHF 110'000 (Zeitraum: 2016–2017)

---

### **Landwasserviadukt Wahrzeichen Graubündens (Vorprojekt)**

Mit dem Landwasserviadukt, das Teil des UNESCO Welterbes RhB ist, verfügt die RhB über eines der bedeutendsten und pionierhaftesten touristischen Kulturdenkmäler Graubündens. In einem Vorprojekt möchte die RhB zusammen mit der Region Albula und weiteren Projektpartnern ein Konzept erstellen mit dem Ziel, den Landwasserviadukt als neuen Attraktionspunkt und als Wahrzeichen für Graubünden zu positionieren. Es werden Grundlagen für die Inszenierung, Markt- und Angebotsentwicklung, Finanzierung, Planung und Betrieb erarbeitet. Der Landwasserviadukt soll als neue Attraktion Graubündens dazu beitragen, mehr Gäste für Graubünden zu generieren.

Rhätische Bahn AG, Piotr Caviezel, [www.rhb.ch](http://www.rhb.ch)

Förderbeitrag: CHF 120'000 (Zeitraum: 2016–2018)

---

### **Faszination Graubünden**

Mit dem Projekt «Faszination Graubünden» strebt die Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden (ITG) die Stärkung des öffentlichen Bewusstseins zur Bedeutung des Tourismus an. Der Fokus bei der Umsetzung liegt auf dem Teilprojekt «Mehrwert für BündnerInnen», mit welchem Einheimische als Kunden angesprochen werden. Über ein webbasiertes Portal sollen exklusive und spezifische Leistungen mit Mehrwert für Bündnerinnen und Bündner angeboten werden. Die ITG verspricht sich durch das Projekt eine höhere emotionale Bindung der einheimischen Bevölkerung mit dem Tourismus. Der Start des Portals ist auf die Wintersaison 2017/2018 geplant.

Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden ITG, Yvonne Brigger-Vogel, [www.itgr.ch](http://www.itgr.ch)

Förderbeitrag: CHF 990'000 (Zeitraum: 2017–2021)

---

## Klosters 2018

Mit dem Projekt «Klosters 2018» sollen die Tourismusstrukturen und die touristische Weiterentwicklung von Klosters systematisch überprüft werden. Als Ergebnis soll ein neues Lösungsmodell für Klosters entwickelt werden, dessen Umsetzung durch die relevanten Partner und Anspruchsgruppen mitgetragen wird. Die zentralen inhaltlichen Themen sind: Positionierung, Strategie, Organisationsmodell, Führung und Finanzierung, Leistungsvereinbarung mit der Davos Destinations-Organisation (DDO), Rolle und Zusammenarbeit im Thema «Bergsport Prättigau». Die Projektergebnisse mit möglichen Entwicklungsrichtungen sollen bis Ende 2017 vorliegen.

Klosters Tourismus, Christian Erpenbeck, [www.klosters.ch](http://www.klosters.ch)

Förderbeitrag: CHF 37'800 (Zeitraum: 2017)

---

## RBT-Hotelportal

Das RBT-Hotelportal ist die Implementierung eines modernen Benchmarking- und Forecast-portal für die Hotellerie. Es werden nicht nur zeitnahe Daten aus den Logiernächten erhoben, sondern auch ein Trendbarometer zum Buchungsstand, die erzielten Durchschnittsraten durch die Logiernächte und weitere Kennzahlen generiert. Mit der täglichen Erfassung von nur sechs Werten durch die Hotelbetriebe, können die Analysemöglichkeiten grundlegend verbessert werden. Das System konnte bei 38 Pilotbetrieben erfolgreich eingeführt und getestet werden. Nun sollen weitere Hotelbetriebe im ganzen Kanton Graubünden folgen um Destinationsübergreifende Benchmark-Sets möglich zu machen.

RBT AG, St. Moritz, Daniel Barmettler, [www.rbtag.ch](http://www.rbtag.ch) / [www.portal.rbtag.ch](http://www.portal.rbtag.ch)

Förderbeitrag: CHF 210'000 (Zeitraum: 2017–2021)

---

## E-Mountainbike Graubünden

Die Entwicklung im Bereich der E-Mountainbike (E-MTB) ist rasant. Und diesen Trend gilt es für Graubünden aus touristischer Sicht zu nutzen. Graubünden ist als Mountainbike-Destination im Alpenraum führend und hat beste Voraussetzungen eine Vorreiterrolle im E-MTB-Tourismus zu übernehmen. Mit einem koordinierten Vorgehen und zusammen mit Destinationen, Bike-Guides, Leistungsträgern und weiteren Partnern werden Grundlagen geschaffen, die Angebotsgestaltung vorangetrieben und das E-MTB-Potenzial für Graubünden genutzt.

Tiefbauamt Graubünden (Fachstelle Langsamverkehr), Peter Stirnimann, [www.tba.gr.ch](http://www.tba.gr.ch) / ([Fachstelle Langsamverkehr](#))

Förderbeitrag: CHF 347'000 (Zeitraum: 2017–2019)

---

## Digitale Gästeplattform Graubünden als Ecosystem

Die «digitale Gästeplattform Graubünden» ist eine Prozess-Innovation und bildet das technologische Fundament für digitale Dienstleistungen von Destinationen und Leistungsträgern. Sie umfasst als Systemarchitektur (Unterbau) in ihrer Grundleistung eine einfachere Gastidentifikation (Identity), besseren und digitalisierten Gästeservice (Proximity), ein Gästebindungs-System (Loyalty) sowie die Analyse und Steuerung der Angebote durch gesammelte Daten (Data Sharing, Big Data). In einem ersten Schritt wird die Machbarkeit einer Harmonisierung im Hinblick auf eine digitale Plattform in Graubünden geprüft.

Das Projekt wurde im Juni 2018 vorzeitig beendet, da neue Erkenntnisse zu ähnlich gelagerten Projekten vorliegen.

