

Bedarfsanalyse für touristische Angebote im Kanton Graubünden für Angehörige der Armee

Tanja Bügler und Andrea Zeller



Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangslage	2
1.1	Ziel.....	2
1.2	Vorgehen.....	3
1.3	Einschränkungen.....	4
2	Resultate.....	5
2.1	Freizeitangebote und touristische Angebote von Interesse.....	5
2.2	Bedingungen	6
3	Empfehlungen.....	8
3.1	Empfehlungen für touristische Leistungsträger und Leistungsträgerinnen	9
3.2	Empfehlungen für Gemeinden.....	12
3.3	Empfehlungen für die Schweizer Armee.....	13
4	Fazit und Schlussbemerkungen.....	15
5	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis.....	16
6	Literaturverzeichnis	16
	Anhang.....	XVII
	Anhang A: Freizeitangebote/touristische Angebote von Interesse für RS.....	XVII
	Anhang B: Freizeitangebote/touristische Angebote von Interesse für WK.....	XVIII

1 Ausgangslage

Die Infanterie Rekrutenschule 12 in Chur bildet jährlich 800 Kader und Soldaten zu Infanteristen aus (Schweizer Armee, 2019). Zusammen mit den Wiederholungskursen, leisten die Armeeangehörigen (Kader, Wiederholungskurse, Rekrutenschule) im Kanton Graubünden jährlich bis zu 200'000 Dienstage (Amt für Militär und Zivilschutz (AMZ) Graubünden, 2018).

In der Dienstzeit steht den Angehörigen der Armee (AdA) in der Regel an einem bis maximal an drei Abenden unter der Woche sogenannter «Ausgang» zu. Während Wiederholungskursen, speziell bei Veranstaltungen wie bspw. dem WEF, bei welchen viel Personal zur Verfügung stehen muss, steht den Armeeangehörigen bis zu einem Drittel ihrer Dienstzeit als Freizeit zur Verfügung. Während diesen Ausgängen und Freizeit darf die Kaserne in einer gewissen Zeitspanne eigenständig verlassen werden. Was die Armeeangehörigen in dieser Zeit unternehmen steht ihnen mehrheitlich frei, allerdings muss die militärische Kleidung (Tenue A) getragen werden. Je nach Standort der Kasernen ist das Freizeitangebot für die Armeeangehörigen stärker eingeschränkt und es kommt zu lokal erhöhtem Aufkommen an uniformierten Personen. Dies wird von der lokalen Bevölkerung, aber auch von den Armeeangehörigen selbst oftmals als unbefriedigend wahrgenommen. Ein breiteres Freizeitangebot für Angehörige der Armee würde die Situation vielerorts entspannen und zu einer höheren Zufriedenheit und einem besseren Verständnis der verschiedenen Anspruchsgruppen führen. Weiter bieten die Ausgänge und Freizeit der Armee auch wirtschaftliche Potenziale für die Gemeinden und ansässigen Unternehmungen.

Ein Grossteil der Armeeangehörigen, welche in Graubünden ihren Dienst leisten, ist nicht im Kanton Graubünden wohnhaft und reist nach Aussage des Militärs an den freien Wochenenden an den Wohnort zurück. Dies bedeutet, dass die Armeeangehörigen jeweils am Sonntagabend in den Kanton Graubünden reisen und am Freitagabend respektive Samstagmorgen den Kanton wieder verlassen. Für Graubünden als Tourismuskanton wäre es jedoch erfreulich, wenn die Armeeangehörigen das Wochenende als Gäste in der Region verbringen würden. Attraktive touristische Wochenendangebote könnten speziell für Armeeangehörige, welche lange An- und Abreisezeiten haben interessant sein.

Graubünden Ferien, die touristische Marketingorganisation des Kantons Graubünden, hat die touristischen und wirtschaftlichen Potenziale, welche die Armee im Kanton Graubünden freisetzt erkannt. Allerdings muss die konkrete Nachfrage von Armeeangehörigen nach Freizeitangeboten und touristischen Angeboten im Kanton Graubünden geklärt und die relevanten Rahmenbedingungen ermittelt werden.

