

Input zur Frage

«Wohin entwickelt sich der Dolomiten-Tourismus mit der Aufnahme in das UNESCO Welterbe?»,

respektive:

«Wie den Weg zum Qualitätstourismus gestalten?»

Urs Wohler,

Direktor TESSVM, [u.wohler@engadin.com](mailto:u.wohler@engadin.com), fb, Twitter, LinkedIn

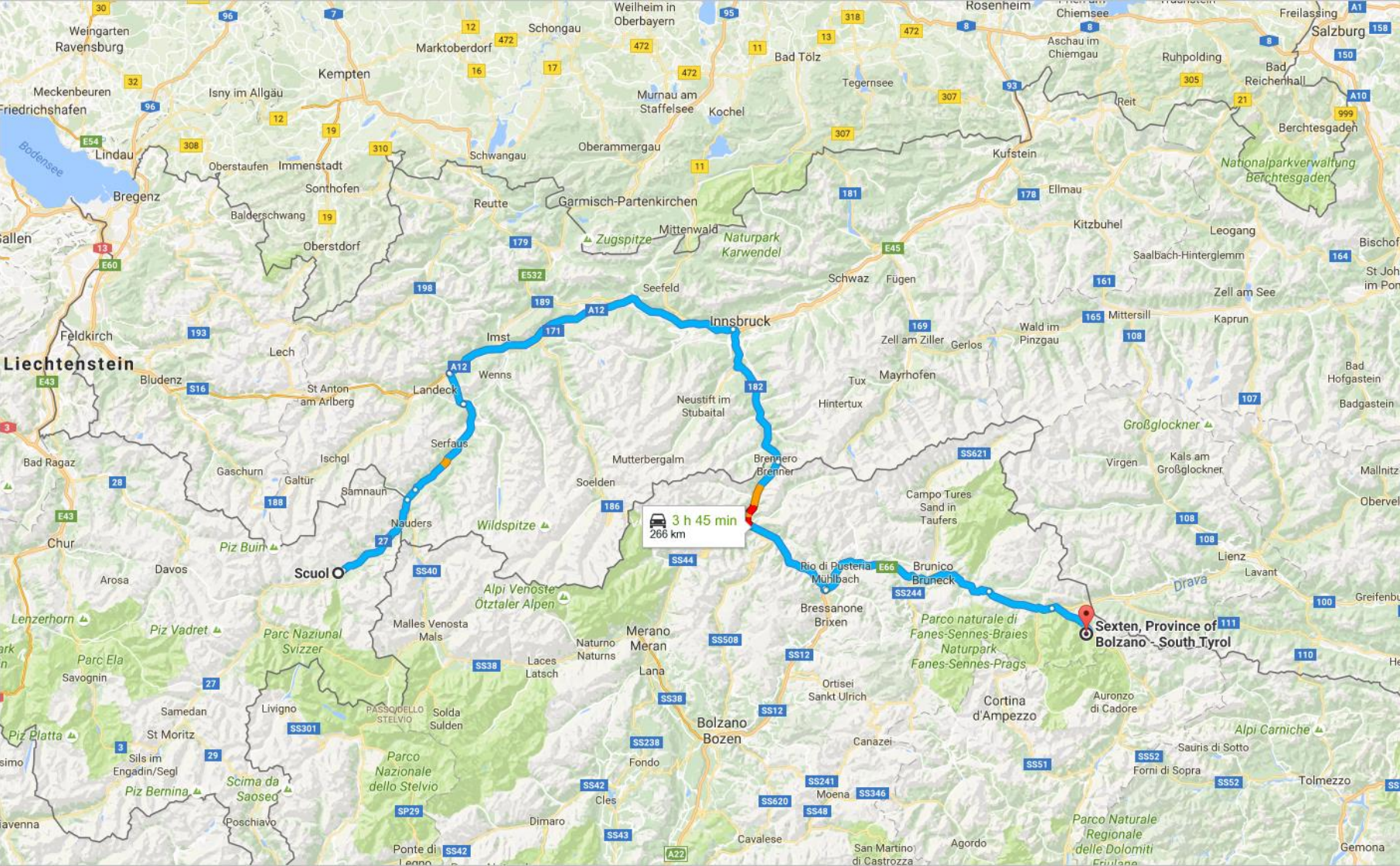
SextenKultur, 3. Oktober 2016

# Briefing Prof. Dr. Harald Pechlaner

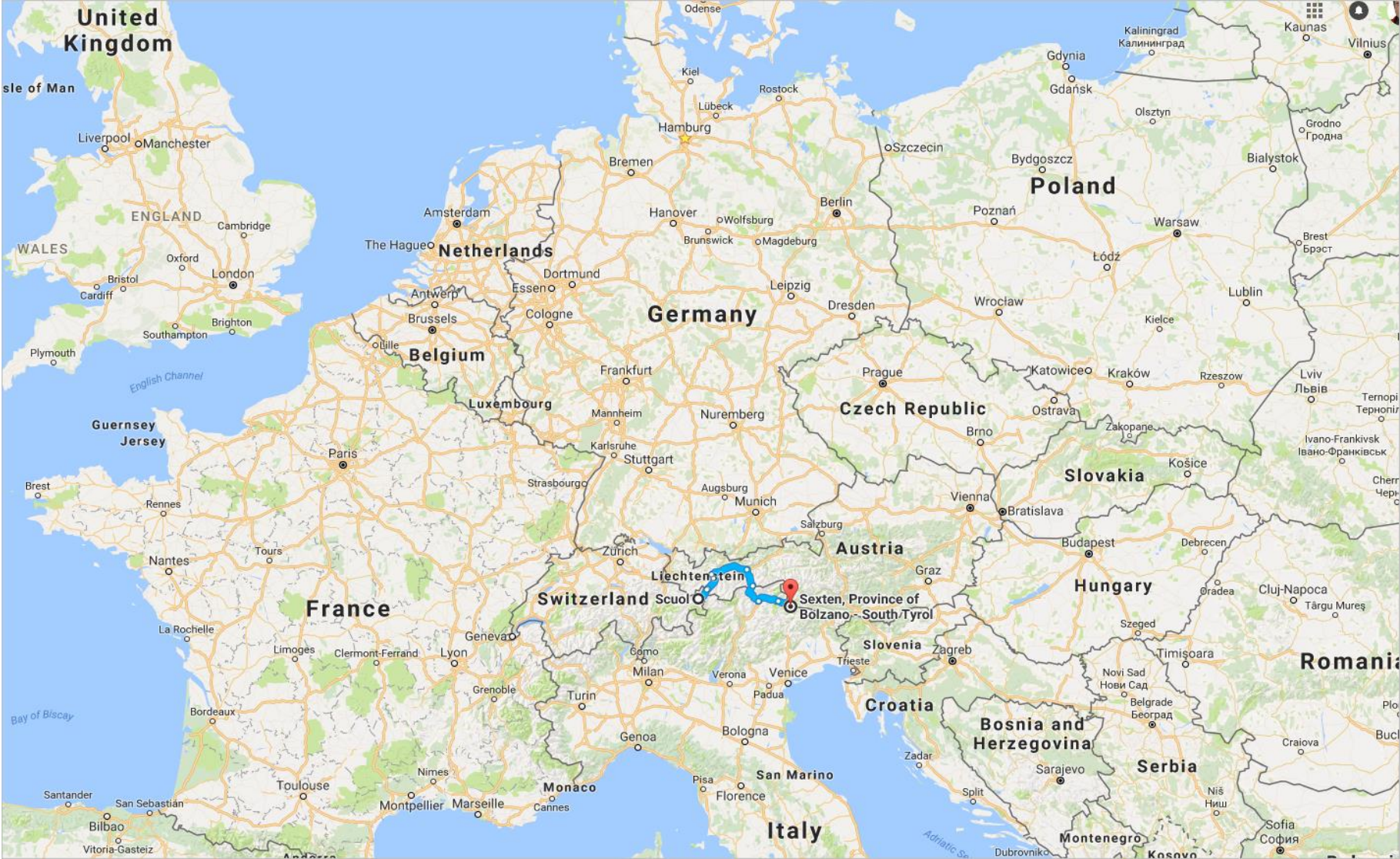
- Welche **Erfahrungen** gibt es diesbezüglich mit dem Schweizer Nationalpark und ähnlichen Schutzgebieten, sofern es dazu Erfahrungen gibt?
- Wie gelingt die **Integration** des Schutzgedankens in ein wettbewerbsfähiges touristisches Produkt?
- Was kann man unter (gesellschaftlicher) **Tragfähigkeit** verstehen? Welcher Zusammenhang besteht da zwischen ökologischer und gesellschaftlicher Tragfähigkeit?
- Wo wirkt der **Schutzgedanken** als Hindernis für die touristische Entwicklung?
- Welche Erfahrungen bestehen rund um das Thema **Verkehr und Mobilität**, insbesondere wenn er vom Tourismus verursacht wird?



