

# Sommerattraktionen für europäische Gäste

Präsentation

**Sarah Schmid**, Projektleiterin

Flims, 21. August 2015

## Inhalt

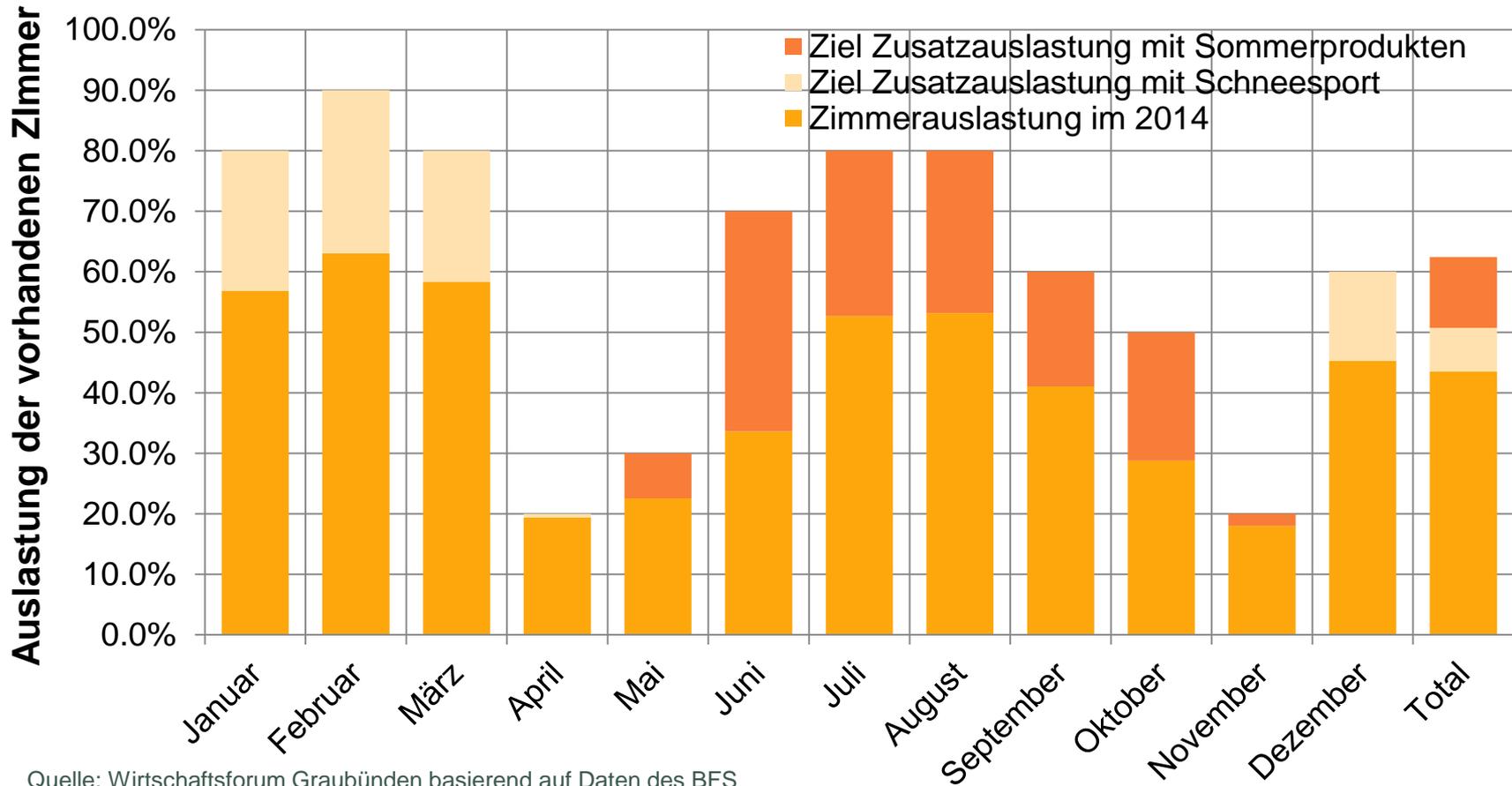
1. Problemstellung
2. Produkte, Bedürfnisse & Reisearten
3. Ansatzpunkt „Neue Produkte“
4. Ansatzpunkt „Bestehende Produkte gezielter vermarkten“
5. Schlussfolgerungen

---

# 1 Problemstellung

Auslastung der Hotellerie sollte auf 60% steigen.