Graubünden Ferien, Mik Häfliger, [www.graubuenden.ch](http://www.graubuenden.ch)

Förderbeitrag: CHF 100'000 (Zeitraum: 2017–2018)

---

## Graubünden Gravel&Road

Graubünden ist nicht nur ein Singletrail-Paradies für Mountainbiker, sondern bietet auch ein attraktives Wegenetz für Rennrad und Gravel-Bike. Langfristiges Ziel ist es, Graubünden als DIE Bike-Region Europas zu positionieren. Mit dem Pilotprojekt entwickelt Graubünden Ferien (GRF) zusammen mit den Partnerdestinationen Surselva, Disentis Sedrun und Viamala zwei Gravel- und eine Road-Route rund um den Vorder- und Hinterrhein. Zu den Routen werden buchbare Angebote mit Übernachtung, Essen und Gepäcktransport ausgearbeitet. Diese werden auf den Webseiten von GRF und den Destinationen platziert und mit verschiedenen Massnahmen kommuniziert und beworben.

[www.graubuenden.ch](http://www.graubuenden.ch)

Förderbeitrag: CHF 90'000 (Zeitraum: 2018–2019)

---

## graubündenVIVA – Genuss aus den Bergen. (Realisierung 2018–2020)

Im 2016 und 2017 wurden im Auftrag des Kantons umfangreiche Vorarbeiten im Rahmen des «Tourismusprogramm Graubünden 2014–2023» geleistet. Die daraus vorliegenden Grundlagen zeigen auf, wie Wirtschaftspartner, Verbände und Organisationen in die breit abgestützte Umsetzung eingebunden werden können und zur Finanzierung der gemeinsamen Aktivitäten beitragen.

Für die Realisierung 2018–2020 hat die Bündner Regierung finanzielle Beiträge im Rahmen der Neuen Regionalpolitik (NRP) gesprochen ([Regierungsmitteilung vom 19.04.2018](#)).

Der Verein graubündenVIVA will den Kanton Graubünden in enger Zusammenarbeit mit Produzenten, landwirtschaftlichen und touristischen Organisationen sowie Verbänden und Wirtschaftspartnern zur Hochburg der alpinen Genusskultur machen.

Das mehrjährige Programm wird ab Mai 2018 mit verschiedenen «Ouvertüren-Formaten» in Graubünden und ausserhalb des Kantons lanciert und macht graubündenVIVA so erlebbar. Von Mai 2019 bis Oktober 2020 gelangt mit dem Höhepunkt des mehrjährigen Programmes, dem «Fest der Sinne», eine 18-monatige genuss- und erlebnisorientierte Gesamtschau mit einem vielfältigen Veranstaltungsprogramm zur Umsetzung.

Die Aktivitäten von graubündenVIVA sind nicht nur auf Gäste ausgerichtet, sondern helfen auch mit, das Bewusstsein von Einheimischen für die Bedeutung von regionalen Produkten und touristischen Potenzialen zu stärken. Die Zusammenarbeit von Landwirtschaft und Tourismus respektive von Produzenten und Veredlern mit der Hotellerie, der Gastronomie und mit Veranstaltern soll intensiviert werden. Dies soll zur Erhöhung von Umsätzen und zur Steigerung der Wertschöpfung führen.

Verein graubündenVIVA, Walter Anderau, Präsident, [www.graubuendenviva.ch](http://www.graubuendenviva.ch)

NRP-Förderbeitrag «Ouvertüre 2018»: CHF 655'000

NRP-Förderbeitrag «Fest der Sinne 2019/2020»: CHF 4'077'000

---

## «Engadin Arena» (Implementierungsphase)

Das Engadin soll als ganzjährige Freiluft-Ausdauersportarena mit polysportivem Charakter für den Breitensport inszeniert werden. Zielpublikum sind Ausdauersportler, welche sich gesund bewegen wollen und für den Breitensport Zeit investieren. Das Projekt entwickelt die bereits bestehenden Infrastrukturen für eine ganzjährige Verfügbarkeit in der Region Maloja weiter. Nebst der Durchgängigkeit von Maloja bis S-chanf werden auf der gesamten Strecke zentrale Knotenpunkte, sogenannte HUBs, geschaffen. Diese sind Ausgangs- und Treffpunkte der verschiedenen Sportarten und tragen zum sportlichen wie auch sozialen Austausch bei. Vorerst werden mit einer externen Projektleitung im Zeitraum 2018 bis 2019 die Grundlagen für eine Inszenierung erarbeitet.

Region Maloja, Martin Aebli, [www.regio-maloja.ch](http://www.regio-maloja.ch)

Förderbeitrag: CHF 160'000 (Zeitraum: 2018-2019)

---

### «Standortentwicklung Mittelbünden (Kooperationsmodell)»

Touristische Aufgaben müssen vermehrt regional gelöst werden. Die drei Gemeinden Surses, Albula/Alvra und Bergün Filisur lancieren einen Prozess, um die Potenziale der regionalen Kooperation in Bezug auf die Tourismus- und Standortentwicklung auszuloten und zu konkretisieren. Es sollen organisatorische Kooperationsmodelle geprüft werden, um Synergien zu nutzen und strategische Potenziale auszuschöpfen. In der Region Albula sind heute mit der Tourismus Savognin Bivio Albula AG (TSBA AG), Bergün Filisur Tourismus (BFT) und dem Parc Ela drei Tourismus- und Standortorganisationen tätig. Diese drei Organisationen sollen auf operativer und institutioneller Ebene eine intensivere Kooperation in Form einer Regionalen Standortorganisation (RSO) suchen.

Der Prozess soll intern begleitet und verankert sowie mit anderen regionalen Projekten in Mittelbünden verknüpft werden. Ziel ist die Erarbeitung einer Umsetzungsagenda für das neue Kooperationsmodell und den Entscheid zur Realisierung.