# Weit entfernt?



# Weit entfernt?



# Unsere Situation

# Der grosse Unterschied.

- Personalkosten: Auf allen Stufen 25 – 55% höher
- Nahrungsmittel: Bis 2x teurer als Alpenraum\*
- Betriebskosten: 4\*-Hotel, 100 Betten, +47% AT, Süd-Tirol
- Erstellung Hotel: +32% gegenüber DE, +40% AT\*\*

Quelle:

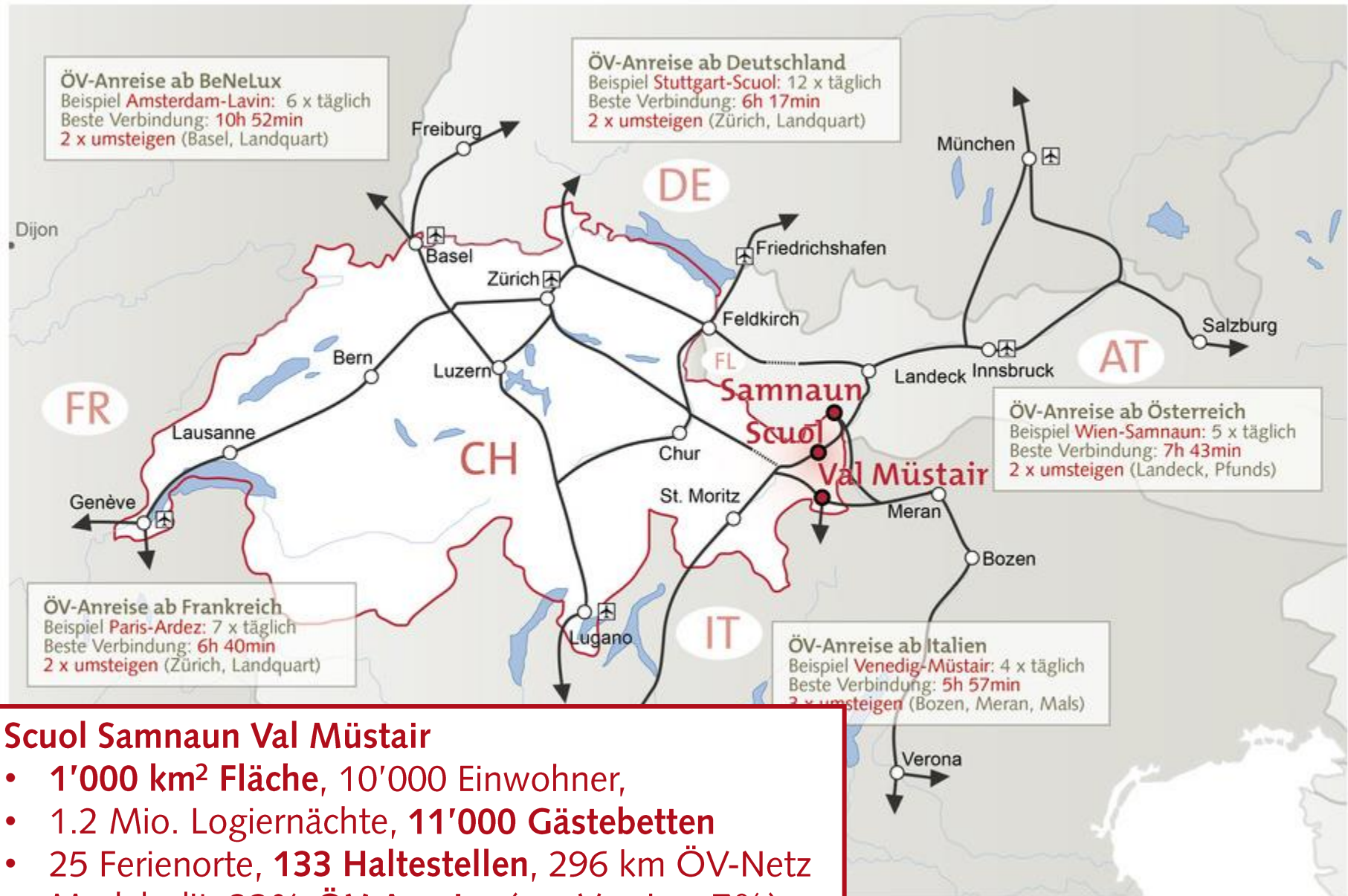
\* hotellerieuisse

\*\* Peder Plaz, Wirtschaftsforum Graubünden, Juni 2012



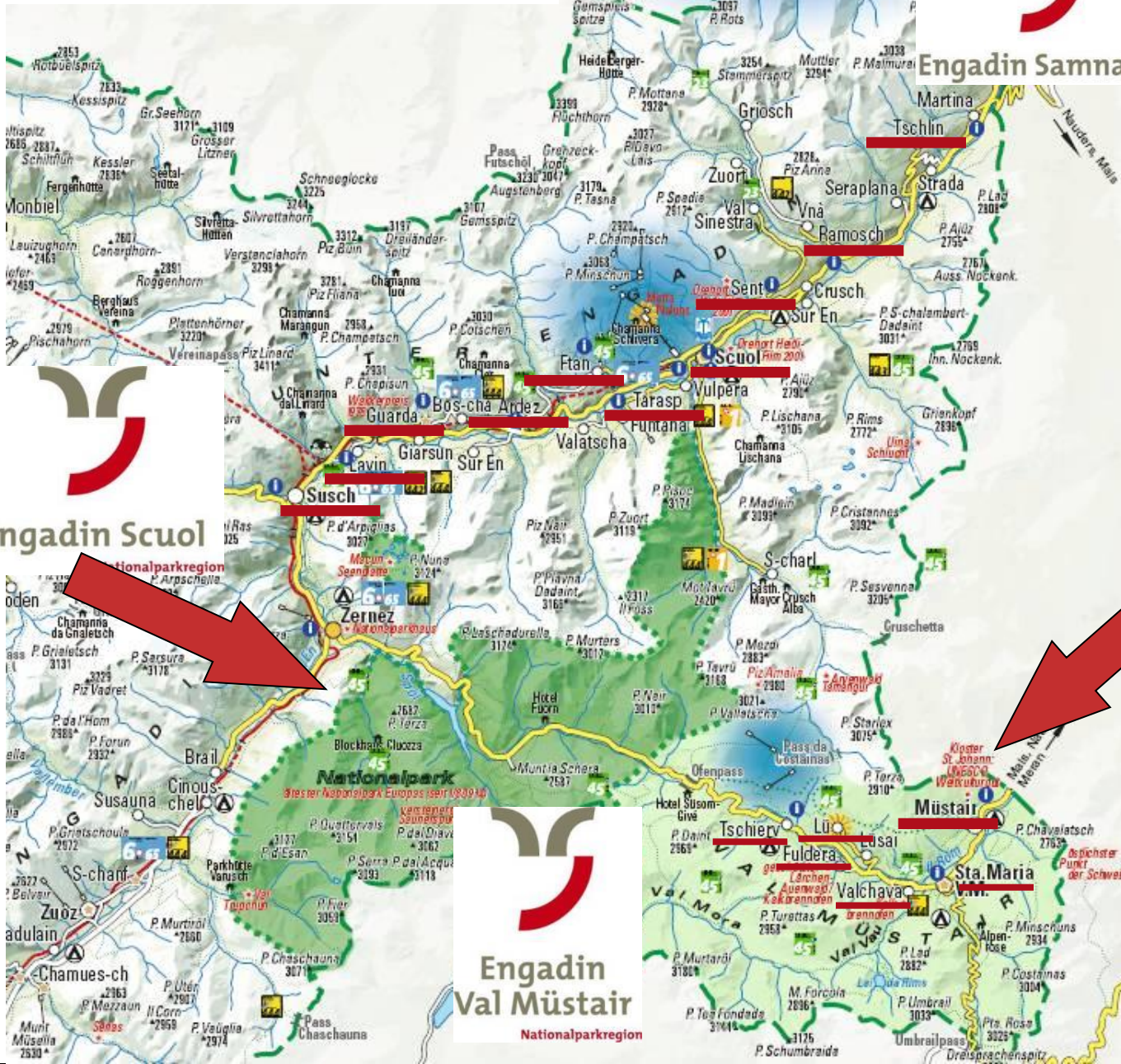
Modellregion für  
Nachhaltigkeit -  
Milestone 2011

# Scuol Samnaun Val Müstair: Wo wir sind.



## Scuol Samnaun Val Müstair

- 1'000 km<sup>2</sup> Fläche, 10'000 Einwohner,
- 1.2 Mio. Logiernächte, 11'000 Gästebetten
- 25 Ferienorte, 133 Haltestellen, 296 km ÖV-Netz
- Modalsplit: 23% ÖV-Anreise (vor Vereina: 7%)





## Im Überblick.

- **10'000 Einwohner/innen, 993 Quadratkilometer**
- **1 Tourismusorganisation – DMO (TESSVM)**
- **5 Gemeinden: Scuol (Scuol-Tarasp/Vulpera-Sent-Ftan-Ardez-Guarda) Zernez (Susch-Lavin), Valsot (Ramosch-Vnà, Tschlin), Samnaun, Val Müstair**
- **122 Hotels (4'300 Betten)**
- **910 Ferienwohnungen (7'270 Betten)**
- **1,1 Mio Logiernächte**
- **340 Pistenkilometer, 1'550 km Wanderwege (250 km Winterwanderwege), 830 km Bike-Wege**
- **Top-Events von Dorf- bis Weltformat**