Zimmerauslastung der Bündner Hotels im 2014 (auf 365 Tage gerechnet)



Quelle: Wirtschaftsforum Graubünden basierend auf Daten des BFS

Einzelne Produkte erreichen hohe Besucherzahlen, aber...

Beispiel «Guggenheim Museum Bilbao» rund 1 Mio. Besucher p.a.



Im Wettbewerb mit Städtetrips spielt der Preis eine kleinere Rolle, aber...



---

Trotz Wachstum hat Graubünden ausländische Gäste verloren

- Weltweit hat sich die Zahl der internationalen Ankünfte seit 1995 verdoppelt
- Schweiz zeigt solides Wachstum
- In Graubünden hat internationale Nachfrage deutlich abgenommen.
  - Verzicht auf Partizipation im rasch wachsenden Asiengeschäft
  - Deutlich schlechtere Entwicklung bei Gästen aus Europa

---

# 2 Produkte, Bedürfnisse & Reisearten

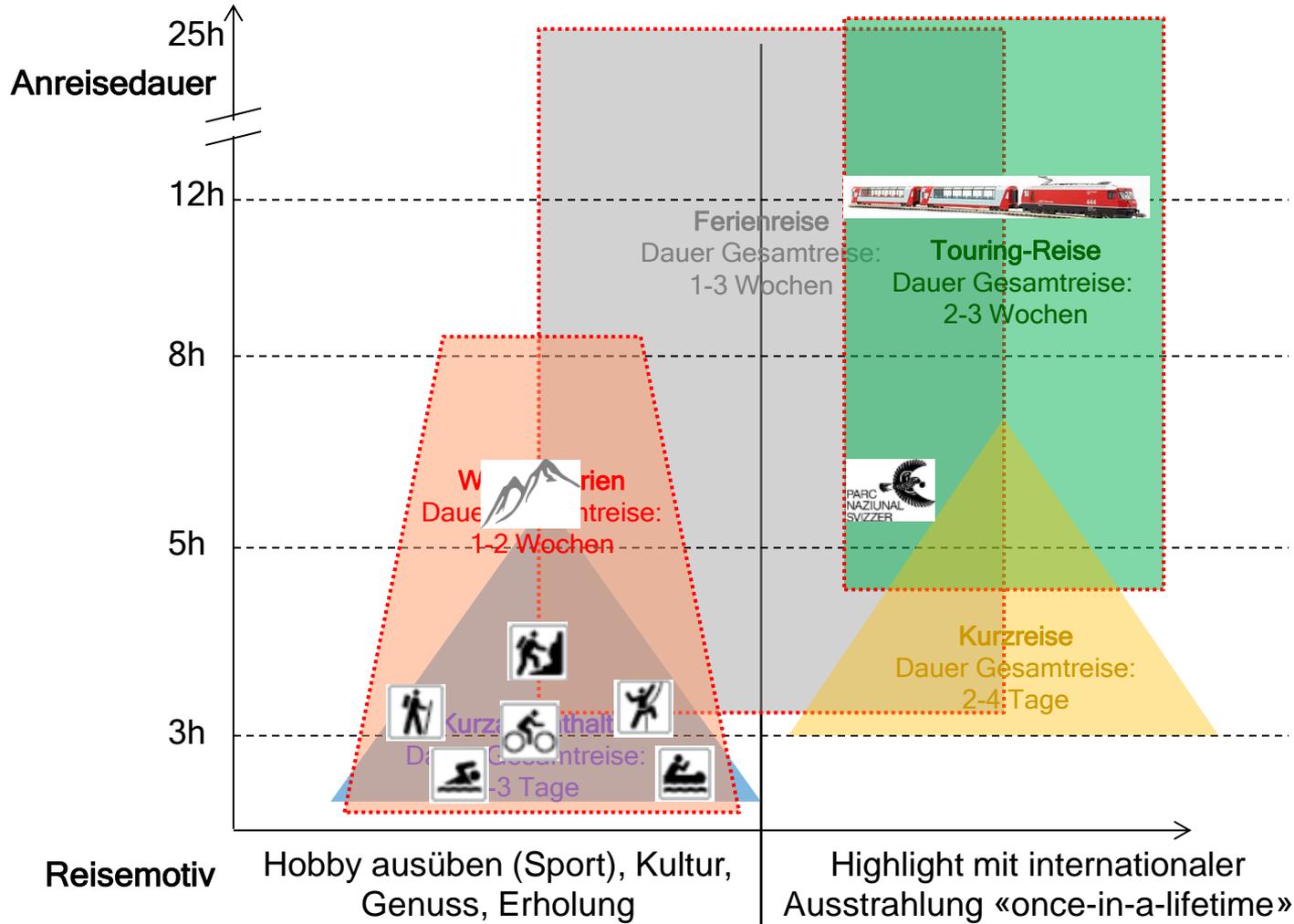
## Tourismusprodukte mit einem hohen Anteil internationaler Gäste