Gemeinde Surses, [www.surses.ch](http://www.surses.ch)

Förderbeitrag: CHF 42'000 (Zeitraum: 2019)

---

### «Neues Kooperationsmodell Mittelbünden»

Touristische Aufgaben müssen vermehrt regional gelöst werden. Die drei Gemeinden Surses, Albula/Alvra und Bergün Filisur lancieren einen Prozess, um die Potenziale der regionalen Kooperation in Bezug auf die Tourismus- und Standortentwicklung auszuloten und zu konkretisieren. Es sollen organisatorische Kooperationsmodelle geprüft werden, um Synergien zu nutzen und strategische Potenziale auszuschöpfen. In der Region Albula sind heute mit der Tourismus Savognin Bivio Albula AG (TSBA AG), Bergün Filisur Tourismus (BFT) und dem Parc Ela drei Tourismus- und Standortorganisationen tätig. Diese drei Organisationen sollen auf operativer und institutioneller Ebene eine intensivere Kooperation in Form einer Regionalen Standortorganisation (RSO) suchen.

Die Erarbeitung einer Entscheidungsgrundlage soll extern begleitet werden. Ziel ist es, eine gemeinsame Destinationsstrategie mit Vision, strategischen Geschäfts- und Entwicklungsfeldern für die kommenden Jahre zu definieren. Mit einer Analyse der wichtigsten Prozesse der bisherigen Organisationen (TSBA AG, BFT und Parc Ela) sollen Optimierungspotenziale im Rahmen einer engeren Zusammenarbeit aufgezeigt werden. Ebenso werden Lösungen für mögliche Organisationsstrukturen auf operativer und institutioneller Ebene evaluiert.

Tourismus Savognin Bivio Albula AG, [www.savognin.ch](http://www.savognin.ch)

Förderbeitrag: CHF 30'000 (Zeitraum: 2019)

---

### «Hospitality Pop-up-Academy – Pilotdestination Engadin St. Moritz»

Graubünden Ferien möchte mit dem Projekt «Hospitality Pop-up-Academy – Pilotdestination Engadin St. Moritz» den Know-how-Transfer im Bereich Digital Marketing und Revenue Management für die Bündner Beherbergungswirtschaft intensivieren. Dabei lehnen sich Destination und Region an die etablierte Branchenexpertise von Swiss Hospitality Solutions (SHS) an. Die Engadin St. Moritz Tourismus AG ist Projektpartner und Pilotdestination. Die Erkenntnisse aus diesem Pilot sollen dabei helfen, die Aktivität in Zukunft auf weitere Destinationen zu adaptieren.

Zusammen mit der SHS Academy als externer Partner werden für die Beherbergungsbetriebe (Hotels und Ferienwohnungen) Digital- und Revenue-Checks durchgeführt, inklusive der Beratung durch Spezialisten und dem Aufzeigen von möglichen Optimierungen. Mit einem zusätzlichen «DMO-Modul» soll den Mitarbeitenden der Destinationsorganisation sowie Front-Office-Mitarbeitenden Basis-Wissen im Bereich Digital Marketing und Online-Vertrieb vermittelt werden. Für die Destination wird ein Status Quo-Bericht erstellt.

In einem zweiten Schritt wird eine praxisorientierte Workshop-Reihe in der Destination durchgeführt, an der Mitarbeitende von Beherbergungsbetrieben teilnehmen. Sie erhalten eine mehrtägige Schulung zu den Themen Revenue Management und Digital Marketing, welche sie befähigen soll, digitale Verkaufsstrategien aufzubauen und diese in der Praxis umzusetzen.

Graubünden Ferien, Flavio Godenzi, [www.graubuenden.ch/sharedservices](http://www.graubuenden.ch/sharedservices)

Förderbeitrag: CHF 75'000.- (Zeitraum 2019-2020)

---

### «Barrierefreier Tourismus – Zugang in der Destination Davos Klosters»

Mobilitätseingeschränkte Gäste sowie ältere Menschen und Familien mit Kinderwagen haben spezifische Bedürfnisse an die touristische Servicekette. Sie möchten sich über barrierefreie Infrastrukturen und Angebote informieren, ohne Hindernisse anreisen und vor Ort ein vernetztes, barrierefreies Angebot vorfinden.

Ein Ziel des Projekts ist, die ganze Servicekette auf diese Bedürfnisse zu analysieren und bereits bestehende Infrastrukturen sowie Basisangebote einheitlich auf einer Datenbank zu erfassen. Diese Daten sollen der Destination und den Leistungsträgern zur Angebotsgestaltung sowie den Gästen zur Information verfügbar gemacht werden. Neben den bestehenden Basisangeboten, welche zum Teil mit wenig Aufwand oder durch Anschaffung von Hilfsmitteln als barrierefreie Angebote vermarktet werden können, sollen auch neue Angebote entwickelt werden.

Um die Servicequalität der Leistungen für mobilitätseingeschränkte Personen zu steigern, sollen flankierend kostenfreie Schulungen für das Personal von touristischen Leistungsträgern angeboten werden. Der gesamte Prozess wird zudem in einem Handbuch mit Handlungsleitlinien für weitere, interessierte Destinationen aufgearbeitet.

Projekträger ist die IG Davos Klosters Access Unlimited unter dem Patronat von Pro Infirmis, den Gemeinden Davos und Klosters sowie der Destination Davos Klosters. Die Projektleitung ist bei der Destination Davos Klosters angesiedelt.

IG Davos Klosters Access Unlimited,  
c/o Destination Davos Klosters, Lea-Matea Batt, [www.davos.ch](http://www.davos.ch) / [www.klosters.ch](http://www.klosters.ch)

Förderbeitrag: CHF 92'000.- (Zeitraum 2019-2020)

---

### «Produktmanagement Rhein»

Mit dem «Kooperationsprojekt Rhein» wurde 2017 bis 2019 eine Strategie entwickelt, eine Organisationsstruktur aufgebaut und ein Umsetzungsplan mit externer Unterstützung erarbeitet. Erste Projektmodule wie Angebotsentwicklung, Kommunikations- und Vermarktungsplattformen sowie Infrastrukturplanung sind in Umsetzung.

Als Folgeprojekt wird eine 80 %-Stelle «Produktmanagement Rhein» geschaffen. Dies mit dem Ziel, in einer dreijährigen Pilotphase die Arbeitsmodule Angebotsentwicklung Rhein, überregionale Kooperation, Sensibilisierung Leistungsträger und Partner, Inszenierung sowie Kommunikation und Vermarktung zu konkretisieren und umzusetzen. Ab Januar 2023 soll das Produktmanagement Rhein, als unabhängige und von den Projektpartnern finanzierte Stelle, Graubünden gezielt als «Quelle des Rheins» positionieren und touristisch vermarkten.

