

Trends und Studien

Manuela Ruinatscha

Research

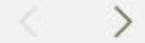
graubuenden.ch/studien



Research

Trend to go.

Auf einer Seite alles Wichtige über aktuelle Trends



1 SEITE | 2023

Employer Branding



1 SEITE | 2023

Mikroabenteuer



1 SEITE | 2023

Retreat

1 SEITE |

Food

Research

Praxis. Impulse.



11 SEITEN | 2023

Barrierefreiheit

Im Zusammenhang mit ganzheitlichen Nachhaltigkeitskonzepten, welche die soziale Nachhaltigkeit mit einschließen, gehört Barrierefreiheit zu den Basisfaktoren des touristischen Angebots.



11 SEITEN | 2023

LGBTQI+

Innerhalb des Nachfragesegments der «LGBTQI+»-Reisenden finden sich Menschen mit den verschiedensten Lebenssituationen und mit sehr unterschiedlichen Lebensrealitäten.



10 SEITEN | 2023

Free-Ager

Als Free-Ager werden Menschen ab 50 Jahren bezeichnet, die ihre 3. Lebensphase mit neuen Erfahrungen und Erlebnissen füllen wollen. Erfahren Sie mehr über diese agile und mobile Zielgruppe.



Kultur Kompendium

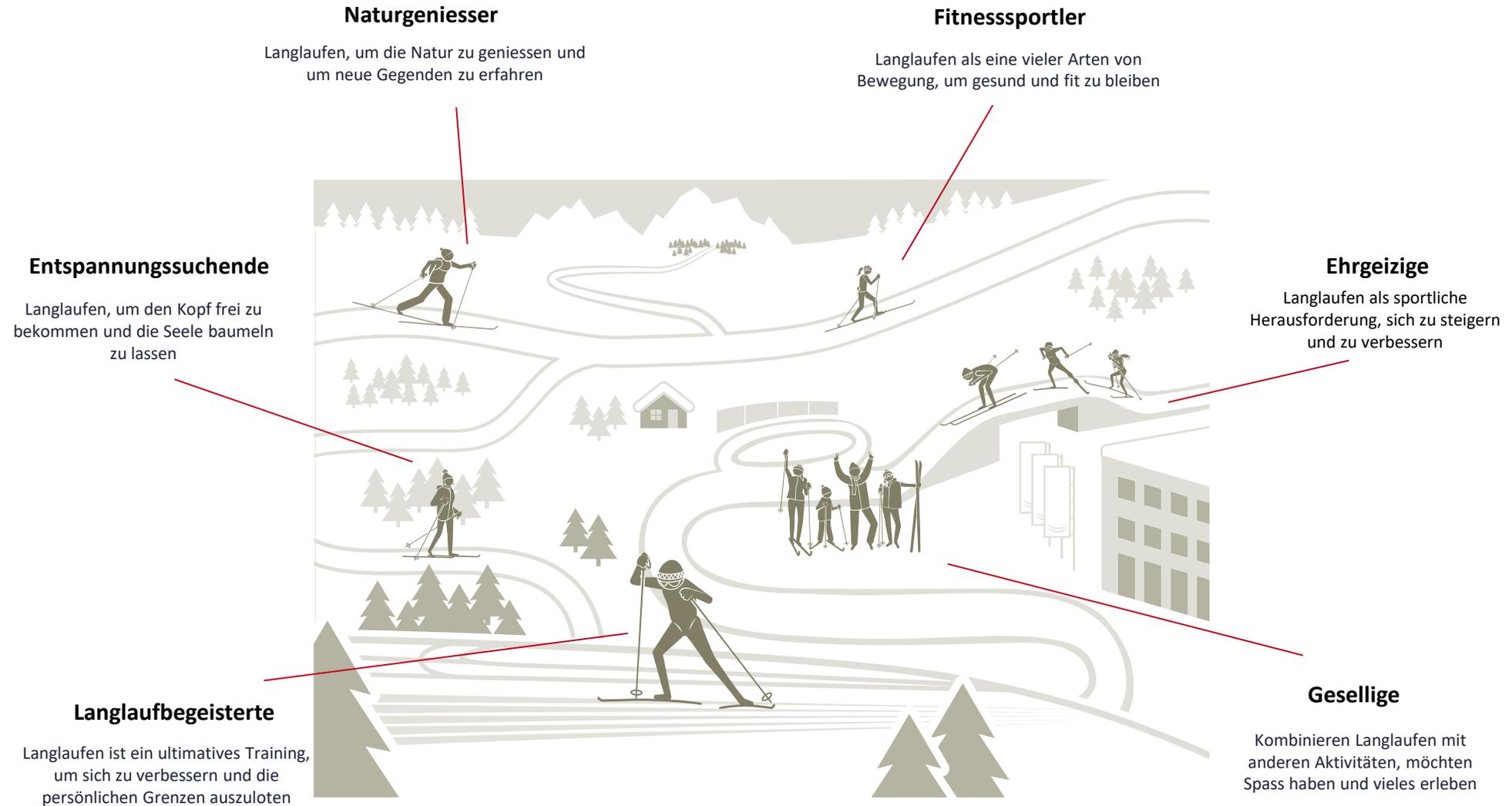
Kultur hat Konjunktur im Tourismus: Kulturerlebnisse sind für immer mehr Menschen ein wichtiges Motiv bei ihrer Reise-Entscheidung. Was macht Kulturtourismus attraktiv und welche Good Practices gibt es?