Im Sommer steht Graubünden sehr stark im Preiswettbewerb



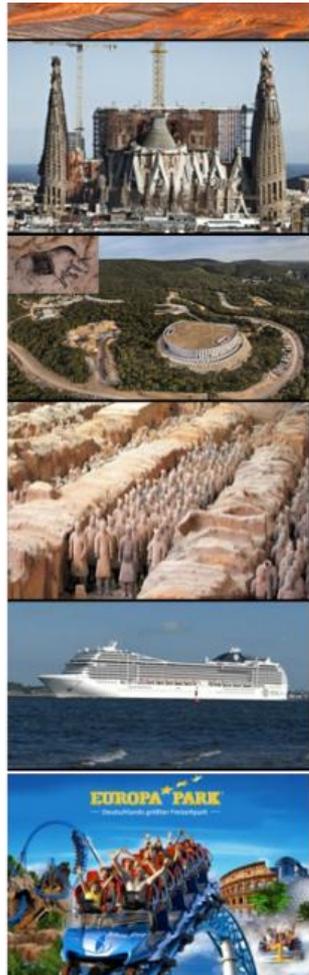
## Graubünden hat kaum Angebote mit Highlight-Charakter



---

# 3 Handlungsansatz «Neue Produkte»

## Bestehende Erfolgsprodukte als Inspirationsquelle



- Spektakuläre Architektur
- Von Besucher finanziert (Baustellenbesichtigung)
- Entstehung über 100 Jahre