Projekträger ist die Geschäftsstelle des regionalen Naturpark Beverin im Namen der Interessengemeinschaft Erlebnis Rhein, bestehend aus folgenden Organisationen: Chur Tourismus, Disentis Sedrun Tourismus, Flims Laax Falera Management AG, Safiental Tourismus, Surselva Tourismus AG, Viamala Tourismus sowie die Gemeinden Medel/Lucmagn und Sumvitg, die Region Surselva und die Region Viamala. Als Kooperationspartner sind beteiligt: Graubünden Ferien, PostAuto und die Rhätische Bahn. Organisatorisch wird die Produktmanagement-Stelle beim Regionalen Naturpark Beverin mit Arbeitsort Versam angesiedelt.

Geschäftsstelle Naturpark Beverin, Ramona Liebeton, [www.naturpark-beverin.ch](http://www.naturpark-beverin.ch)

Förderbeitrag: CHF 282'000 (Zeitraum: Januar 2020 bis Dezember 2022)

---

### «graubündenTRAILRUN»

Graubünden soll die Potenziale des Trailrunning-Sports ausschöpfen und sich als Trailrunning-Region positionieren. Mit verschiedenen Massnahmen soll in den Jahren 2020 bis 2023 zusammen mit interessierten Partnern in Graubünden ein attraktives Angebot aufgebaut werden.

Aufgrund der positiven Erfahrungen der Entwicklungs- und Koordinationsprojekte «graubündenBIKE», «E-MTB Graubünden» und «graubündenHIKE» sollen nun gezielt auch die Rahmenbedingungen für den Bereich Trailrunning in Graubünden verbessert werden. In den letzten Jahren ist die Sportart (Bewegungsform) Trailrunning stark gewachsen und kann mittlerweile als Breitensportart bezeichnet werden. Um das touristische Potenzial dieses Angebots besser zu koordinieren und auszuschöpfen, muss es erweitert und gezielt ausgebaut werden.

Der Fokus liegt auf der Erarbeitung von Grundlagen und Umsetzungskonzepten, die es den beteiligten Partnern ermöglicht, den Trailrunning-Tourismus effizient zu bearbeiten. Durch die Nutzung von Synergien und Fachwissen sowie durch gezielte Koordination zwischen Partnern und Leistungsträgern soll eine Entwicklungsdynamik ausgelöst werden.

Dem Projekt «graubündenTRAILRUN» kommt im Zusammenhang mit der Entwicklung einer hohen Trailrunning-Kompetenz in Graubünden strategische Bedeutung zu. Das Marktpotenzial von Trailrunning wird von Fachleuten und Destinationen als gross bezeichnet. Mit der Entwicklung von neuen Frühlings-, Sommer- und Herbst-Angeboten trägt das Projekt zur Verbesserung der Wettbewerbsposition und Erhöhung der Wertschöpfung im Kanton Graubünden bei.

Das mehrjährige Entwicklungs- und Koordinationsprojekt «graubündenTRAILRUN» wird von der Firma Zenit run GmbH, Wergenstein, geleitet (Projektleitung). Die Umsetzung erfolgt zusammen mit Destinationen, Leistungsträgern und weiteren Partnern. Der Kanton Graubünden begleitet das Projekt mit Vertretern der Fachstelle Langsamverkehr (Tiefbauamt Graubünden) und des Amtes für Wirtschaft und Tourismus eng.

Zenit run GmbH, Thomas Häusermann, [www.zenit.run](http://www.zenit.run) / [www.graubuendentrailrun.ch](http://www.graubuendentrailrun.ch)

Förderbeitrag: CHF 1'500'000.- (Zeitraum 2020-2023)

---



### «Hospitality Pop-up-Academy – Umsetzung Graubünden»

Nach dem erfolgreichen Pilotprojekt in der Destination Engadin St. Moritz möchte Graubünden Ferien mit dem Projekt «Hospitality Pop-up-Academy – Umsetzung Graubünden» den Know-how-Transfer im Bereich Digital Marketing und Revenue Management für die Bündner Beherbergungswirtschaft weiter intensivieren. Dabei lehnen sich Destination und Region an die etablierte Branchenexpertise von Swiss Hospitality Solutions (SHS) an. Arosa Tourismus, die Destination Davos Klosters, die Flims Laax Falera Management AG sowie die Lenzerheide Marketing und Support AG sind Projektpartner. Ab dem Jahr 2021 wird das Angebot durch Graubünden Ferien eigenständig weitergeführt.

Zusammen mit der SHS Academy als externer Partner werden für Hotelbetriebe Digital- und Revenue-Checks durchgeführt, inklusive der Beratung durch Spezialisten und dem Aufzeigen von möglichen Optimierungen.

In einem zweiten Schritt werden praxisorientierte Workshops in den Destinationen durchgeführt, an welchen neben Mitarbeitende von Hotelbetrieben auch solche von Ferienwohnungsbetrieben teilnehmen. Sie erhalten eine mehrtägige Schulung zu den Themen Revenue Management und Digital Marketing, welche sie befähigen soll, digitale Verkaufsstrategien aufzubauen und diese in der Praxis umzusetzen.

Graubünden Ferien, Kerstin Sigron, [www.graubuenden.ch/sharedservices](http://www.graubuenden.ch/sharedservices)

Förderbeitrag: CHF 100'000.- (Zeitraum 2020-2021)

---

### «Graubünden 360° – der digitale Reisebegleiter der Rhätischen Bahn für Graubünden»

Das Projekt «Graubünden 360° – der digitale Reisebegleiter der Rhätischen Bahn für Graubünden» baut auf einer bestehenden Vertriebsplattform auf und soll mit touristischen Angeboten und Dienstleistungen ergänzt werden. Das Ziel ist eine umfassende Digitalisierung des touristischen Angebots in und mit allen interessierten Destinationen im Kanton Graubünden.

