



**Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden**  
**Uffizi per economia e turissem dal Grischun**  
**Ufficio dell'economia e del turismo dei Grigioni**

---

## **Zukunft entwickelter Tourismusregionen – mehr als ein Geschäftsmodell**

**Zukunftsszenarien – Agenda 2030 Graubünden**

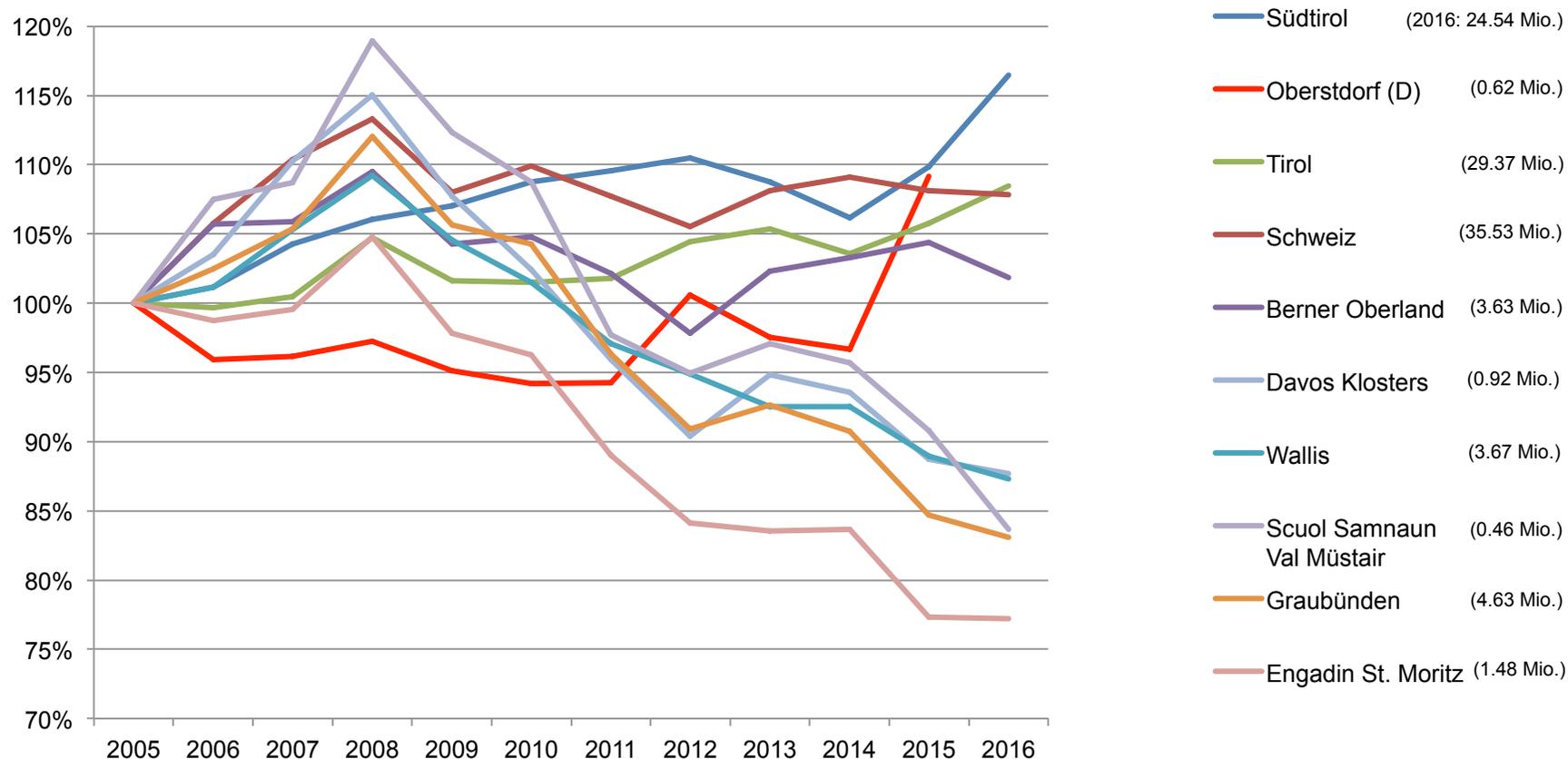
Eugen Arpagaus, Leiter Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden

Pontresina, 24. Juni 2017



## Ausgangslage – Anhaltend sinkende Frequenzen

### Entwicklung der Nächtigungen in der Hotellerie, 2005 bis 2016 (Index)

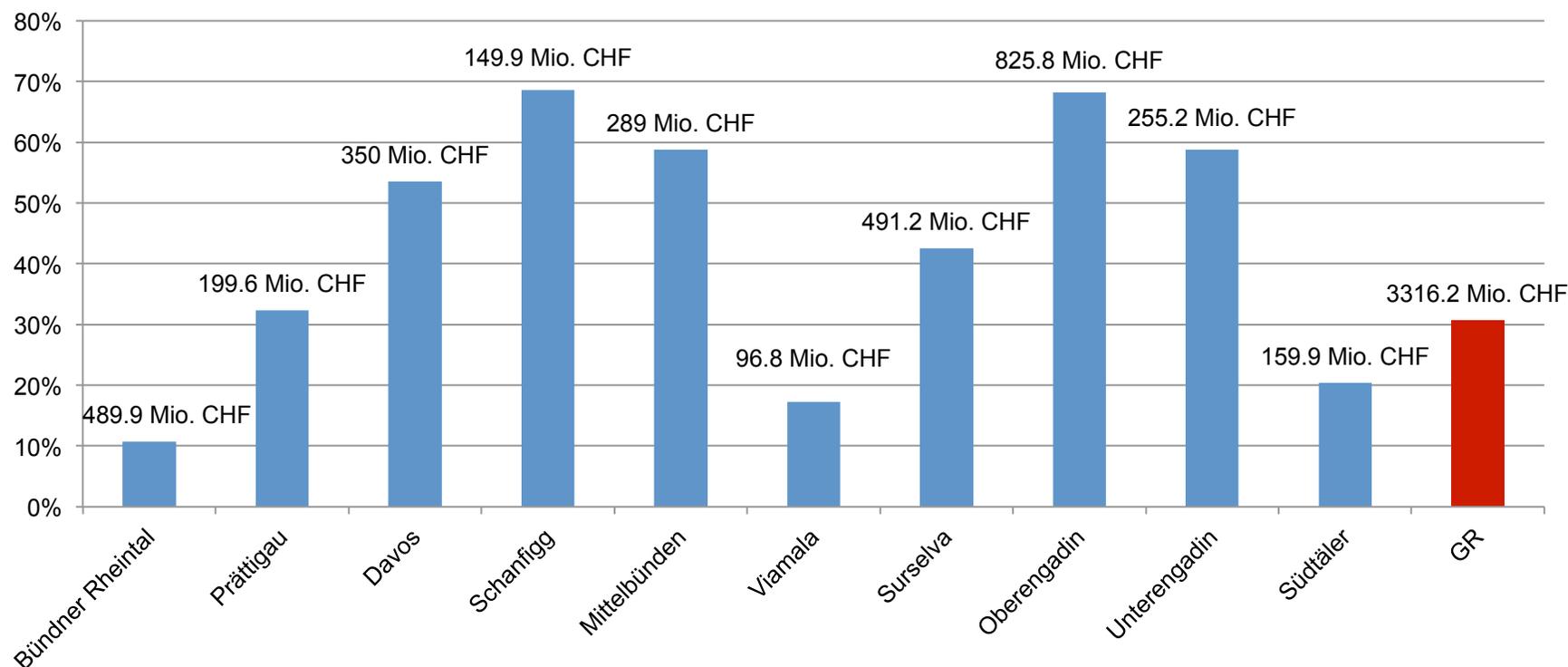


Quelle: BFS (HESTA), ISTAT, TourMis, Tourismus Oberstdorf



## Ausgangslage – kaum Alternativen zum Tourismus

### Anteile des Tourismus an den gesamten Bruttowertschöpfungen der Bündner Subregionen und dessen absolute Beiträge



Quelle: HTW Chur (Wertschöpfung des Tourismus in den Regionen Graubündens – Stand und Entwicklung), 2008