- Touristische Nutzung trotz Schutz

- Entstehung über 30 Jahre
- Spektakuläre Anzahl
- Historische Bedeutung

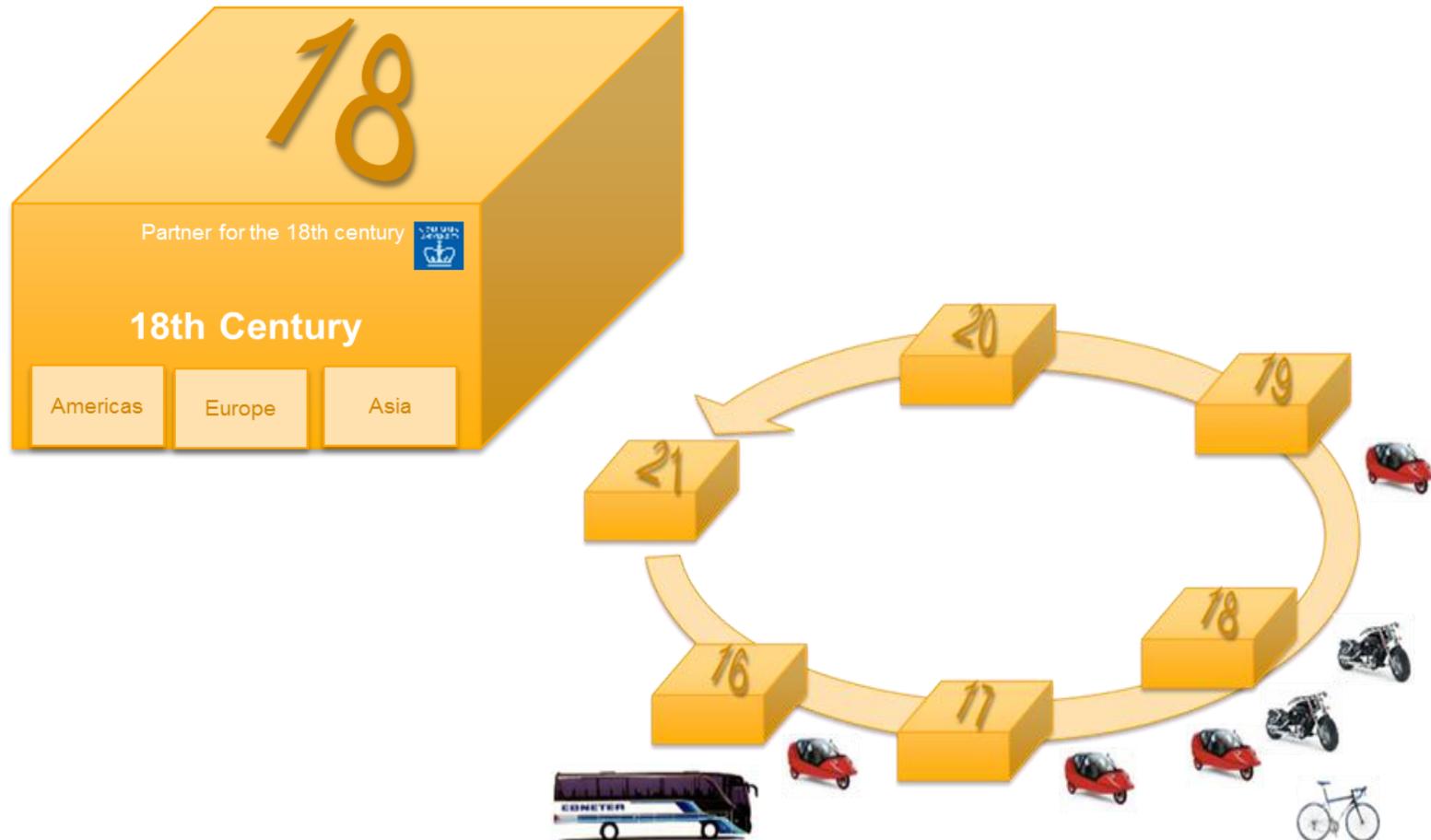
- Besuch mehrerer Highlights mit hohem Komfort

- Erlebnisdichte
- Generationenübergreifend

**Beispiel 2: Bündner Figurenkabinett**  
Freiluftausstellung einer spektakulären bzw. laufend wachsenden Anzahl Figuren. Die Besucher sind in den Entstehungsprozess involviert.

**Beispiel 3: Verbundausstellung**  
Bau einer Verbundausstellung von Weltformat zu einem Thema, das international und generationenübergreifend bewegt.