Feriengäste und Einheimische können sich mit der Web- und Mobil-Lösung inspirieren lassen und auch direkt buchen. Es handelt sich somit um einen kantonsweiten digitalen Reisebegleiter, der einen umfassenden Überblick über die touristischen Produkte gewährt und diese destinationsübergreifend buchbar macht.

Mit einem digitalen Reisebegleiter für Graubünden soll der Gast zu längeren Aufenthalten animiert und zur Nutzung des touristischen und öV-Angebots motiviert werden, in und ausserhalb der Saison.

Rhätische Bahn AG, Michael Kistler, [www.rhb.ch](http://www.rhb.ch)

Förderbeitrag: CHF 425'000.- (Zeitraum 2020-2021)

---

### «graubündenCARD 2020»

Mit dem Projekt «graubündenCARD 2020» möchte der Branchenverband Bergbahnen Graubünden, im Rahmen einer überbetrieblichen Kooperation der Bündner Bergbahn-Unternehmen koordiniert durch Bergbahnen Graubünden, einen gezielten Impuls zur Ankurbelung des Vorverkaufs von Jahres-Abonnements setzen. Beim Kauf eines Jahres-Abonnements sollen Kunden einen Gutschein für eine oder zwei Tageskarten erhalten, der während der Wintersaison 2020/2021 bei sämtlichen Bergbahn-Unternehmen in Graubünden eingelöst werden kann. Die Zusammenarbeit zwischen den Bündner Bergbahn-Unternehmen soll mit dem Projekt «graubündenCARD 2020» verstärkt werden, was sich auf künftige Projekte und Herausforderungen positiv auswirken kann.

Flankierend zur Gutschein-Aktion sollen sogenannte «Corona-AGB» für die Mitglieder des Branchenverbands Bergbahnen Graubünden erarbeitet werden. Ziel dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) soll sein, den Gästen in der aktuell schwierig voraussehbaren Zeit Sicherheit zu vermitteln, dass sie die Ausfalltage bei einer zweiten Welle in Form einer Verrechnung mit dem Kauf eines nächsten Abonnements zurückerstattet bekommen.

Die Graubündner Kantonalbank unterstützt das Vorhaben mit einem substanziellen Beitrag im Rahmen ihres 150 Jahr-Jubiläums 2020. Auch die beteiligten Bergbahn-Unternehmen erbringen einen Projektbeitrag im Form von vergünstigten Tarifen bei den eingelösten Gutscheinen.

Bergbahnen Graubünden, Marcus Gschwend, [www.bbgr.ch](http://www.bbgr.ch)

Förderbeitrag: CHF 500'000.- (Zeitraum 2020–2021)

---

### «Alpine Circle Graubünden»

«Touring» ist ein weltweit stark wachsendes touristisches Segment. Mit seiner Erlebnisdichte kann Graubünden für dieses Segment ein spannendes Reiseziel sein. Mit dem Projekt «Alpine Circle Graubünden» möchte Graubünden Ferien zusammen mit Bündner Destinationen und weiteren Partnern alpine Rundreisen konzipieren und umsetzen. Die Rundreise führt zu vier Hauptsehenswürdigkeiten, der Rheinschlucht/Ruinaulta (Schluchterlebnis), dem Morteratsch-Gletscher von der Bergstation Diavolezza aus (Gletschererlebnis), dem Landwasserviadukt (Bahnerlebnis) und dem Schweizerischen Nationalpark (Naturerlebnis). Diese sollen mit rund zehn weiteren, attraktiven und zielgruppenspezifischen Nebenattraktionen und Aktivitäten in ganz Graubünden ergänzt werden.

Das Projekt hat Entwicklungscharakter und fokussiert dabei auf die Definition der Erlebnisse sowie die Vermarktung und Erschliessung der Sehenswürdigkeiten innerhalb des Touring-Angebotes. Zielmärkte des Angebots sind in erster Priorität die Stammmärkte Schweiz und Deutschland. Daneben werden in zweiter Priorität auch zu definierende Fernmärkte mit ins Visier genommen, um dem Touring in Graubünden den nötigen Schub zu verleihen. Im Rahmen des NRP-Projekts werden konzeptionelle Grundlagen für die künftige Vermarktung durch Graubünden Ferien und ihre Partner geschaffen.

Graubünden Ferien, Patrick Dreher, <https://www.graubuenden.ch/de/business/alpine-circle>

Förderbeitrag: CHF 754'000.- (Zeitraum 2020-2022)

---

### «Digitale Tischreservation für die Bündner Gastronomie»

Von den rund 1000 Gastronomiebetrieben in Graubünden verfügen nach Schätzung nur fünf bis zehn Prozent über eine digitale Tischreservation. Mit dem Projekt «Digitale Tischreservation für die Bündner Gastronomie» soll dieser Anteil signifikant erhöht werden.

Die digitale Tischreservation ermöglicht die Identifikation des Gastes sowie das verbesserte Management der Covid-Platzlimitierung in der Gastronomie. Der Gast erhält mehr Convenience und der Gastronom eine administrative Erleichterung. Mit dem Projekt «Digitale Tischreservation für die Bündner Gastronomie» soll den Gastronomen der erste Schritt in das digitale Gästemanagement ermöglicht werden.

GastroGraubünden, Marc Tischhauser, [www.gastrograubuenden.ch](http://www.gastrograubuenden.ch)

Förderbeitrag: CHF 294'000.- (Zeitraum 2020–2021)

---

### «Neuorganisation Prättigau Tourismus»

Nachdem einige Gemeinden den Gesellschaftsvertrag mit der regionalen Tourismusorganisation (Prättigau Tourismus GmbH) nicht verlängert haben und das Projekt «Internationaler Naturpark Rätikon» gescheitert ist, stellt sich den beteiligten Gemeinden des vorderen und mittleren Prättigaus die Frage, wie eine Neuorganisation von Prättigau Tourismus (Auflösung per Ende Mai 2023) aussehen kann. Es soll zeitnah eine regionale Anschlusslösung gefunden werden.