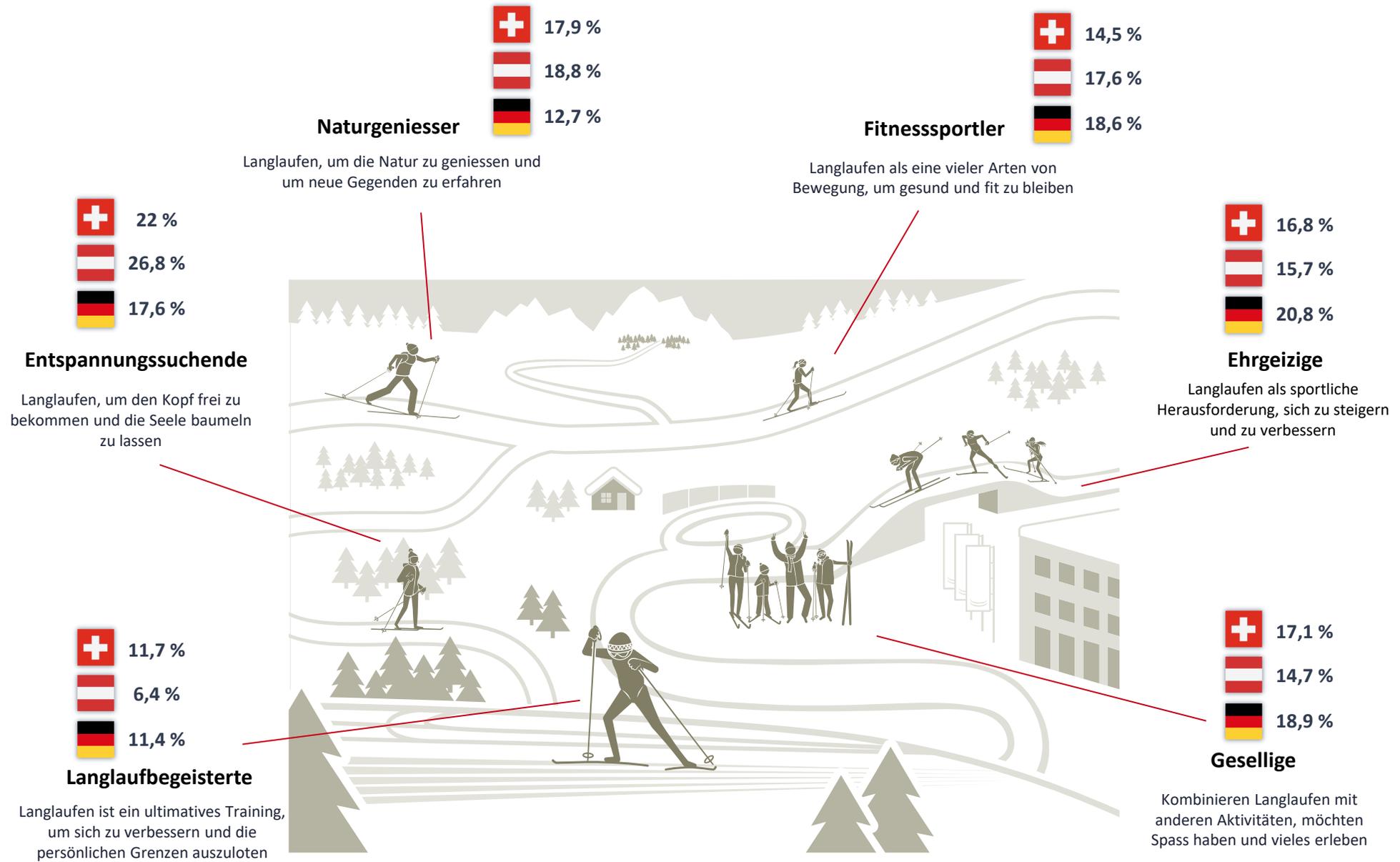
HERUNTERLADEN

Nordic

Themenstudie Langlauf

Langlauf Typen im Überblick



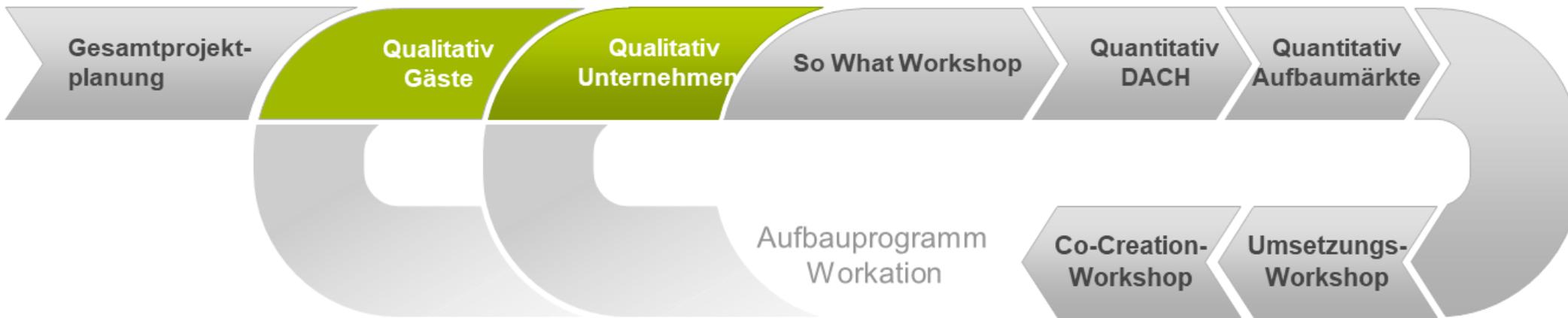


Workation

Insights Themenstudie Workation



<p>Projektstart/ Kick Off Definition der Ziele Gesamtprojektplanung Welche Schritte sollen im Gesamtprojekt gemeinsam gesetzt werden?</p>	<p>Verständnis zum Thema Workation aus Gästesicht Was kann Graubünden von Erfahrungen aktiver Workationers lernen? Welche Erfahrungen haben Workationers? Was sind besondere Begeisterungsmomente bisher? Wo gibt es Herausforderungen bzw. Hürden, die überwunden werden müssen?</p>	<p>Verständnis zum Thema Workation aus Unternehmenssicht Was kann Graubünden von Erfahrungen von Unternehmen, die positiv dem Thema eingestellt sind lernen? Welche Erfahrungen haben diese Unternehmen gemacht? Welche Vorteile bietet Workation, warum entsenden sie Mitarbeiter:innen? Wo gibt es Herausforderungen bzw. Hürden, die überwunden werden müssen?</p>	<p>Integration der Erkenntnisse aus den qualitativen Phasen in den Gesamtprozess Welche Erkenntnisse sind neu? Wo müssen neue Initiativen gestartet werden? Welchen Input können wir in die Quantitative Phase übernehmen, um auf die Märkte skalieren zu können und aussagekräftige Potenziale zu erheben?