# Vor 2011 (erste Euro-Schwäche) waren wir erfolgreich.

Tab. 0-3 Die 15 erfolgreichsten Destinationen im Alpenraum

Rang 2010	Destination	Region	TOPINDEX 2010	Index Entw.	Index Ausl.	Index Preis	Rang 2009	Rang 2008	Rang 2007
1	Grossarlal	Salzburg	<b>5.2</b>	5.8	5.9	3.6	1	1	6
2	Serfaus-Fiss-Ladis	Tirol	<b>4.8</b>	4.5	5.2	4.3	5	7	3
3	Kleinwalsertal	Vorarlberg	<b>4.7</b>	3.2	5.4	4.6	2	3	8
3	Rennweg / Katschberg	Kärnten	<b>4.7</b>	5.2	5.8	2.6	3	6	1
5	Luzern	Zentralschweiz	<b>4.7</b>	5.4	5.1	3.6	11	4	5
6	Achensee	Tirol	<b>4.6</b>	3.5	6.0	3.0	4	8	7
7	Salzburg und Umgebung	Salzburg	<b>4.6</b>	4.5	4.6	4.5	15	10	4
8	Tux - Finkenber	Tirol	<b>4.5</b>	4.3	5.4	3.3	9	8	9
9	Engelberg	Zentralschweiz	<b>4.5</b>	4.8	4.9	3.7	20	5	9
10	Zermatt	Wallis	<b>4.5</b>	3.8	4.9	4.3	6	2	2
11	Mayrhofen	Tirol	<b>4.4</b>	3.5	5.3	3.5	7	17	15
12	Scuol	Graubünden	<b>4.4</b>	4.5	4.4	4.3	12	32	29
13	Seiser Alm	Südtirol	<b>4.4</b>	4.2	4.6	4.1	9	13	11
14	Tiroler Zugspitz Arena	Tirol	<b>4.3</b>	4.3	4.7	3.8	17	22	69
15	Gröden	Südtirol	<b>4.3</b>	4.2	4.3	4.3	18	20	16



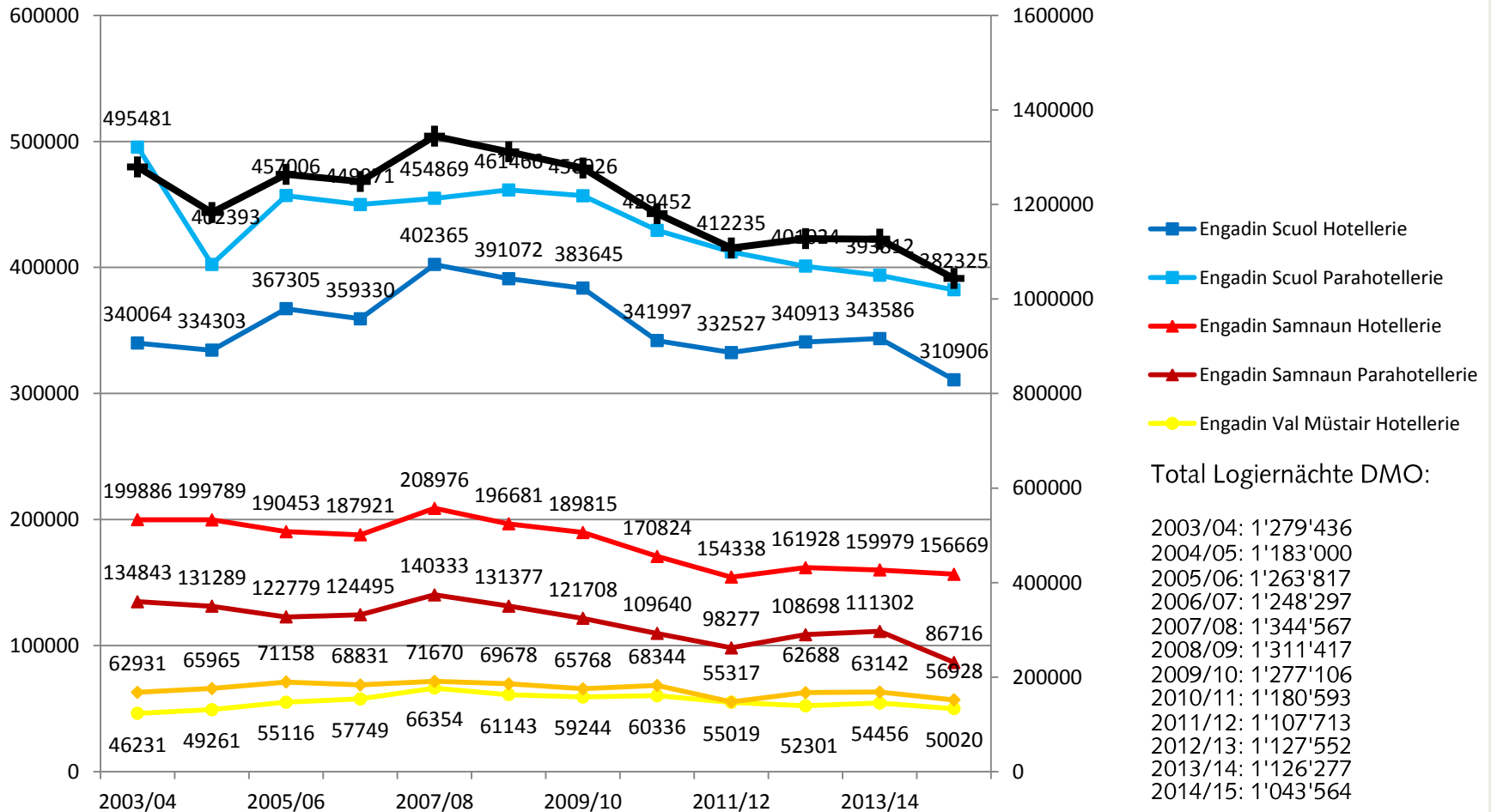
«BAK TOPINDEX» Tourismusjahr, Mittelwert Alpenraum = 3.5

Quelle: BAKBASEL



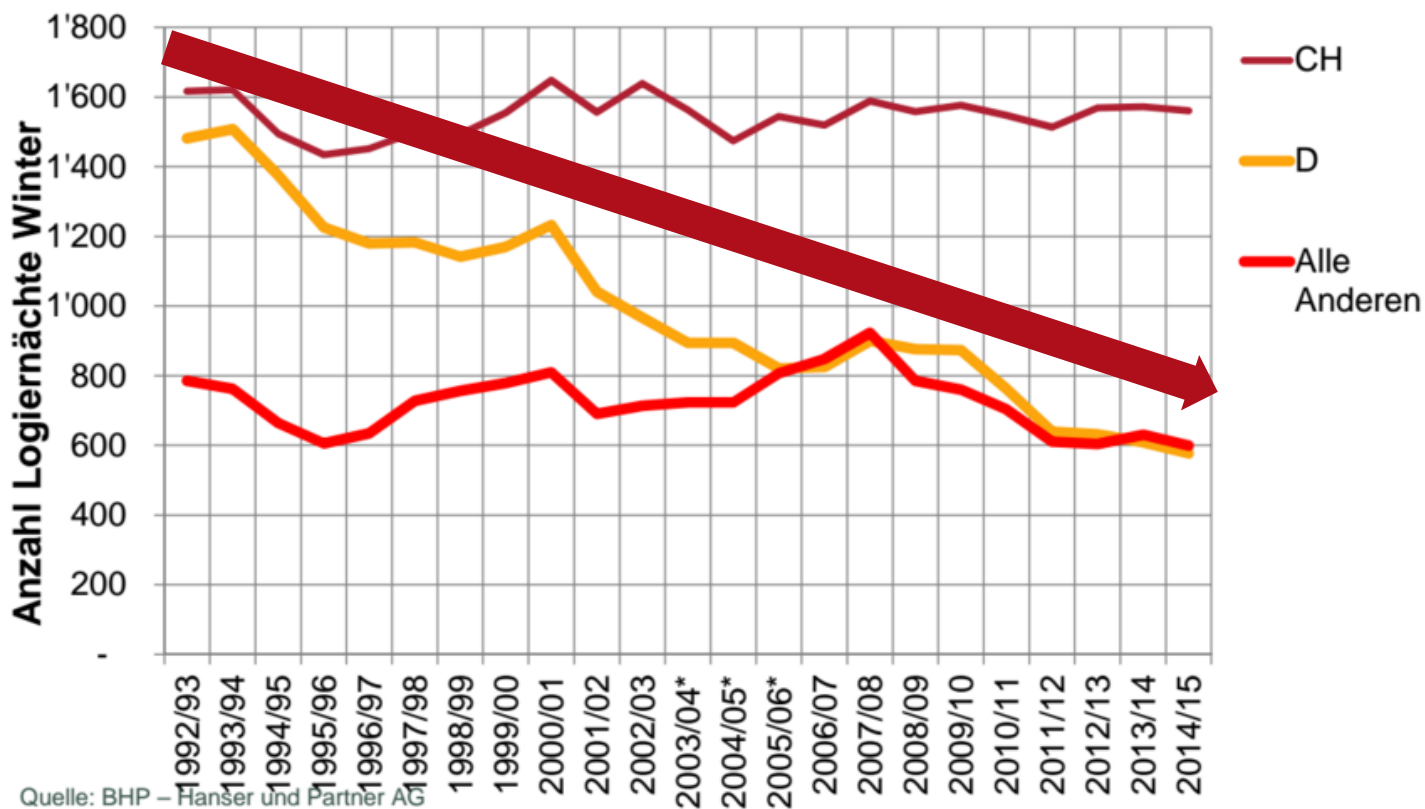
# Logiernächte-Entwicklung im Schatten des Wechselkurses.