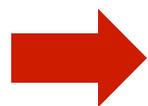
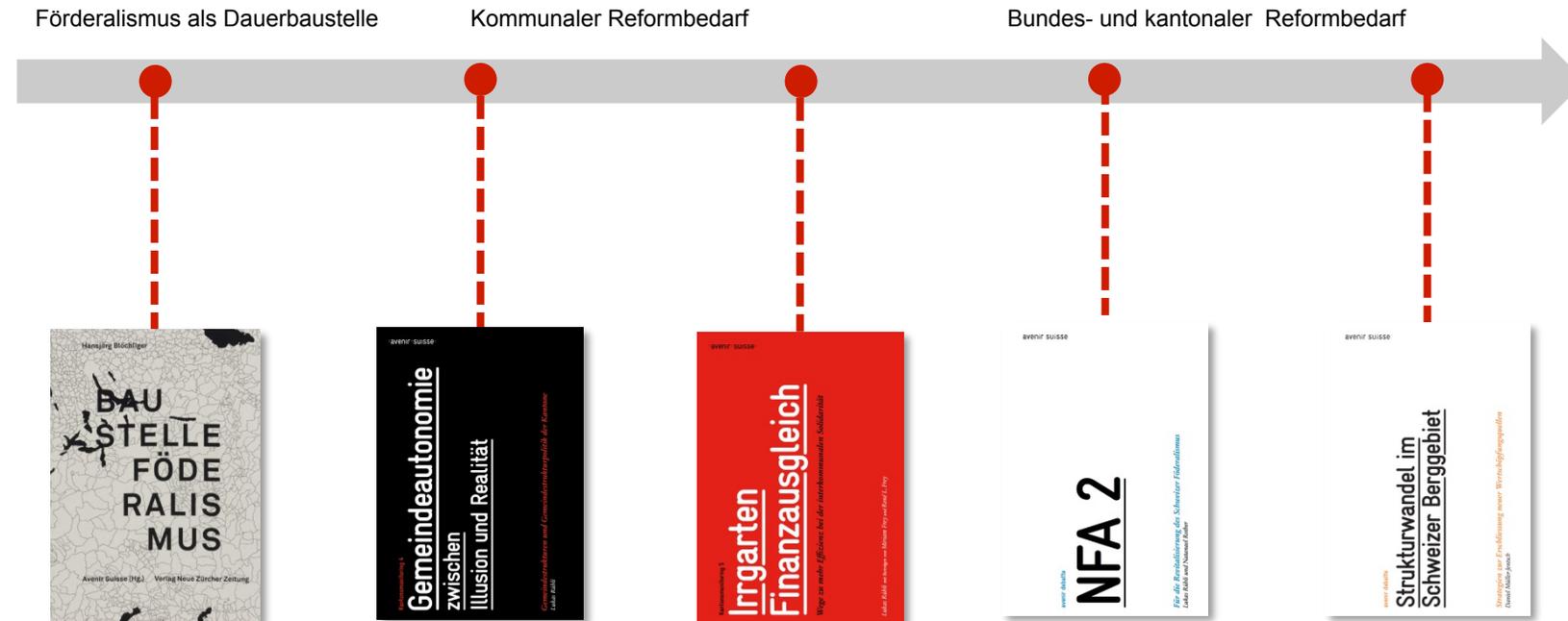
## Ausgangslage – Feststellungen