1.1 Ziel

Im Auftrag von Graubünden Ferien analysiert das Institut für Tourismus und Freizeit (ITF) der Fachhochschule Graubünden den Bedarf der Armeeangehörigen an Freizeitangeboten und touristischen Angeboten im Kanton Graubünden. Konkret soll die Bedarfsanalyse folgende Fragestellungen beantworten:

- Besteht bei den Angehörigen der Armee ein Bedürfnis nach Freizeitangeboten und touristischen Angeboten im Kanton Graubünden?
- Welche Freizeitangebote und touristischen Angebote im Kanton Graubünden sind für Angehörige der Armee interessant?
- Welche Bedingungen müssen erfüllt sein, damit entsprechende Freizeitangebote und touristische Angebote durch die Angehörigen der Armee genutzt werden können?

Auf Basis der Resultate der Bedarfsanalyse sollen Empfehlungen für freizeitbezogene und touristische Leistungsträger, für Gemeinden und Tourismusdestinationen sowie für die Armee abgeleitet werden.

1.2 Vorgehen

Ein Informationsgespräch mit einem Hauptadjutanten, welcher im Kanton Graubünden u.a. für die kulturellen Programme in den Wiederholungskursen zuständig ist, bildet die Grundlage für das Vorgehen des Projektteams. Es dient dazu, die aktuellen Rahmenbedingungen, die rechtliche Situation sowie verfahrenstechnische Abläufe zu verstehen und somit mögliche Spielräume für Freizeitangebote und touristische Angebote der Angehörigen der Armee auf unterschiedlichen Hierarchieebenen (Rekruten, Soldaten, Kader) zu erkennen.

Die Nachfrage und Bedürfnisse der Armeeangehörigen nach Freizeit- und Tourismusangeboten im Kanton Graubünden wird mittels Fokusgruppengesprächen ermittelt. Die Fokusgruppe ist eine häufig eingesetzte Methode der qualitativen Markt- und Sozialforschung und kommt vorzugsweise dort zum Einsatz, wo ein tiefgehendes und umfangreiches Verständnis der Kundenbedürfnisse (in diesem Fall die der Armeeangehörigen) erforderlich ist (Institut für Wertprozessmanagement - Marketing Universität Innsbruck). Der Vorteil der moderierten und fokussierten Diskussion einer Gruppe in Fokusgruppengesprächen ist, im Gegensatz zu nacheinander geführten Einzelgesprächen, der gegenseitige Austausch und die Konfrontation mit Wahrnehmungen, Meinungen und Ideen anderer Diskussionsteilnehmenden. Der gruppendynamische Prozess führt zu einer intensiveren Auseinandersetzung mit dem Thema, wodurch deutlich mehr Informationen gesammelt werden können. (Schulz, 2012)

Um das Risiko von dominierenden Teilnehmenden, welche Richtung und Schwerpunkte des Gesprächs zu stark beeinflussen oder andere Diskussionsteilnehmende verunsichern (Institut für Wertprozessmanagement - Marketing Universität Innsbruck), zu minimieren, werden die Hierarchiestufen der Armee mittels unterschiedlichen Fokusgruppen berücksichtigt.

Ausserdem sind die Schulen/Truppen an unterschiedlichen Standorten stationiert. Die Erreichbarkeit von regionalen Zentren kann ebenfalls einen Einfluss auf die Nachfrage und Bedürfnisse nach Freizeit- und Tourismusangeboten haben. Daher werden Fokusgruppengespräche im städtischen Kontext von Chur sowie an Standorten, welche mindesten 1.5 Autostunden ausserhalb von Chur liegen berücksichtigt.