## Logiernächte-Entwicklung 2003 - 2015 Hotellerie und Parahotellerie



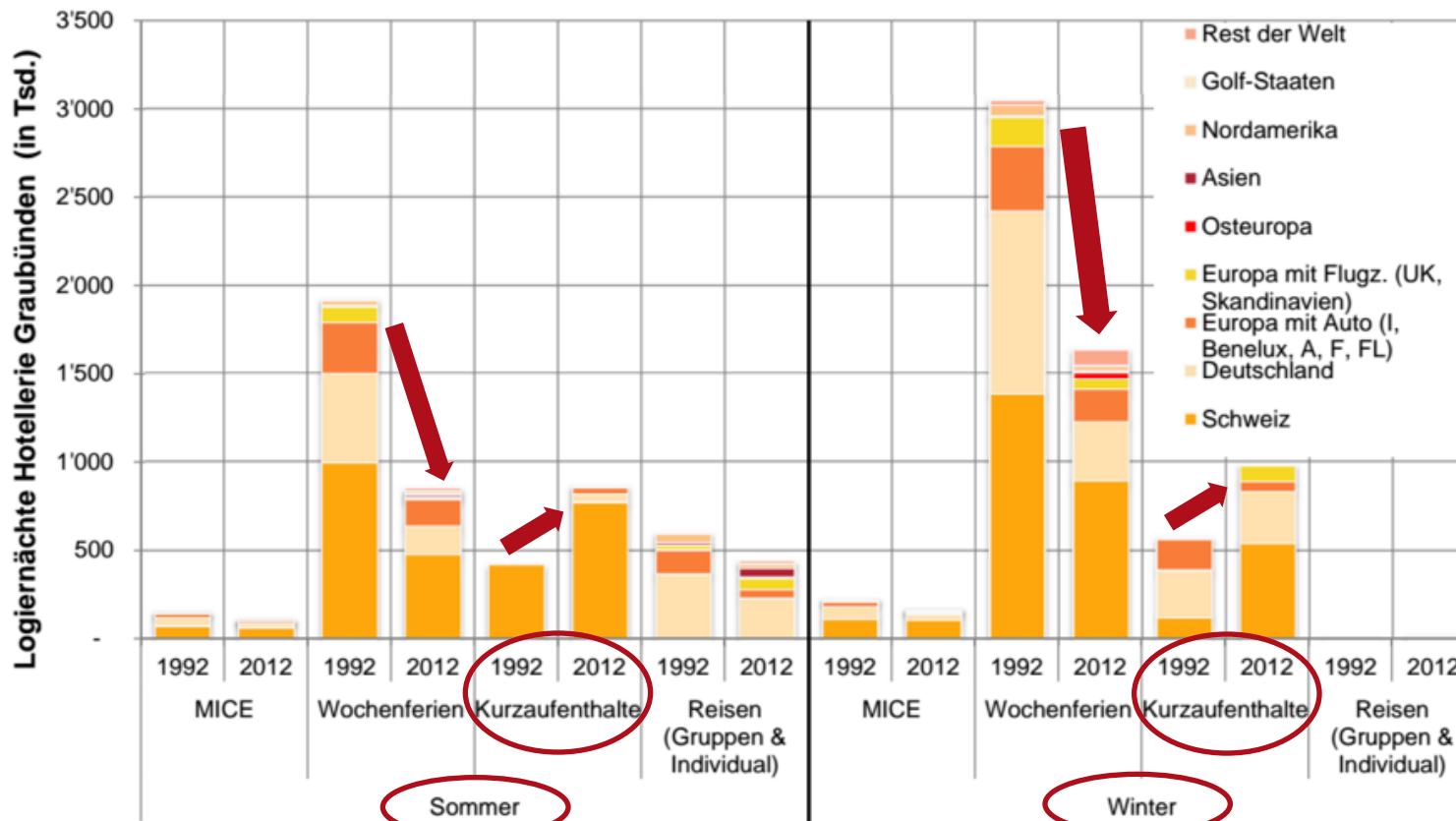
Graubünden hat den deutschen Markt verloren ...

Entwicklung der Hotellogiernächte in GR in der Wintersaison

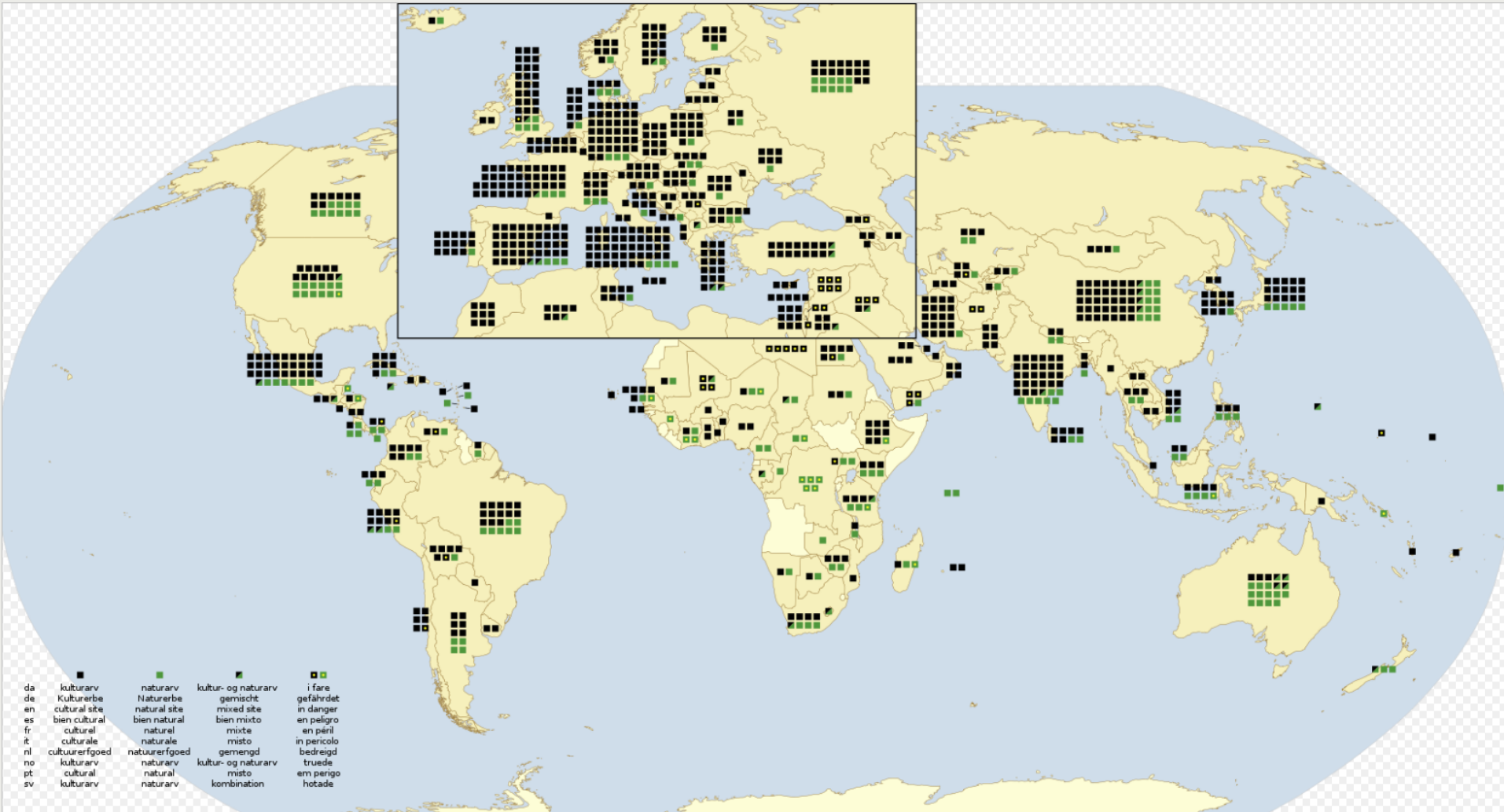


## Kurzaufenthalte ist ausserhalb Preiswettbewerb und eine entscheidende Grösse im Bündner Tourismus

Logiernächte in der Bündner Hotellerie 1992 und 2012 nach strategischen Geschäftsfeldern