</p>	<p>Quantifizierung der Erkenntnisse und Ermittlung der Potenziale spezifischer Zielsegmente im Bereich Workation für Graubünden Wie gross ist das Workation Potenzial für Graubünden generell? Welche Bedürfnisse können mit dem bestehenden Angebot bereits erfüllt werden bzw. wo bedarf es noch weiterer Optimierung? Welchen USP im Bereich Workation erfüllt Graubünden im Vergleich zum Mitbewerb? Wie unterscheiden sich verschiedene Workationer und welche Zielsegmente sind für Graubünden besonders interessant (Fit, Grösse des Segments, Share of Wallet, ...)?</p>
--	--	--	--	---



Welche Vorteile bringen Workation-
Aufenthalte für Unternehmen?
Welche Barrieren gibt es?

Vorteile und Barrieren

Gründe für Workation

- Flexibilität
- Steigerung der Motivation und Produktivität
- *Arbeitnehmer:* Inspiration
- *Unternehmen:* Teambuilding

Gründe gegen Workation

- Organisatorische Barrieren
- Finanzierung / Kosten
- *Arbeitnehmer:* Motivationsprobleme
- *Arbeitnehmer:* andere Erwartungen
- *Unternehmen:* 2-Klassen Gesellschaft
- *Unternehmen:* fehlende Transparenz

Was macht den typischen
Workationer aus? Wie lässt sich
diese Person beschreiben?

Ähnliches Wahrnehmungsbild unter Arbeitnehmer*innen und Unternehmen

Grundvoraussetzung für WORKATION aus Unternehmenssicht

Die Arbeit muss ...

1. digital möglich sein
2. wenig/keinen physischen Kontakt zu Kunden oder Kollegen erfordern
3. flexibel und individualisierbar sein
4. eher nicht (oder zumindest nicht zwangsläufig) im Team durchgeführt werden