Ideen gibt es viele, aber Umsetzung immer sehr herausfordernd



## Anforderungen an Produkte für europäische Kurz- und Touringreisende

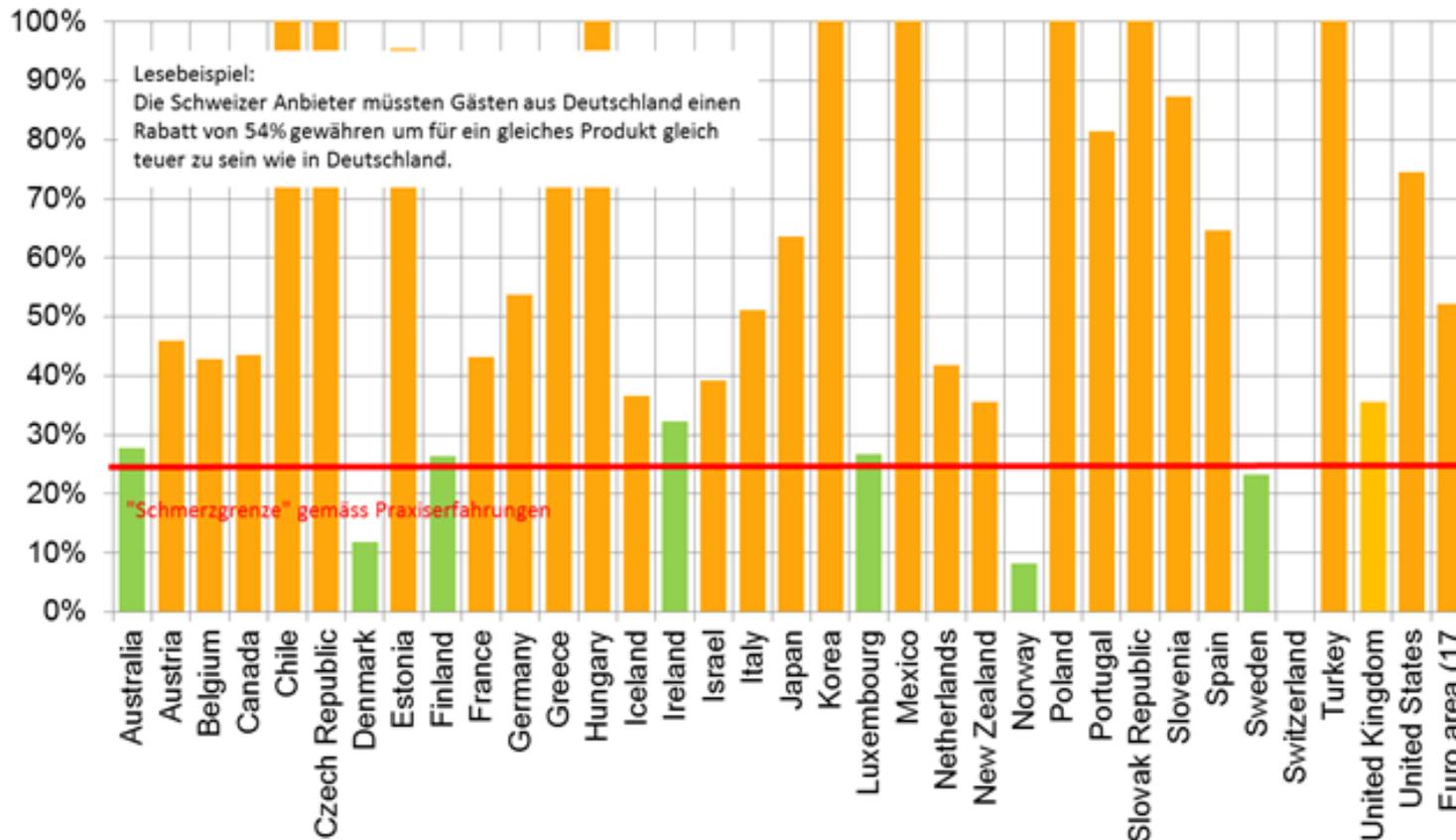
- Produkt ist begehrenswert: once-in-a-lifetime Produkt für 4% aller Europäer
- Europäische Strahlkraft: einfache Kommunikation
- Hohes Besucherpotential: 3'000 Gäste pro Tag
- Nicht kopierbar
- Eingebettet: hohe Erlebnisdichte ermöglichen
- Befruchtet Bestehendes
- Risikooptimierte Finanzierung
- Für Stammgäste attraktiv

---

# 4 Handlungsansatz «Bestehende Produkte»

Ferien in der Schweiz sind teurer als anderswo.