# Welterben schaffen Orientierung.



Quelle: Wikipedia, Unesco Welterben, 1.10.16



# Welterben sind anziehend (Erlebnisarantie in kurzer Zeit).

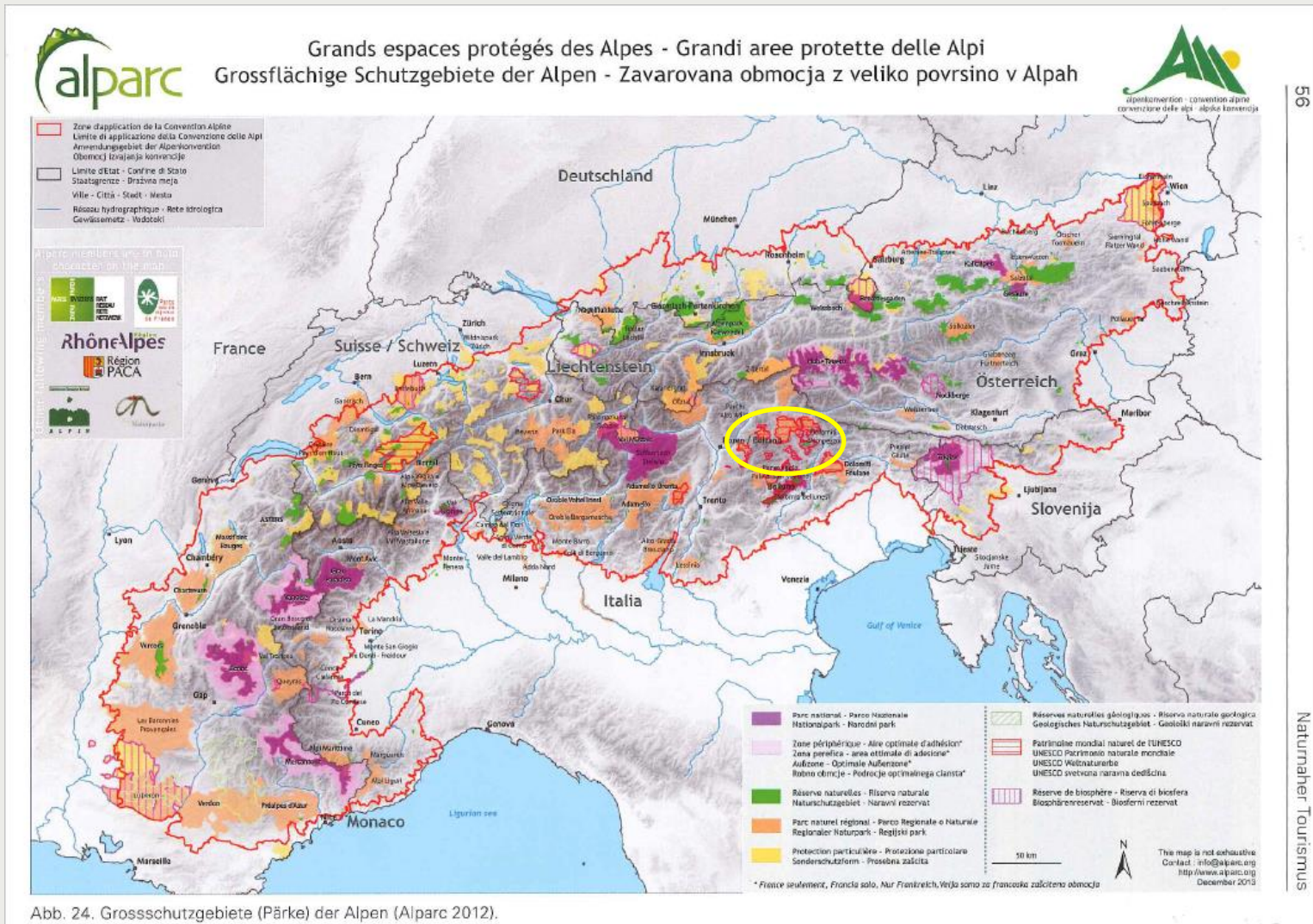


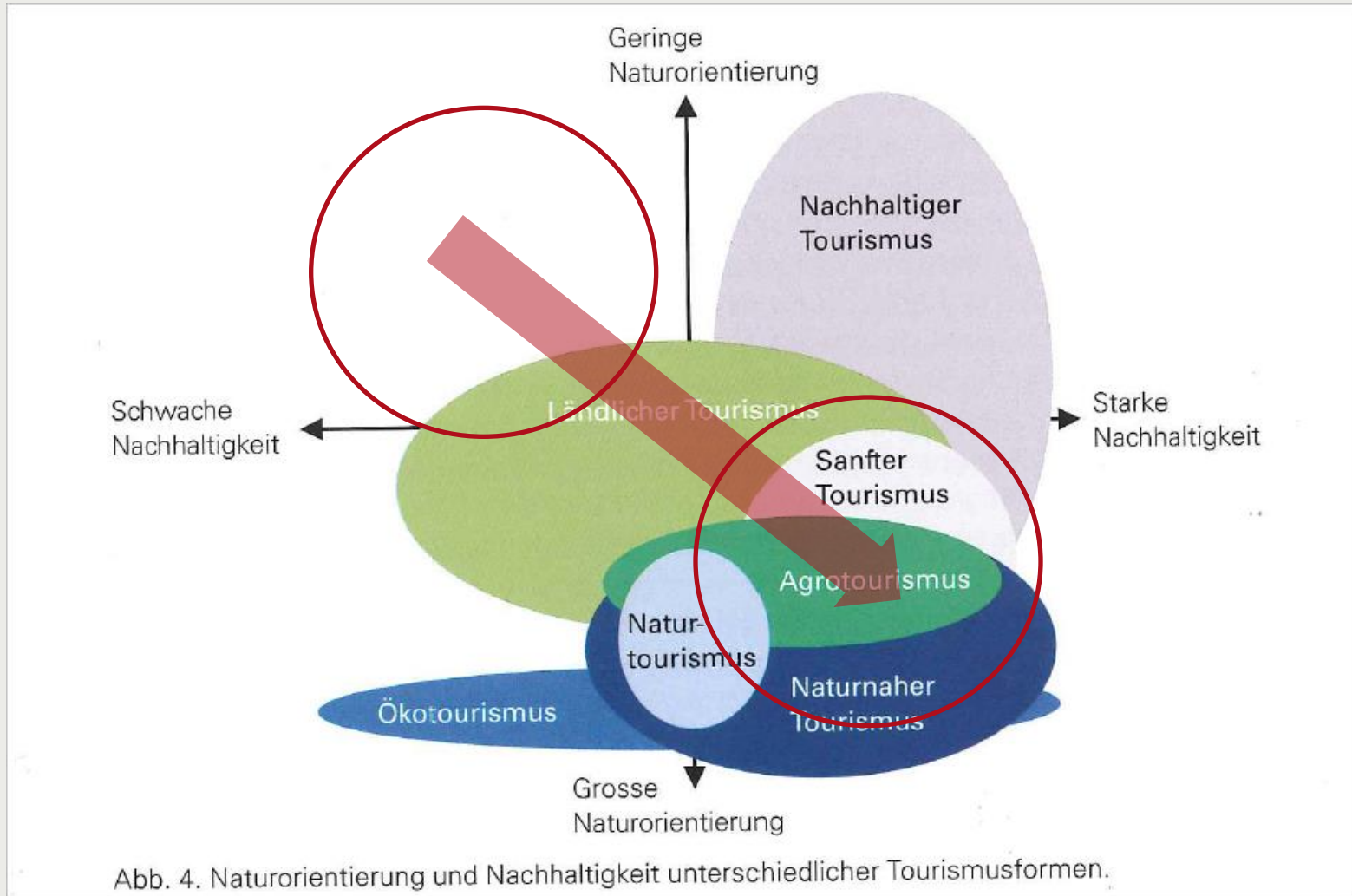
Abb. 24. Grossschutzgebiete (Pärke) der Alpen (Alparc 2012).

Quelle: Wikipedia, Unesco Welterben, 1.10.16



Modellregion für Nachhaltigkeit - Milestone 2011

# Die Nachfrage bleibt hoch. Aber ev. kommen die «falschen» Kunden.



Quelle: Naturnaher Tourismus, Verlag Haupt, Bern



Modellregion für  
Nachhaltigkeit -  
Milestone 2011



# 102 Jahre Schweizerischer Nationalpark.



- Die jährliche Wertschöpfung durch den SNP-Tourismus beträgt ca. CHF 20 Mio.
- Durchschnittliche Ausgaben eines Hotelgastes: 158 CHF (2011)
- 60 % der Gäste sind Wiederbesucher
- Anzahl Besucher: 100'000 bis 150'000
- 5'000 Personen nehmen an einer geführten Exkursion teil
- Die Cluozza-Hütte ist mit 4'500 Sommerübernachtungen eine der Top 5 Hütten in der Schweiz
- 80 Prozent der Besucher sind Schweizer

Quelle: Schweiz. Nationalpark, Hans Lozza

# Erste Erkenntnisse

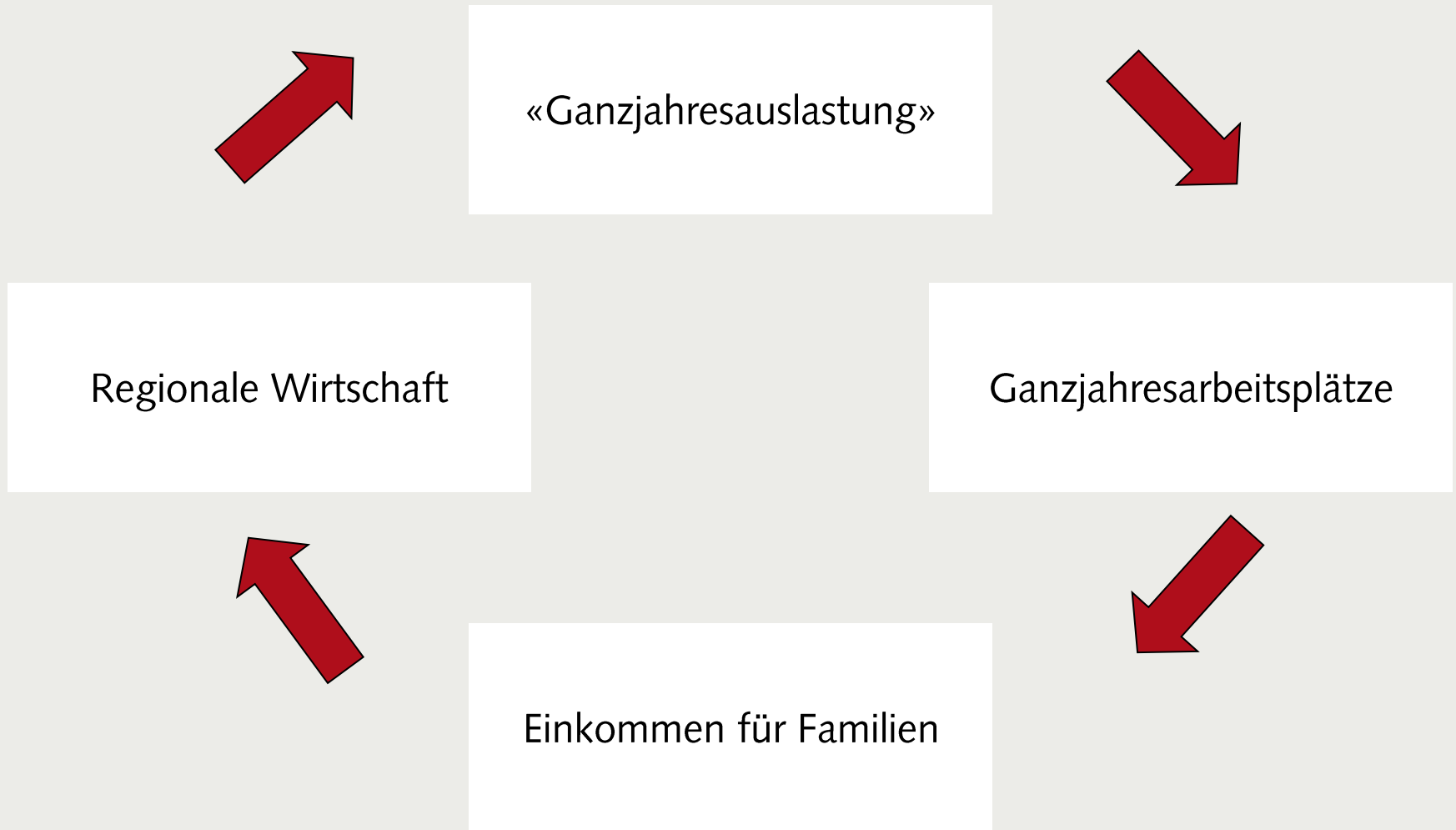
- Unsicherheiten begleiten uns
- Die Erwartungen der Gäste steigen
- Tempo und Komplexität des Konsums und der Themen nehmen zu
- Kooperationswille und -fähigkeit steigen ev. nicht gleich schnell