Beschreibung von Workationers

«flexible Menschen mit (gewissem) Improvisationstalent»

«risikobereit, neugierig, flexibel»

*«sowohl **alleinstehende Jetsetter** als auch **Familienmenschen** / *ungebunden / frei oder auch Personen mit Familie*»*

«strukturierte Arbeitsweise»

*«hohes Mass an **Fleiss** und **Selbstdisziplin**»*

*«**Personen, die sehr viel Wert auf Freizeitgestaltung legen und gerne reisen**»*

«aufgeschlossen für Neues»

Was spricht für Graubünden als
Workation Destination, was
dagegen?

Eignung von Graubünden als Workation Destination

- + Schöne, ansprechende Landschaft
- + Möglichkeit, verschiedene Wanderungen zu unternehmen (1-2 Stunden, aber auch Ganztageswanderungen)
- + Gute Erreichbarkeit mit dem Auto, aber auch vom Flughafen aus – generell gute Infrastruktur
- + Keine Zeitverschiebung
- + Vielfältige Kulinarik, besonders rustikalere Küche auf einer Hütte sehr ansprechend
- + Nicht zu viele Touristen – so kann man besser abschalten
- + Temperaturen im Sommer nicht zu heiss – angenehmer beim Arbeiten
- + Geringere sprachliche Barrieren als in anderen Destinationen
- + Schweizer Zuverlässigkeit
- Schweiz ist ein teures Reiseziel
- Zu ähnlich zum eigenen Wohnort, nicht exotisch und „anders“ genug
- Wirkt auf den 1. Blick weniger auf Familien ausgerichtet
- Hohe Roaming-Gebühren in der Schweiz – Internet ist sehr teuer