Das Projektteam des Instituts für Tourismus und Freizeit (ITF) der Fachhochschule Graubünden führt vier Fokusgruppengespräche durch, an welchen jeweils 10-15 Armeeangehörige unterschiedlicher Hierarchiestufen persönlich in vertiefenden Gesprächen befragt werden und diskutieren können (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Übersicht der vier Fokusgruppengespräch mit Angehörigen der Armee 2019 - 2020

Datum	Ort	Hierarchiestufe
18.09.2019 (Morgen)	Infanterieschule 12, Chur	Rekruten
18.09.2019 (Abend)	Infanterieschule 12, Chur	Soldaten
08.11.2019	M Flab Abt 32, S-Chanf	WK Soldaten
28.01.2020	Kp 29/1, Davos-Wiesen	WK-Soldaten inkl. Kader

Ein Fokusgruppengespräch dauert zwischen 45 und 60 Minuten und beinhaltet neben einer Aufwärmphase mittels einer Brainstorming-Aktivität drei Fragerunden. Dabei werden den Teilnehmenden die folgenden drei Fragen gestellt:

1. Welche Freizeitangebote resp. touristischen Angebote im Kanton Graubünden könnten für Angehörige der Armee wie Sie interessant sein?
2. Welche dieser Freizeitangebote resp. touristischen Angebote würden Sie nutzen?
3. Welche Bedingungen müssen erfüllt sein, damit Sie diese Angebote nutzen würden?

Die Erkenntnisse aus den Fokusgruppengesprächen werden vom Projektteam interpretiert. Die Projektmitarbeitenden des Instituts für Tourismus und Freizeit (ITF) der Fachhochschule Graubünden können auf vertieftes Fachwissen in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft zurückgreifen. Auf Basis dieser Analyse und Interpretation werden konkrete Empfehlungen für freizeitbezogene und touristische Leistungsträger, für Gemeinden und Tourismusdestinationen sowie für die Armee ausgearbeitet.

1.3 Einschränkungen

Teilnehmerzahl

Aufgrund der geringen Anzahl an Teilnehmenden in den Fokusgruppengesprächen (4 Fokusgruppen à 10-15 Angehörige der Armee) sind die Ergebnisse dieser Bedarfsanalyse nicht repräsentativ und können nicht generalisiert werden. Die Empfehlungen beziehen sich folglich auf die Ergebnisse aus den spezifischen Fokusgruppengesprächen.

Auswahl der Teilnehmenden

Die Auswahl der Teilnehmenden an den Fokusgruppengesprächen kann auf das Ergebnis einen entscheidenden Einfluss haben. Bei den Fokusgruppengesprächen dieser Bedarfsanalyse stellen die Hierarchiestufen (Rekruten, Soldaten, Kader) den entscheidenden Faktor dar. Welche Personen innerhalb der gewünschten Hierarchiestufe an den Gesprächen teilnehmen ist Gegenstand der Verfügbarkeit der Armeeangehörigen. Da jedoch die Methode der Fokusgruppen keinen Anspruch auf Repräsentativität der Ergebnisse stellt (Schulz, 2012), ist ein solches Convenient Sample in diesem Fall ausreichend.

Örtlichkeit und Dauer der Fokusgruppe

Idealerweise finden Fokusgruppengespräche an einem unabhängigen und neutralen Ort statt (Institut für Wertprozessmanagement - Marketing Universität Innsbruck). Aus logistischen Gründen finden die Fokusgruppengespräche dieser Bedarfsanalyse in Gebäuden der Armee statt. Wenn möglich wird eine Räumlichkeit in den Armeegebäuden bevorzugt, welche keine unnötigen Berührungspunkte aufbaut.

Das Projektteam

Die Projektmitarbeitenden bringen geringe bis keine Kenntnisse über die Schweizer Armee mit. Die daraus entstehenden Defizite werden mittels einem Informationsgespräch mit einem Hauptadjutanten zu Projektbeginn möglichst ausgeglichen. Dieser Umstand bringt jedoch auch positive Aspekte mit sich. So kann das Projektteam eine neutrale Betrachtungsweise und Position gewährleisten.