Das heisst:

- Auf den Hauptauftrag konzentrieren (DMO = Marketing)
- Einen Beitrag zum Konsens zu leisten versuchen (alle)
- Auf das effektive Potenzial konzentrieren (alle)

# Konsens

# Credo: Die Auslastung ausdehnen, die Lasten verteilen.



# Dreidimensionale Nachhaltigkeit für unsere Destination.

## Beispiele der Beeinflussung:

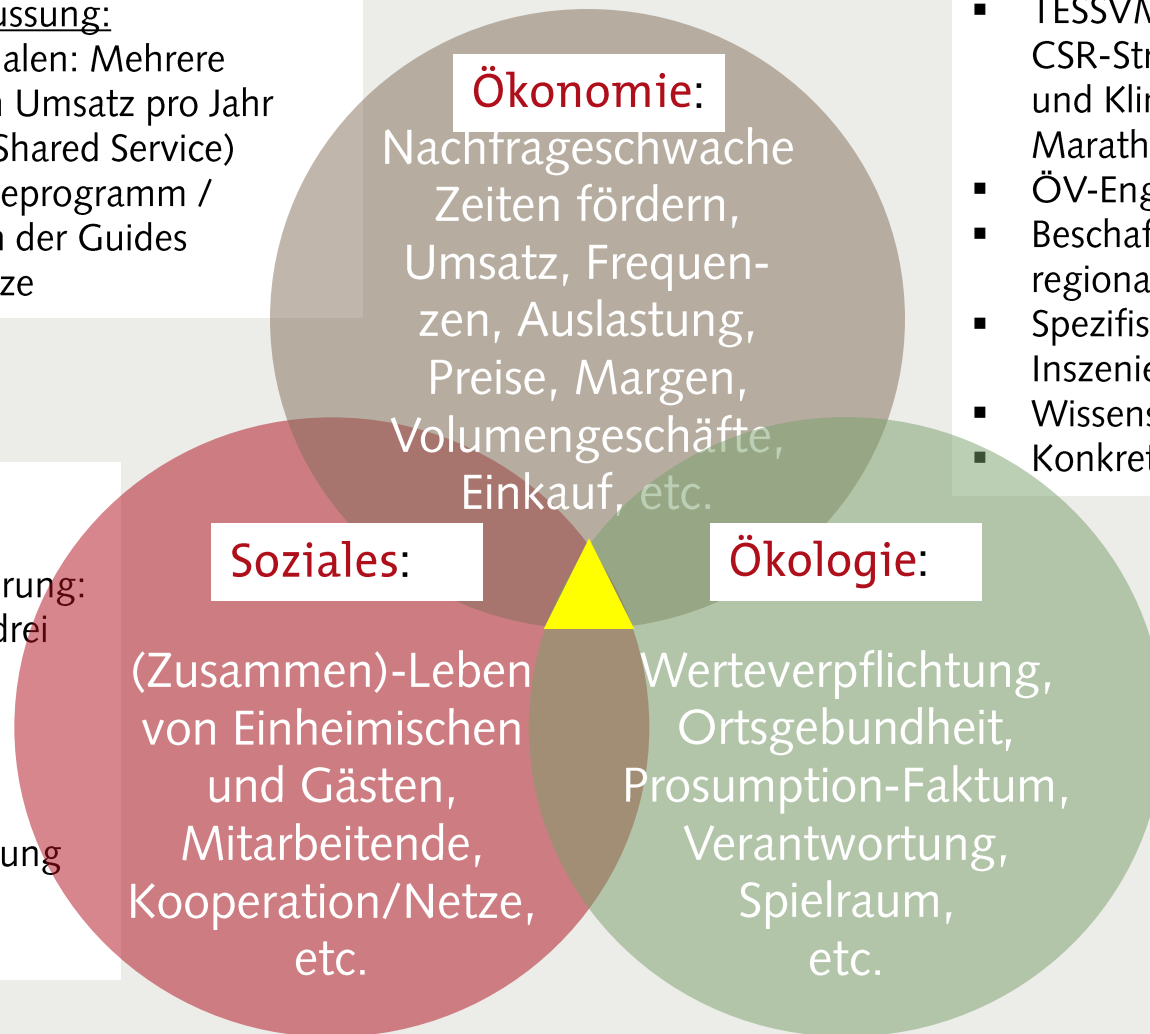
- Buchbare Pauschalen: Mehrere 100'000 Franken Umsatz pro Jahr
- Vertrieb: 5% + (Shared Service)
- Frequenzen Gästeprogramm / Entschädigungen der Guides
- Neue Arbeitsplätze

## Beispiele der Beeinflussung:

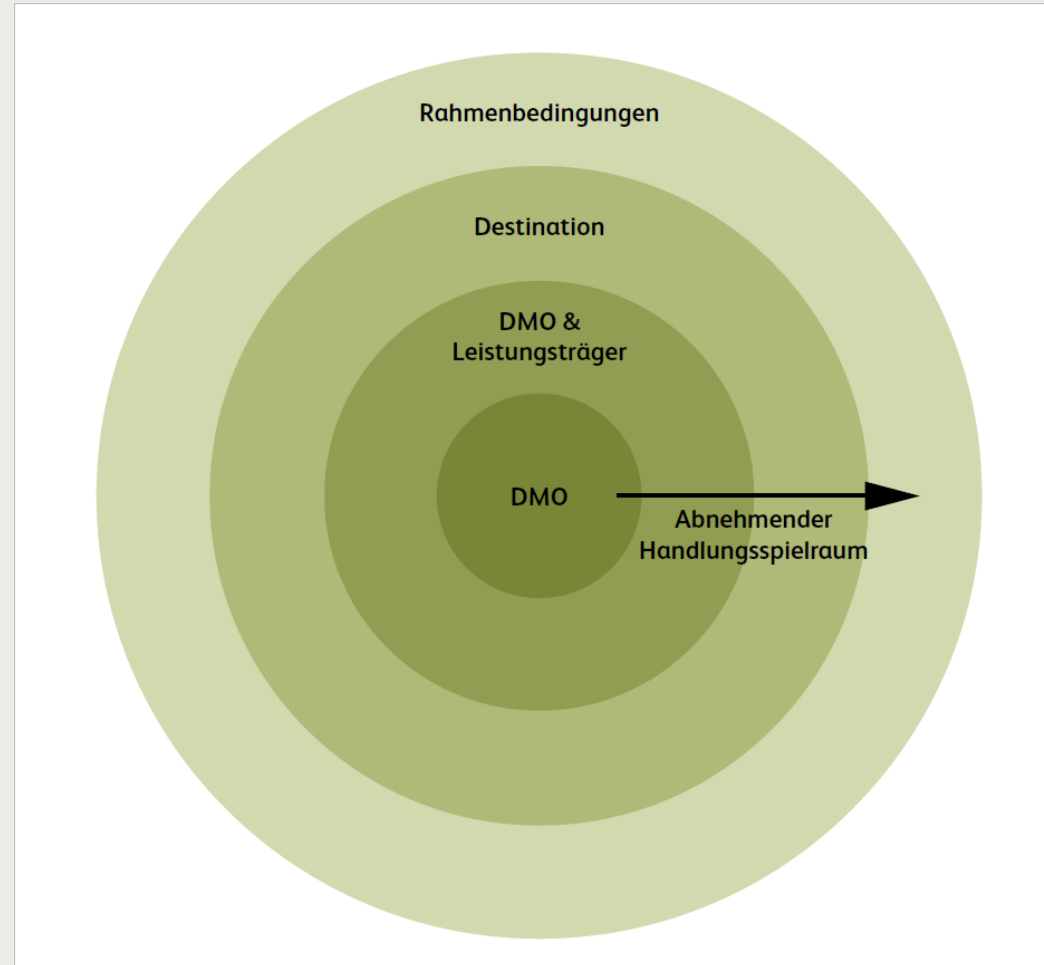
- Nachwuchsförderung: Drei Lernende, drei Praktikanten
- Governance: Mitsprache/-gestaltung
- Bildung, Vermittlung
- Stärkenbasierte Strategie (DNA)

## Beispiele der Beeinflussung:

- TESSVM: Freiwillige CSR-Strategie (z. B. Firma- und Klimaneutralität; Bike-Marathon: dito)
- ÖV-Engagement
- Beschaffungsmanagement regional bis national
- Spezifische Erlebnis-Inszenierung
- Wissensaustausch (ZHAW)
- Konkrete Projekte



# Beeinflussbarkeit realistisch einschätzen.



Quelle: hslu.ch

# Unsere «DNA».

**Nationalpark,**  
intakte Natur

**Typische Dörfer,**  
Brauchtum, Sprache

**UNESCO, Biosphäre**  
Welterbe Kloster  
**St. Johann Müstair**

Events: Clauwau,  
Frühlingssehneefest,  
Bike-Marathon, andere

Bogn Engiadina  
Scuol

**Einh. Produkte,**  
Zollfrei einkaufen

Winter: Samnaun,  
Motta Naluns;  
Minschuns

Mountainbike



Modellregion für  
Nachhaltigkeit -  
Milestone 2011



«Man muss das wollen, ...»