Die Präsidentenkonferenz der Gemeinden hat sich einstimmig dafür ausgesprochen, dass das Thema der regionalen Tourismusorganisation gemeinsam anzugehen und mitzutragen ist. Dazu soll ein externes Unternehmen mit der Erarbeitung von Grundlagen beauftragt werden. Es soll geklärt werden, ob eine eigene Organisation weiterhin gewünscht und mitgetragen wird, wo sinnvolle Kooperationsformen möglich sind und ob Möglichkeiten bestehen, das Marketing an andere regionale oder kantonale Organisationen auszulagern. Ziel ist die Erarbeitung einer Entscheidungsgrundlage für die Gemeinden bis Ende September 2022, so dass eine Anschlusslösung per Ende Mai 2023 möglich wird.

Region Prättigau / Davos, Georg Fromm ([www.praettigau-davos.ch](http://www.praettigau-davos.ch))

Förderbeitrag: CHF 14'000.- (Zeitraum 2021-2022)

---

<b>Projekt-Aufträge</b> (Aktivitäten des Kantons / Vorprojekte)
--

*Arbeitstitel / Projektidee / Ansprechpartner*

---

### **Fort- und Weiterbildung im Bündner Tourismus**

Zusammenarbeit mit Anbietern und Nachfragern von touristischen Seminarangeboten in Graubünden für den Aufbau eines Netzwerks «Touristische Weiterbildung Graubünden». Ein- bis dreitägige Seminare zu vergleichsweise günstigen Preisen. Zielgruppen: Destinationsmanagement, die Hotellerie, Bergbahnen, die Gastronomie und weitere Tourismusbereiche.

Auftragnehmer: Jan von Trott, [www.strategos-consult.de](http://www.strategos-consult.de)

---

### **E-Mountainbike Graubünden**

Eine grosse Veränderung wird in den kommenden Jahren durch die Elektrifizierung der Mountainbikes ausgelöst. Die Bedeutung des E-Mountainbikes steigt bei Destinationen und Leistungsträgern. Um Grundlagen für die Weiterentwicklung des E-Mountainbike-Tourismus in Graubünden zu schaffen, wird in Zusammenarbeit mit kantonalen und regionalen Partnern eine Auslegeordnung geschaffen.

Auftragnehmer: Allegra Tourismus GmbH, Darco Cazin, [www.allegra-tourismus.ch](http://www.allegra-tourismus.ch)

---

### **Tourismus-Denkwerkstatt Graubünden – Angebotsentwicklung und Service für Nachhaltigkeit**

In Graubünden soll eine Werkstatt für die aus der Perspektive der Nachhaltigkeit zentralen Herausforderungen des alpinen Tourismus geschaffen werden. Es entsteht eine praxisnahe «Angebotsentwicklungs- und Servicestelle» für Nachhaltigkeit und Tourismus. Die Werkstatt baut auf dem erweiterten Wissen der Kompetenzstelle für natur- und kulturnahen Tourismus Wengenstein und den Praxiserfahrungen der DMO Engadin Scuol Samnaun auf.

Auftragnehmer: ZHAW Forschungsgruppe Tourismus und Nachhaltige Entwicklung, Center da Capricorns, Stefan Forster [www.iunr.zhaw.ch/tne](http://www.iunr.zhaw.ch/tne)

---

### **graubündenVIVA – Genuss aus den Bergen. (Vorarbeiten 2016–2017)**

Graubünden hat in allen Bereichen des kulinarischen Erbes, der regionalen Gastronomie sowie der landwirtschaftlichen Produktion und Veredelung ein im internationalen Vergleich überdurchschnittliches Potenzial. Das mehrjährige Programm «graubündenVIVA. Genuss aus den Bergen.» will deshalb den Wirtschaftsstandort Graubünden über das Thema Ernährung und Kulinarik stärken und dazu beitragen, dass der Kanton als Hochburg der alpinen Genusskultur wahrgenommen wird. Höhepunkt des Projekts soll 2019/20 ein 180-tägiges Fest der Sinne in fünf Erlebnisräumen quer durch den Kanton bilden. Träger des Projekts ist der Verein graubündenVIVA

Nach dem Vorliegen von umfassenden Grundlagen zur Umsetzung von graubündenVIVA wurden finanzielle Beiträge im Rahmen der Neuen Regionalpolitik (NRP) für die Realisierung 2018–2020 zugesichert ([Regierungsmittteilung vom 19.04.2018](#)).

[www.graubuendenviva.ch](http://www.graubuendenviva.ch)

Auftragnehmer: Quant AG, Ivo Haldner, [www.quant9.ch](http://www.quant9.ch)

---

## **Digitalisierung von Karten im touristischen Umfeld**

Immer mehr Dienstleistungen werden über mobile Geräte abgewickelt. Dazu gehören immer mehr auch elektronische «Wallets», in denen «digitale Karten» wie z.B.: Kreditkarten, Tickets, Mitgliederkarten, Ausweise, usw. gespeichert werden. Auch im Tourismus wäre der Einsatz solcher Karten möglich. Heute setzt man auf Plastikkarten, die vor allem den Zutritt zu bestimmten Einrichtungen und Dienstleistungen gewähren. In diesem Zusammenhang soll die Ist-Situation der Vorhaben (aktuell oder in Planung) in Graubünden erfassen werden.

Auftragnehmer: Mountain Projects, Marcin Zielinski, [www.mountain-projects.com](http://www.mountain-projects.com)

---

## **Machbarkeitsabklärung «Graubünden Wasser»**

Graubünden soll sich über verschiedene, strategisch zu planende Zugänge mit dem Thema «Wasser» positionieren. Es geht einerseits um die Vermittlung, Sicherung und Nutzung der vorhandenen Wasserkompetenz. Andererseits auch um die Entwicklung von gesellschaftlich, ökonomisch und ökologisch relevanten Wasser-Innovationen. Mit einer Machbarkeitsabklärung soll geprüft werden, wie Graubünden seine vielschichtige Wasserkompetenz gezielt im Kontext einer nachhaltigen touristischen Entwicklung bedarfsorientiert vermitteln, innovativ weiterentwickeln und Mehrwert generierend nutzen kann.