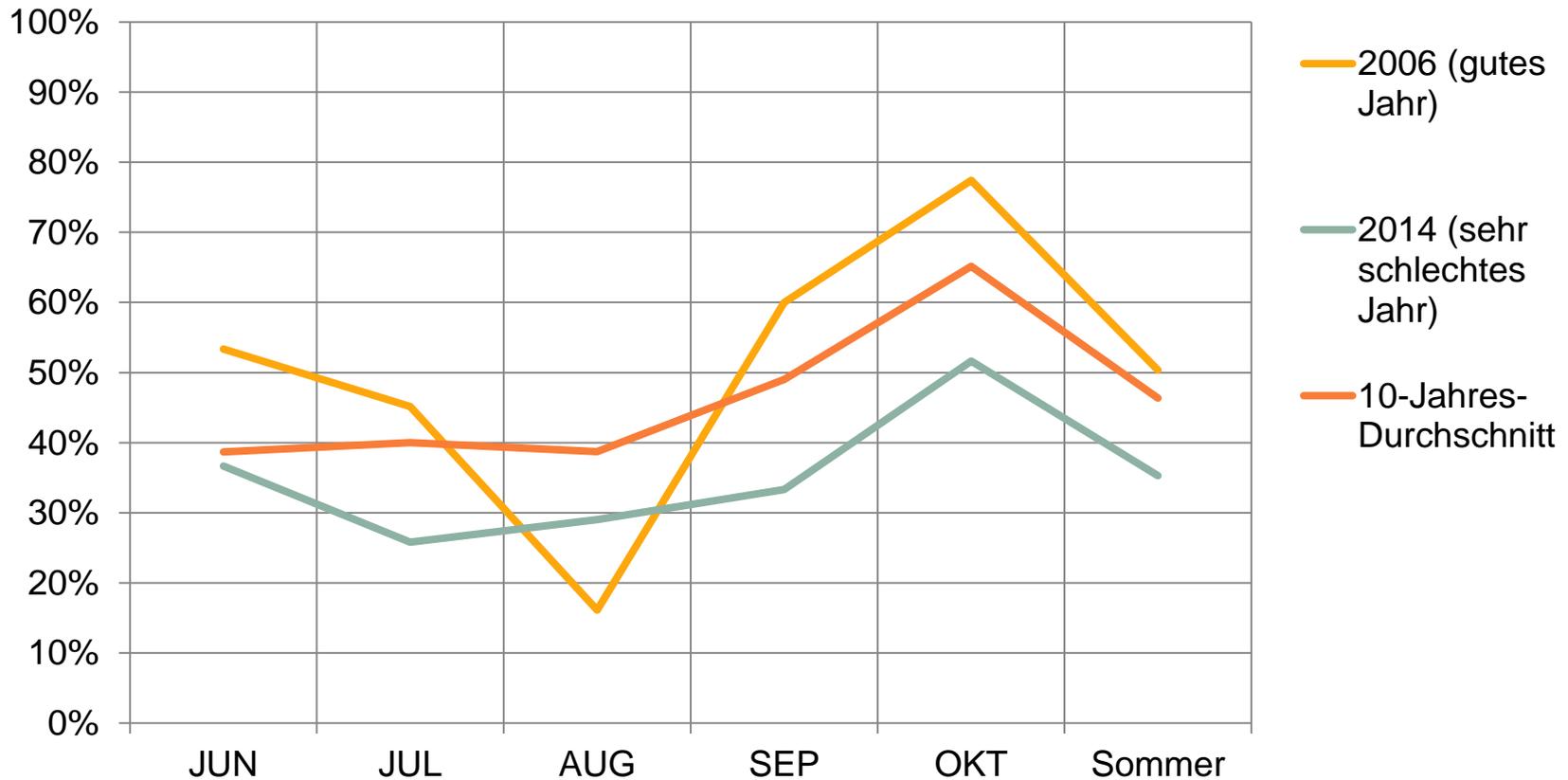
Abb. 3 → Kosten von Ferien in der Schweiz für internationale Gäste im Vergleich zu Ferien im eigenen Land