Scuol, San Jon





Wie tun wir das

# Unsere Positionierung/unsere Themen (Ausgangslage: Strategie DMO).

Winter	Sommer/Herbst	Gesundheit und Wellness	Zollfrei Shopping	Natur/Kultur
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ski</li> <li>• Snowboard</li> <li>• Langlauf</li> <li>• Schlitteln</li> <li>• Winterwanderwege</li> <li>• Ski- und Schneeschuhtouren</li> <li>• Eisfelder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bike- und Wanderwege</li> <li>• Spazierwege</li> <li>• Spielplätze, Feuerstellen</li> <li>• Golf</li> <li>• Nordic Walking</li> <li>• Seilpark</li> <li>• Rafting, Kanu</li> <li>• Klettersteige</li> <li>• Trottinett</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bogn Engiadina Scuol</li> <li>• Alpenquell Erlebnisbad Samnaun</li> <li>• Frei- und Hallenbäder</li> <li>• Gesundheitsregion</li> <li>• Quellen und Wasser</li> <li>• Nukleus Büvetta Nairs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zollfreies hochalpines Einkaufserlebnis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schweiz. Nationalpark</li> <li>• Biosfera, Naturpark</li> <li>• Natur und Landschaft</li> <li>• UNESCO-Welterben</li> <li>• Engadiner Feriendörfer</li> <li>• Brauchtümer, Traditionen</li> <li>• Romanische Sprache</li> <li>• Kirchen, Klöster und Schlösser</li> <li>• Museen</li> <li>• Einheimische Produkte</li> </ul>
<b>Saisonal</b>		<b>Ganzjährig</b>		
<b>Öffentlicher Verkehr</b>				
<b>Events</b>				

# Positionierung Produktlinie Natur und Kultur

P  
A  
R  
T  
N  
E  
R  
S  
C  
H  
A  
F  
T  
E  
N

Ö  
V  
/  
P  
W  
/  
B  
U  
S  
/  
T  
O  
U  
R  
I  
N  
G

Schweizerischer  
Nationalpark  
Biosfera, RNP

Top-Erlebnisse: Votr,  
Führungen, Exkurs.

Diverse Natur-/Kultur-Anlässe

Integrierte Angebote (So / Winter),  
Agrotourismus

Kooperationen (Netzwerk), z. B. Nairs

Kommunikation (elektronisch und Print)

Angebote und Leistungen (Pauschalen, einzel)

SNP-Hotels, Unterkünfte, (Wander-)Führer, Partner

Bewusstseinsbildung

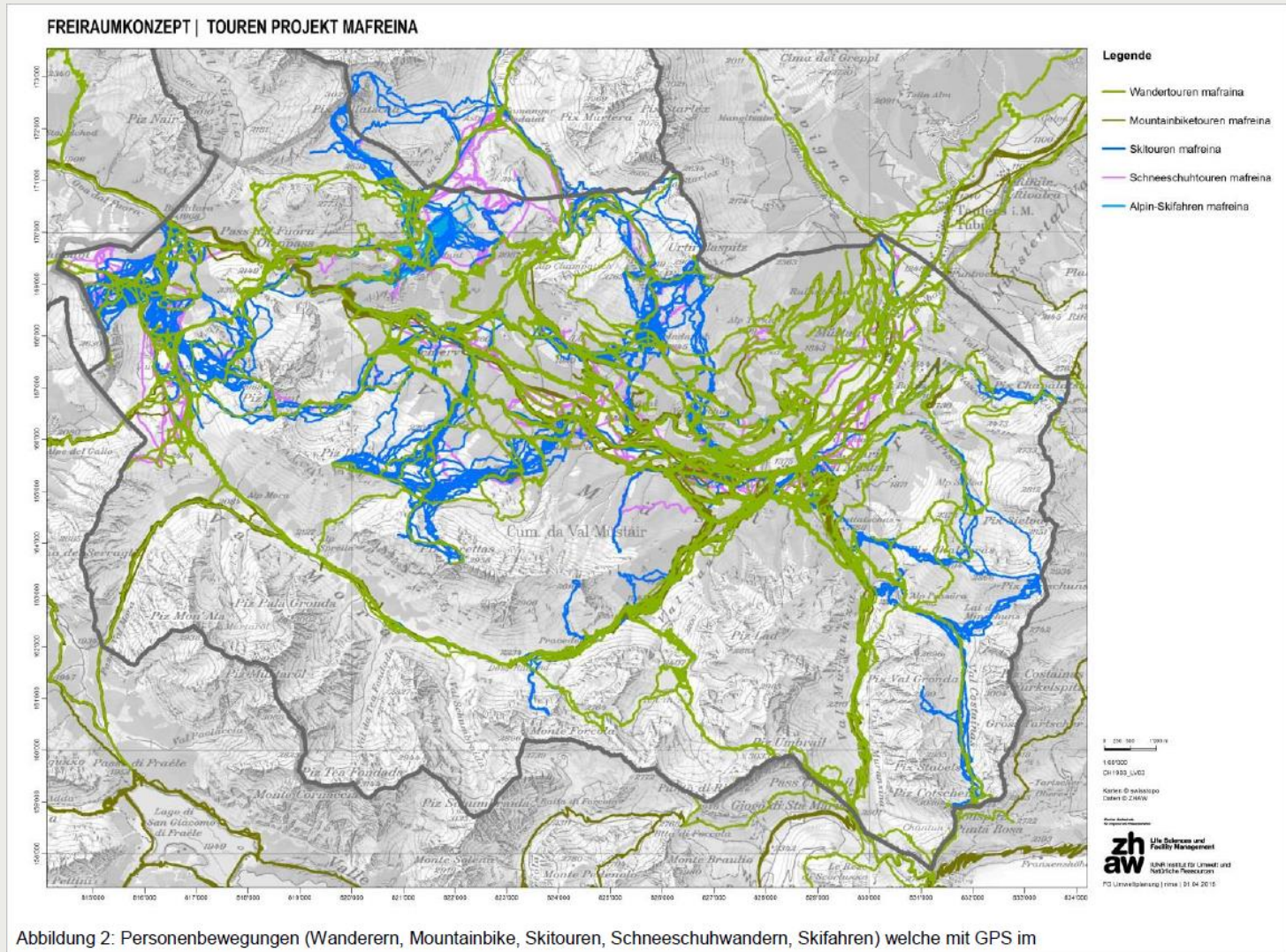
Infrastruktur und Inszenierung: SNP, RNP, SNP-Zentrum, Wege, Museen,  
Dorfbilder, Landschaft des Jahres, etc.

«Natur-/Kultur-Bewegung»  
(Virus)



Modellregion für  
Nachhaltigkeit -  
Milestone 2011

# Die Besucherströme kennen, dann lenken.

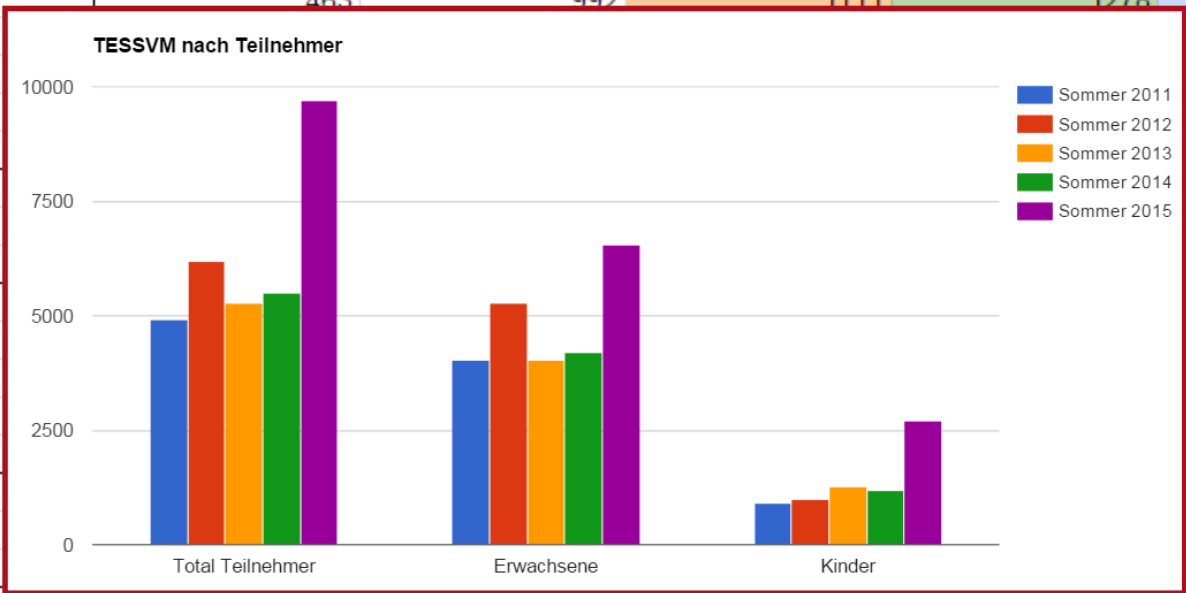


Quelle: Freiraumkonzept «Mafreina», Val Müstair, zhaw



# Gästeprogramm: Rekorde mit Erlebnis-Fokus.

Auswertung "Ausgewählte Erlebnisse Sommer 2015"					
TESSVM	Sommer 2011	Sommer 2012	Sommer 2013	Sommer 2014	Sommer 2015
Total Teilnehmer	4927	6198	5287	5509	9687
Erwachsene	4024	5265	4026	4189	6545
Kinder	903	1008	1261	1182	2698
Total Veranstaltungen	463	992	1111	1278	1273
Abgesagte					555
Durchgeführte					1114
<b>Engadin Samnaun</b>					
Total Teilnehmer					906
Erwachsene					746
Kinder					160
Total Veranstaltungen					192
Abgesagte					56
Durchgeführte					136
<b>Engadin Scuol</b>					
Total Teilnehmer					7482
Erwachsene					5092
Kinder					2390
Total Veranstaltungen	463	716	843	937	900
Abgesagte	174	352	367	366	407
Durchgeführte	289	364	476	571	859
<b>Engadin Val Müstair</b>					
Total Teilnehmer	0	393	251	662	1299
Erwachsene		318	189	400	1151
Kinder		75	62	262	148
Total Veranstaltungen	0	100	84	162	181
Abgesagt		43	29	75	92
Durchgeführt		57	55	87	119