- Weniger als 100 (von total 729) Hotelbetriebe erzielen die Hälfte aller Nächtigungen im Kanton – Branche nach wie vor sehr kleinstrukturiert
- Internationalisierung der Bündner Hotellerie relativ bescheiden: 61 Prozent der Logiernächte stammen aus Schweizer Markt, 17 Prozent von deutschen Gästen und 16 Prozent aus übrigem Europa – nur etwa 6 Prozent aller Frequenzen werden mit aussereuropäischen Gästen generiert
- Bündner Bergbahnen erwirtschaften über 90 Prozent ihrer Personen-Verkehrserträge weiterhin im Winter – Stärkung Sommertourismus bleibt grosse Herausforderung
- Markt und Umfeld verändern sich rascher und intensiver (globaler Wettbewerb)
- Info- und Kommunikationstechnologien verändern Kunden-/ Gästeverhalten und verlangen rasche Anpassungen auf der Angebotsseite: Die Digitalisierung als Chance und Herausforderung im Tourismus
- Rahmenbedingungen für neue touristische Projekte werden tendenziell komplexer / aufwändiger – Druck auf öffentliche Hand zur Erbringung von Vorleistungen steigt
- Einbettung des Tourismus in die Überlegungen zur Standortentwicklung



# Diskussion zur Entwicklung des Berggebiets

(Quelle: Avenir Suisse)



Die zentralen und traditionellen Quellen der Wertschöpfung geraten unter Druck.



## Synthese

- Strategie- und Konfliktfähigkeit steigern
- Umgang mit knappen finanziellen Mitteln optimieren
- Prozesse zur regionalen Einigung lancieren
- Prioritäten setzen (Verzichtsplanung)
- «Demokratische» Grundlage für die Region (insbesondere auch für raumrelevante Fragen) schaffen



**Voraussetzungen schaffen für unternehmerische Dynamik**



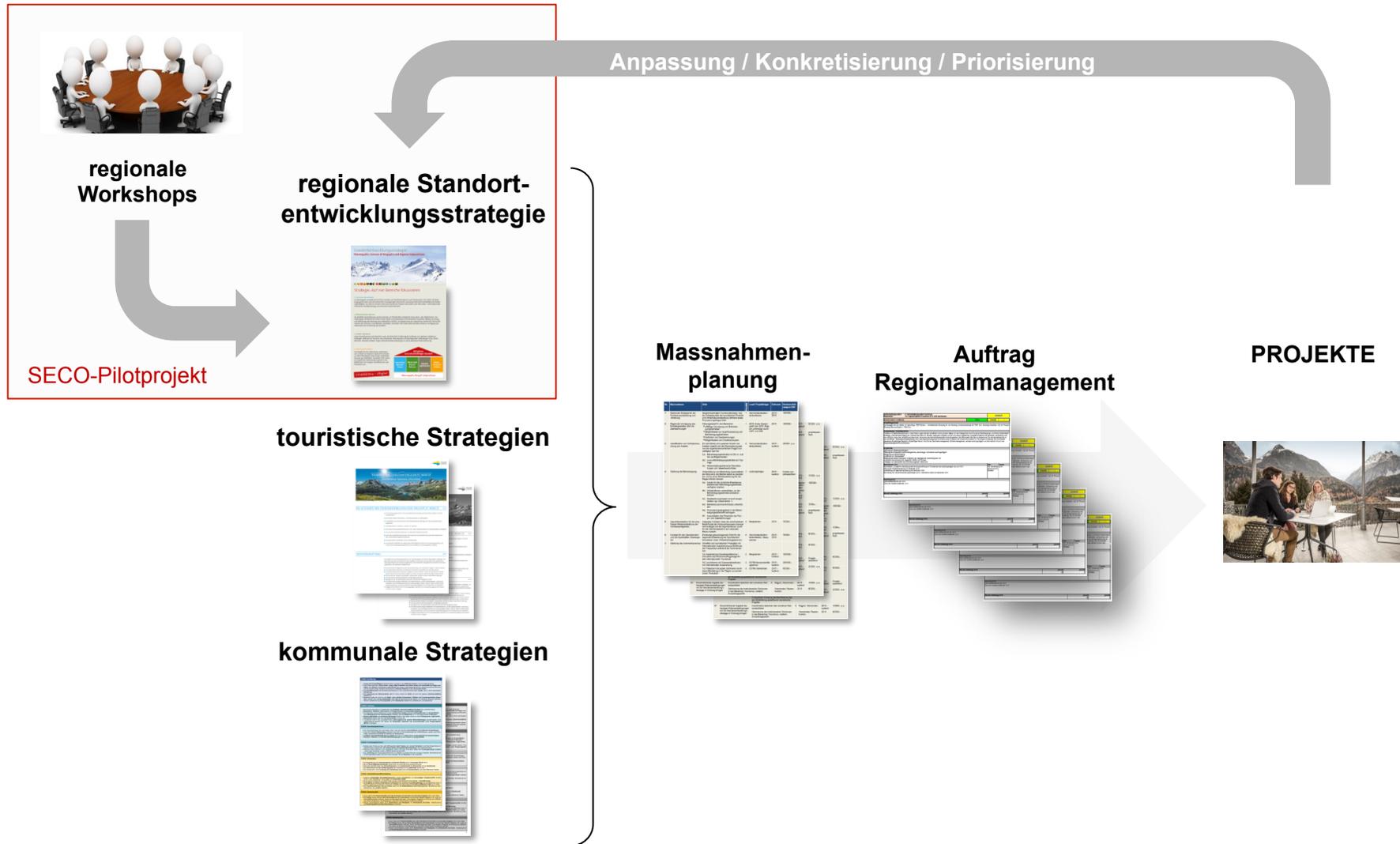
## Lösungsansatz: regionale Standortentwicklungsstrategien (Agenda 2030)