Quelle: → Wirtschaftsforum Graubünden auf Basis von Daten der OECD

## Graubünden hat im Sommer wettermässig schlechte Karten

### Vollkommen niederschlagsfreie Tage in Davos



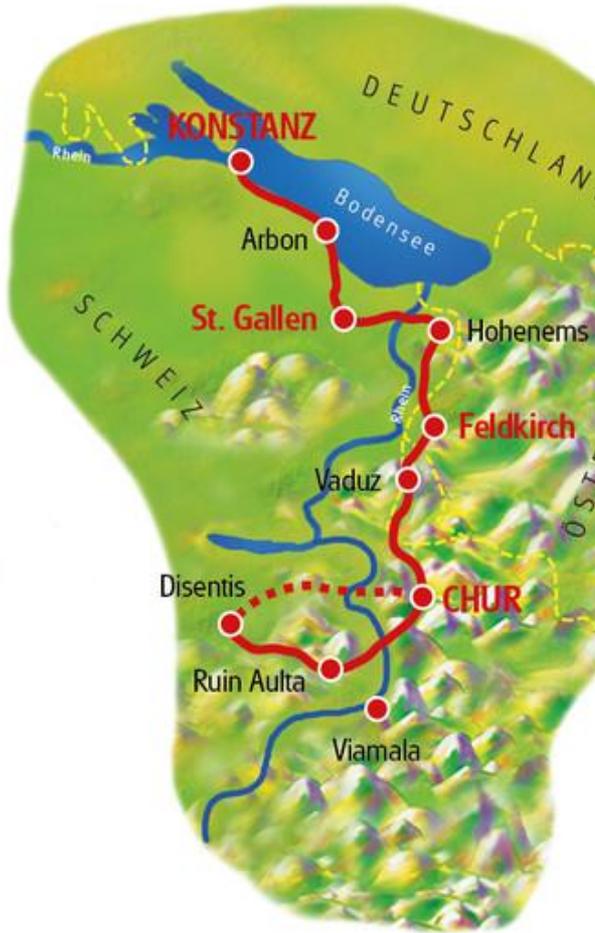
Quelle: Wirtschaftsforum Graubünden basierend auf Daten von MeteoSchweiz

Das Sommer-Angebot muss für einen Europäer erfassbar werden!

Graubünden verfügt mit seinen Bergen, lieblichen Tälern, tiefen Schluchten und unzähligen Seen über eine abwechslungsreiche Bergwelt. Um die Bergwelt zu erleben bietet Graubünden seinen Gästen:

- mehr als 10'000 km Wanderwege, 4'000 km markierte Bikewege, über 60 Bergbahnen (Trasse-, Gondel- und Pendelbahnen),
- 5 Klettersteige, 12 Erlebnis- und Seilparks, 15 Golfplätze, 2 Rodelbahnen, 9 Erlebnisbäder, 7 Thermen- und Heilbäder
- aber auch rund 90 grössere und kleinere Museen, Schlösser, Klöster, eine UNESCO Weltkulturerbe Bahnstrecke, Sternwarten, Erlebnisspielplätze, Schaukäsereien
- rund 800 Hotels von der einfachen Hütte bis zum Luxushaus und von modern bis traditionsbewusst.

## 2 von 120 Eurotrek - Vorschläge



# Beispiel: St. Moritz - Venedig

Viele Möglichkeiten vorhanden. Vertriebsdenken und überregionale Zusammenarbeit notwendig.



Technische Unterstützung bei der Zusammenstellung passender Erlebnisferien.