In einer ersten Entwicklungsetappe soll ein allfälliger touristischer Mehrwert, der mit dem Thema «Wasser» geschaffen werden könnte, aufgezeigt und bewertet werden. Neben einer ersten Wirkungsabschätzung der identifizierten Opportunitäten und den davon abgeleiteten zentralen Handlungsfeldern soll auch dargelegt werden, wie ein gesamtkantonales Wasserprojekt organisiert und langfristig finanziert werden könnte.

Die Initiative «Graubünden Wasser» basiert auf das Visions- und Massnahmenpapier «Die Quelle der Welt – Wasserdekade Graubünden 2018–2027» von Wasserbotschafter und Expeditionsschwimmer Ernst Bromeis.

Auftragnehmer: ZHAW Forschungsgruppe Tourismus und Nachhaltige Entwicklung, Center da Capricorns, Stefan Forster, <https://www.zhaw.ch/de/lsm/institute-zentren/iunr/tourismus-und-nachhaltige-entwicklung/>

---

## **Weiterbildungsoffensive Tourismus 4.0**

Die Digitalisierung ist in der Tourismusbranche weitestgehend angekommen und verändert diese mit neuen Technologien grundlegend. Das führt dazu, dass bestehende Geschäftsmodelle sich verändern und die Branche diese ganzheitliche neu ordnen muss. Auf der strategischen und operativen Ebene besteht von Seiten der Tourismusbranche ein Bedarf an Schulungs- und Weiterbildungsangeboten. Aus diesem Grund sollen von der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur in Zusammenarbeit mit dem Campus Tourismus, Graubünden Ferien und weiteren Partnern mehrere Sensibilisierungsveranstaltungen im ganzen Kanton durchgeführt werden. Aufbauend auf dieser Kooperation entwickelt die HTW Chur ein modular aufgebautes Weiterbildungsangebot «Tourismus 4.0» als CAS-Studiengang.

Auftragnehmer: Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur, [www.htwchur.ch](http://www.htwchur.ch)

---

## Digital Road Map Graubünden

In Phase 1 der Digital Road Map Graubünden wurde unter Einbezug von Experten und Tourismusakteuren (Kerngruppe) konzeptionelle Grundlagen erarbeitet. Dies mit dem Ziel, Orientierung zu schaffen und eine rasche Umsetzung zu ermöglichen. Entstanden ist ein Umsetzungsprogramm, das sich aus vier Fokusthemen und sieben Projekten zusammensetzt.

In Phase 2 wurden zusammen mit der Kerngruppe die bisher erarbeiteten Grundlagen aus Phase 1 überprüft. Zudem entstand ein Arbeitsdokument mit Beschreibungen zu verschiedenen Elementen der «Digital Road Map Graubünden». Es galt auch Grundlagen zur Vermittlung der Ideen und Ziele zu schaffen.

Als Vorbereitung der Phase 3 wurde ein Konzept für die Erarbeitung konkreter Use Cases erstellt. Zudem wurde ein Projektplan für die nächsten zwei Jahre erarbeitet.

In Phase 3 sollen die erarbeiteten Grundlagen bis Ende 2020 weiterentwickelt werden. In einem ersten Meilenstein wurden konkrete Use Cases erarbeitet, um das Verständnis von Anwendungen der Digital Road Map zu schärfen, potenzielle Prototypen für die Weiterentwicklung zu erarbeiten und deren Mehrwert für Leistungserbringer und den Gast aufzuzeigen. Des Weiteren wurden die Voraussetzungen einer notwendigen, digitalen Infrastruktur, die Betriebsorganisation und -finanzierung sowie die Integration diverser Anspruchsgruppen analysiert. Für die weiteren Meilensteine wurde eine Investitionsplanung erarbeitet. In einem weiteren Zwischenschritt werden die erarbeiteten Grundlagen der Digital Road Map durch externe Fachleute verifiziert.

Auftragnehmer: PricewaterhouseCoopers AG, Hospitality & Tourism Centre of Excellence, [www.digital.pwc.ch/de/](http://www.digital.pwc.ch/de/)  
Mountain Projects Chur, [www.mountain-projects.com](http://www.mountain-projects.com)  
AWK Group AG, [www.awk.ch](http://www.awk.ch)

## Businessplan «Graubünden Wasser»

Mit einer Machbarkeitsabklärung (Etappe 1) wurde geprüft, wie Graubünden seine vielschichtige «Wasserkompetenz» gezielt im Kontext einer nachhaltigen touristischen Entwicklung bedarfsorientiert vermitteln, innovativ weiterentwickeln und wirkungsvoll bzw. Mehrwert generierend nutzen kann.

In der zweiten Entwicklungsetappe wird nun ein Businessplan für die Umsetzung von «Graubünden Wasser» erarbeitet. Der Fokus wird auf Tourismusangebote gelegt (Zielgruppen, Angebotsentwicklungen, Marktumfeld, Vertrieb und Verkauf). Zudem wird ein Organisations- und Trägerschaftsmodell unter Einbezug der verschiedenen Partner definiert und eine Finanzierungsvariante entwickelt. Als erfolgversprechende inhaltliche und organisatorische Zugänge (Partnerschaften) wird die Verknüpfung mit laufenden Wasser-Projekten und aktuellen Themen geprüft.

Die Initiative «Graubünden Wasser» basiert auf das Visions- und Massnahmenpapier «Die Quelle der Welt – Wasserdekade Graubünden 2018–2027» von Wasserbotschafter und Expeditionsschwimmer Ernst Bromeis.

Auftragnehmer: ZHAW Forschungsgruppe Tourismus und Nachhaltige Entwicklung, Center da Capricorns, Stefan Forster, <https://www.zhaw.ch/de/lisfm/institute-zentren/iunr/tourismus-und-nachhaltige-entwicklung/>

## Graubünden Wasser: Vorarbeiten Stiftungsgründung und Fundraising

Graubünden soll sich über verschiedene, strategisch zu planende Zugänge mit dem Thema «Wasser» positionieren. Dabei soll es einerseits um die Vermittlung, Sicherung und Nutzung der vorhandenen Wasserkompetenz gehen. Andererseits auch um die Entwicklung von gesellschaftlich, ökonomisch und ökologisch relevanten Wasser-Innovationen.