Nachwächigkeit  
Milestone 2011

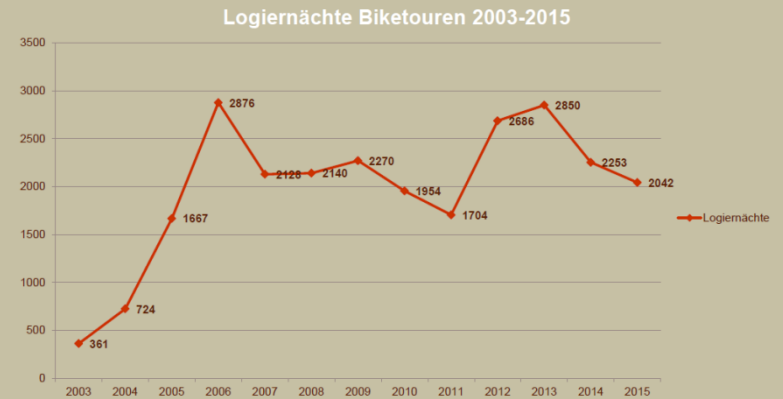
Bike-Touren weiter wichtig, haben aber zwischenzeitlich verloren.

# Nationalpark / Uina Bernina Bike-Touren

## - Auswertung 2015 & Planung 2016



### Logiernächte-Entwicklung (Stand 30.11.2015)



Total seit 2003, in 13 Jahren: 25'655 Logiernächte

Scuol Samnaun Val Müstair

Andrea Badrutt, Chur

Scuol Samnaun Val Müstair air

# Kontinuität: 10 Jahr Via Engiadina

## Kooperation «Via Engiadina»: Auswertungssitzung 2015

### Logiernächte-Entwicklung (Stand 31.10.2015)

	2011	2012	2013	2014	2015
Total gebuchte Touren	221	84	114	92	63
Total Logiernächte	1688	778	1051	884	564
Anzahl Personen	363	143	159	163	117
Durchschn. Pax-Zahl	1.64	1.70	1.39	1.77	1.83
Durchschn. Aufenthalt	5.17	5.44	4.67	5.42	4.47
Umsatz	263'616	95'574	133'930	115'081	68'714
<i>Aufteilung:</i>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Wikinger-Reisen	274LN/22B	277LN/20B	113LN/ 9B	195LN/13B	112LN/ 8B
New Experience	82LN/ 5B	34LN/ 2B	48LN/ 3B	44LN/ 3B	74LN/ 5B
Ameropa		21LN/ 2B	25LN/ 2B		
Medewerker		63LN/ 5B	112LN/ 9B	126LN/ 9B	14 LN/ 1B
4-8 Tage	1'376LN/121B	353LN/46B	603LN/62B	404LN/43B	274LN/32B
3-Tagespauschale	366LN/ 66B	30LN/ 9B	136LN/29B	115LN/23B	90 LN/17B

**Total: 565 Logiernächte**

**Abnahme gegenüber 2014: -35%**

**= Grosse Abnahme an Deutschen Gästen und Gäste aus EU**

 Scuol Samnaun Val Müstair

Area Badrutt, Chur

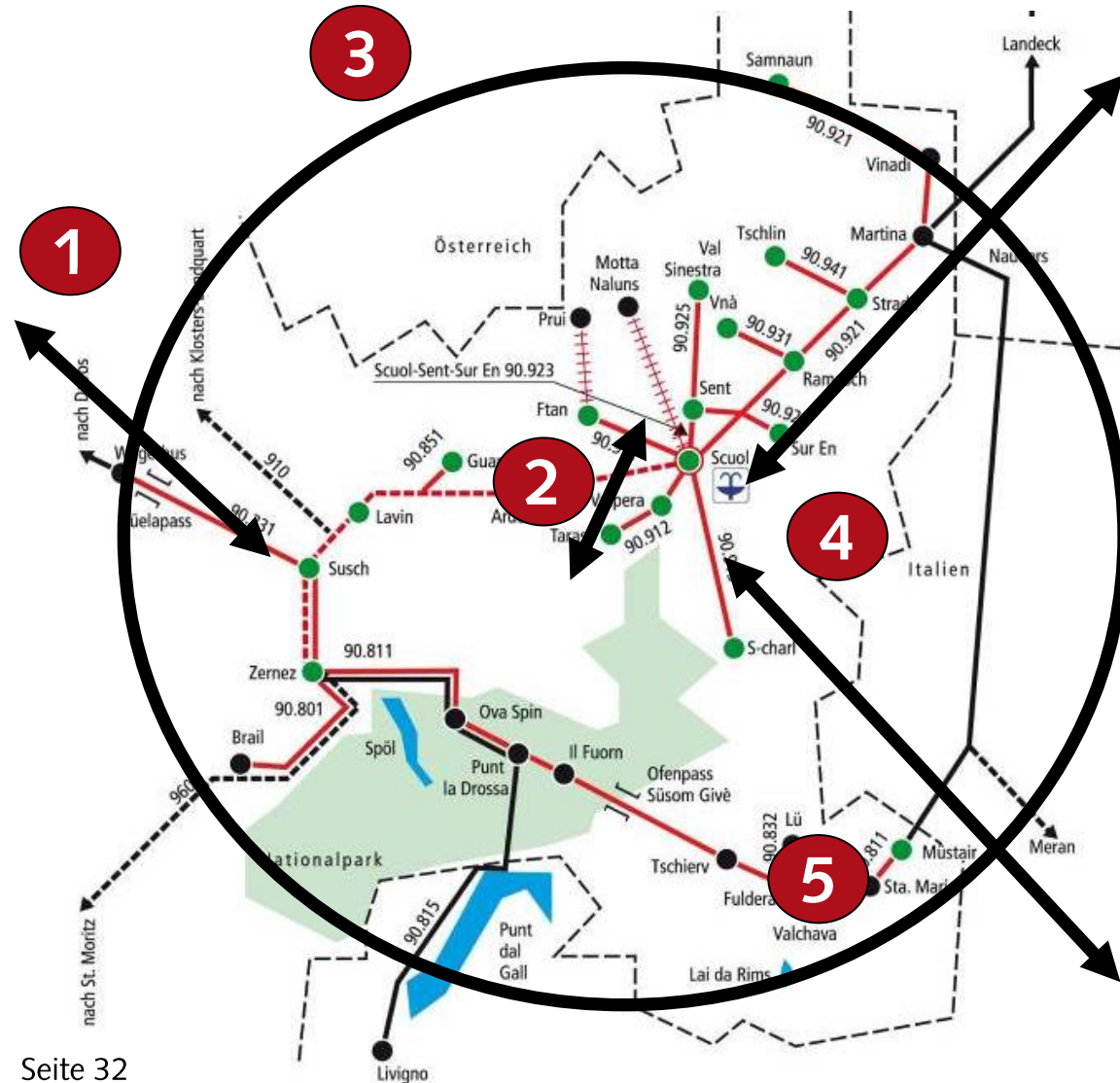
Scuol, 16. Dezember 2015

 Scuol Samnaun Val Müstair



Milestone 2011

# Engagement im öffentlichen Verkehr ist (mit-)entscheidend



1. Optimierung der Anreise
2. Verdichtung, Optimierung des Angebots vor Ort
3. Pauschalen, Produkte Bündelung
4. „ÖV-Kreisel Nationalparkregion“
5. Grenzübergreifende Visionen



# Auf den gebracht:

1. **Konsens**: Man muss das gemeinsam wollen.
2. **Nutzen und schützen schliessen sich nicht aus**: Die konsequente Umsetzung ist wichtig. Schützen/verknappen kann zu mehr Nachfrage führen...
3. **Das richtige Tempo**: Angebotsentwicklung ist immer ein Dauerlauf und nie ein Sprint. Insbesondere nicht im Bereich "Natur und Kultur".
4. **Ein Schlüssel ist der öffentliche Verkehr**: Da braucht es aber alle Akteure.
5. **Angebote kombinieren**: Denn Anziehungskraft garantiert alleine keine Wertschöpfung.
6. **Vorsicht vor Fallen**: Erlebnisse einfach/kurz zu kommunizieren ist anspruchsvoll, vor allem, wenn die Qualität nicht leiden soll. Verwässert ist schnell.

# Fragen und Antworten



Urs Wohler, [u.wohler@engadin.com](mailto:u.wohler@engadin.com), fb, Twitter, LinkedIn