### Ziele:

1. Regionales, gemeinsames Verständnis zur regionalwirtschaftlichen Entwicklung
2. Mit Prioritäten und Verantwortlichkeiten festgelegte Massnahmen
3. Von den Vorständen der Gemeinden verabschiedet/gutgeheissen
4. Rollende Planung (regelmässige Updates)
5. Einbezug der Raumordnung



# Der Agenda 2030 Prozess





## Ergebnisse: Umsetzung – Regionalmanagement - Leistungsvereinbarung

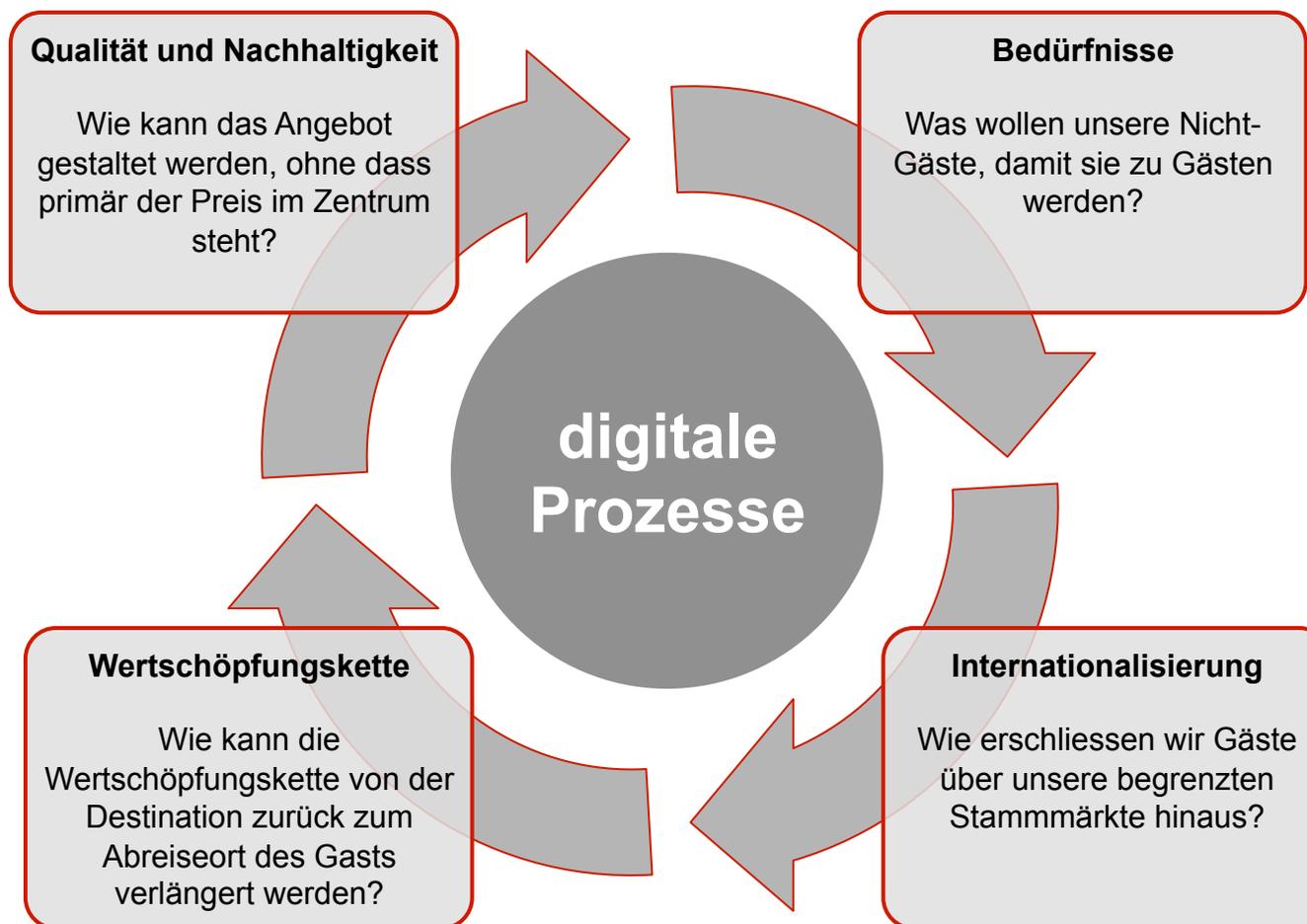
### Mittelfristige Erwartung:

Die regionale Standortentwicklungsstrategie...

- ...ist das breit abgestützte Instrument für die regionalwirtschaftliche Entwicklung
- ...hat eine relevante gesellschaftliche Bekanntheit und Akzeptanz für die Exekutive
- ...unterstützt argumentativ auch Projekte mit raumrelevanten Fragestellungen (z.B. Skigebietsverbindungen)
- ...optimiert die Koordination der wirtschaftlichen Entwicklung zwischen den touristischen Leistungsträgern und den Gemeinden



## «Zukunft entwickelter Tourismusregionen»: es braucht mehr Geschäftsmodell





## Fazit

- Die Herausforderungen des Berggebiets sind bekannt
- Strategie- und Konfliktfähigkeit als Grundlage für regionale wirtschaftliche Entwicklung
- Regionale Akteure müssen realistisch einschätzen, welche Massnahmen nachhaltig zum Erfolg führen
- Dafür sind die bestehenden Ressourcen gezielt einzusetzen (Priorisierung)
- Im Zentrum steht die Frage «was wollen wir?» und nicht «wieso können wir es nicht?»



**Für diesen Prozess kann die Agenda 2030 der Inkubator sein**



**Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden**  
**Uffizi per economia e turissem dal Grischun**  
**Ufficio dell'economia e del turismo dei Grigioni**

---

**Besten Dank für Ihr Interesse**