## Stellen Sie sich ihre Ferien in Graubünden zusammen:

Anreise  Reisedatum noch nicht bekannt:  
 Abreise  Nächte  Saison

Erwachsene  Alter der Kinder:  
 Kinder  Ältestes  Jüngstes

Unterkunftstyp  Zusatzkriterien:  
 Klassifizierung  Region  Zimmer

Aktivitäten	Erlebnisse:	Orte:
Mountainbiken & Velofahren +	Bahnfahren +	Ferienregionen +
Wandern +	Berge & Alpen +	Gemeinden +
Klettern & Bergsteigen +	Schluchten und Höhlen +	Bergdörfer +
Wassersportarten +	Seen und Flüsse +	Stichwort <input type="text"/>
Golf +	Kultur +	
Weitere Sommeraktivitäten +	Weitere Erlebnisse +	

## Technische Unterstützung bei der Zusammenstellung passender Erlebnisferien.

1 Woche vielfältiges Graubünden
3'594.-
buchen

**Hotel Steinbock, Pontresina** 1'200.-



**Hotel Chur, Chur** 780.-



**1 Alp Grün,**  
Via Valtellina.  
[Detailinformationen](#)



Fahrrad:  
 mieten  
 mitnehmen

190.-

**2 Ihre erste Klettertour**  
Engadin  
[Detailinformationen](#)



600.-

**3 Wandern und Baden**  
Stazersee, St. Moritz  
[Detailinformationen](#)



0.-

**4 Wanderung im**  
Schweiz. Nationalpark,  
Rute 1, Alp Trupchun  
[Detailinformationen](#)



114.-

**5 Wandern und Baden**  
Caumasee, Flims  
[Detailinformationen](#)



84.-

**6 River Rafting**  
Vorderrhein  
[Detailinformationen](#)



476.-

**7 Heidis erleben**  
Tour durchs Heididorf  
[Detailinformationen](#)



49.20.-

\* Dies entspricht dem eigentlichen Preis für das Erlebnis. Aufgrund eines Abkommens ihres Hotels können Sie jedoch von einem reduzierten Preis profitieren.

[Weitere Wochenprogramm-Empfehlungen](#)

Selektion attraktiver Erlebniskomponenten für bergunerfahrene Gäste.



## WAS SIND DIE VORTEILE?



Freier Eintritt in über 60+  
Londoner Top-Attraktionen



Umgehen Sie lange  
Warteschlangen



Die Oyster Travelcard –  
eine Zusatzoption

---

# 5 Schlussfolgerungen

Den einfachen Weg gibt es (vermutlich) nicht

## **Erkenntnisse:**

- neue Produkte für europäische Gäste = hohe Anforderungen
- hohe Dichte an hochwertigen Produkten ermöglicht neue Angebote

## **Empfehlungen:**

- Leistungsträger und Tourismusorganisationen:
  - Produktmanagement auf Entwicklung konkreter Angebote mit Highlight-Charakter und ausgereiftem Vertrieb fokussieren.
  - Eigenes Angebot durch Kooperation über Destinationsgrenzen hinweg bereichern.
- Kanton:
  - Grosszügige Unterstützung von Initiativen zur Schaffung neuer Produkte mit europäischer Ausstrahlung
  - Startfinanzierungen für die Entwicklung / gezielte Vermarktung von konkreten Produkten für den europäischen Markt

---

# Diskussion



- Teilen Sie unsere Einschätzung, dass Graubünden im Sommer über keine international bekannten und von der breiten europäischen Bevölkerung wahrgenommenen Tourismus-Highlights verfügt?
- Soll die öffentliche Hand Initiativen zur Schaffung touristischer Highlights trotz der damit verbundenen hohen Risiken grosszügig unterstützen?
- Teilen Sie unsere Einschätzung, dass das vielfältige und über weite Strecken sehr hochwertige Angebot aktuell für ausländische Gäste ohne vorbestehenden Bezug zu Graubünden oder hoher Affinität zu den Bergen nicht fassbar ist?
- Glauben Sie, dass die gezielte Zusammenstellung und der konsequente Vertrieb von Ferienreisen für Kultur- und Genussorientierte bzw. für Sportbegeisterte oder Erlebnissuchende über etablierte Kanäle im europäischen Markt auf Resonanz stossen wird?

---

# Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Dieses Referat kann unter [www.wirtschaftsforum-gr.ch](http://www.wirtschaftsforum-gr.ch)  
heruntergeladen werden.