In einer ersten Phase wurde mit einer Machbarkeitsabklärung geprüft, wie Graubünden seine vielschichtige «Wasserkompetenz» gezielt im Kontext einer nachhaltigen touristischen Entwicklung bedarfsorientiert vermitteln, innovativ weiterentwickeln und wirkungsvoll bzw. Mehrwert generierend nutzen kann. In einer zweiten Phase wurde ein Businessplan und die Strategie erarbeitet.

In der dritten Phase sollen nun weiterführende Vorarbeiten und ein Fundraising zur Gründung und Etablierung einer Stiftung «Graubünden Wasser» umgesetzt werden. Es soll ein Umsetzungsplan erstellt und die Co-Finanzierung der Gründung der Stiftung mittels Einbezugs von potentiellen Partnern, Gönnern sowie der öffentlichen und privaten Hand abgeklärt werden.

Die Initiative «Graubünden Wasser» basiert auf das Visions- und Massnahmenpapier «Die Quelle der Welt – Wasserdekade Graubünden 2018–2027» von Wasserbotschafter und Expeditionsschwimmer Ernst Bromeis.

Auftragnehmer: Verein Graubünden Wasser (Vertreten durch die ZHAW Forschungsgruppe Tourismus und Nachhaltige Entwicklung, Wergenstein – [Forschungsbereich Tourismus und Nachhaltige Entwicklung | ZHAW Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen IUNR](#))

## Auslegeordnung und Vergleichsstudie «Brain / TourTech»

Der Tourismusrat Graubünden befasst sich auch damit, mit welchen Themen sich der Bündner Tourismus in naher Zukunft auseinandersetzen soll. Dabei wurde unter anderem das Thema «Brain / TourTech» (Fokus auf Wissenstransfer und Innovation / Unternehmertum) identifiziert. Mit der nicht zuletzt durch die Digitalisierung getriebenen Urbanisierung der letzten Jahre hat sich der Brain-Drain aus (touristischen) Randgebieten verstärkt. Gleichzeitig hat die Bedeutung von Digitalisierungs-Kompetenzen und Lösungen für die Wettbewerbsfähigkeit von touristischen Leistungen zugenommen. Der Brain-Drain aus dem Tourismus dürfte sich in der Post Covid-Zeit ebenso wie die Digitalisierung verstärken.

Zum einen wird eine Auslegeordnung erstellt, welche eine möglichst komplette Darstellung der Ausbildungsangebote, Förderangebote für Fachkräfte, Gründungsunterstützung von Unternehmen etc. umfasst. Es soll aufgezeigt werden, welche Massnahmen in Graubünden ergriffen werden könnten, um die Innovation im Tourismus zu fördern und das touristische Unternehmertum zu stärken. Es sollen Ideen und erste Anstösse für die Nutzung bestehender Strukturen und den Ausbau von wahrgenommenen Lücken dargelegt werden.

Zum andern wird eine Vergleichsstudie verfasst. Diese soll aufzeigen, welche touristischen Entwicklungstrends im Bereich «Brain / TourTech» im Alpinen Tourismus erwartet werden. Dabei soll die Entwicklungen in Bezug auf Wanderung qualifizierter Arbeitskräfte und Absolventinnen und Absolventen von Höheren Ausbildungsgängen sowie Unternehmensgründungen und -wanderung im Bereich TourTech aufgezeigt werden. Ebenfalls sollen Entwicklungen in Bezug auf die Förderung und Rekrutierung qualifizierter Arbeitskräfte für die Besetzung anspruchsvoller Stellen identifiziert werden. Die Vergleichsstudie soll verschiedene Regionen umfassen (Vorarlberg, Tirol, Südtirol, Allgäu, Bern, Wallis und Graubünden).

Auftragnehmer: Institut für Systemisches Management und Public Governance IMP-HSG, Prof. Dr. Pietro Beritelli, [www.imp.unisg.ch](http://www.imp.unisg.ch) / Universität Bern, Zentrum für Regionalentwicklung, Forschungsstelle Tourismus (CRED-T), Dr. Marcus Roller, [www.cred-t.unibe.ch](http://www.cred-t.unibe.ch)

## **Konzeptionelle Weiterentwicklung GRhome 2.0**

Im Jahr 2016 wurde mit dem Projekt «Faszination Tourismus» ein digitales Instrument der Tourismussensibilisierung für Einheimische und Zweitheimische entwickelt. Später als «GRhome» in der Umsetzung bekannt, ist eine Community mit 11'000 Nutzern entstanden.

Die Entwicklung der Technologie schreitet schnell voran und auch die Online-Communities sind einem stetigen Wandel unterworfen. Mit den gemachten Erfahrungen aus den letzten Jahren und den neuen digitalen Möglichkeiten soll GRhome zu einem spannenden Dialogtool für Ein- und Zweitheimische weiterentwickelt werden.

In einer ersten Phase sollen die konzeptionellen Grundlagen für die Weiterentwicklung von GRhome 2.0 geschaffen werden. Ebenfalls sollen bestehende und neue Partnerschaften geprüft und mit einer touristischen Fachgruppe die konzeptionellen Überlegungen in einem Workshop vertieft werden.

Auftragnehmer: ITG Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden, Yvonne Brigger Vogel,  
[www.itgr.ch](http://www.itgr.ch)

---

## **Grundlagenstudie «Workation in Graubünden»**

Die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie und die Digitalisierung haben neue und mobile Arbeitsformen gefördert und die Menschen nutzen zunehmend flexible Arbeitsorte. Arbeit (Work) und Urlaub (Vacation) finden im Wechsel statt – beide Pole werden miteinander verbunden. Ländliche Regionen und somit auch Graubünden, können von dieser Entwicklung profitieren.

Mit einer Grundlagenstudie unter dem Titel «Workation» soll erörtert werden, welche Massnahmen in Graubünden ergriffen werden müssen, um neue Arbeitsformen zu fördern und das touristische Unternehmertum zu stärken.

Auftragnehmer: Fachhochschule Graubünden, Institut für Tourismus und Freizeit (ITF)  
[www.fhgr.ch](http://www.fhgr.ch)

---