

InnoCircle des Bündner Tourismus

Bitte jetzt den Platz einnehmen.
Danke!

Chur, 22. Mai 2025





Neue Geschäftsmodelle führen
häufig über Visionen...

Manchmal aber auch über eine
akute Dringlichkeit!

Patrick Dreher

Graubünden Ferien

Chief Innovation Officer / Vizedirektor



«Wir müssen heute die Grundlagen für den Erfolg
von morgen legen.»

(Marcus Caduff, GV GRF, 14.5.2025)

Über Innovation

«Wir können den Wind
nicht ändern, aber die
Segel anders setzen.»
(Aristoteles)



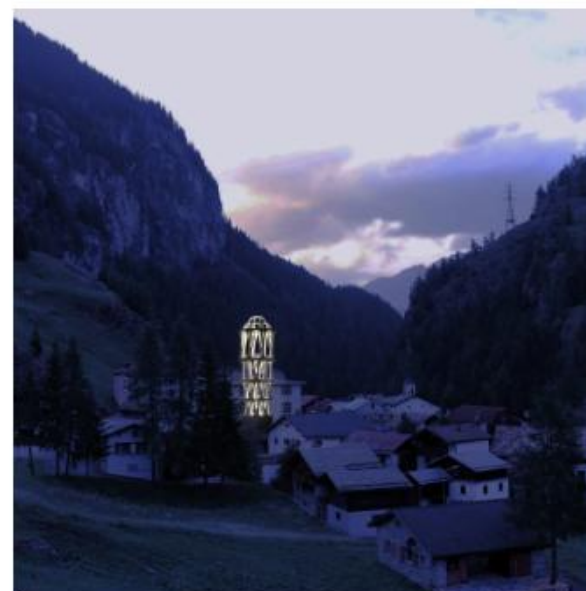
Programm



Schnee von gestern



Ein Ropetaxi für neue Dimensionen



Ist Kultur der neue Schnee?



Trends – what's next?



Besucherlenkung 4.0



Gris-On! Eine Innovationsidee



Ideefix – Ideen leicht umsetzen



Netzwerk-Apéro

Der Schnee von gestern

Einordnung aus Sicht Schnee- und Lawinenforschungsinstitut SLF, Davos

Dr. Fabian Wolfspurger

Forschungsingenieur, Schnee- und Atmosphäre - Schneephysik





Teil der WSL und
damit des ETH-Bereichs

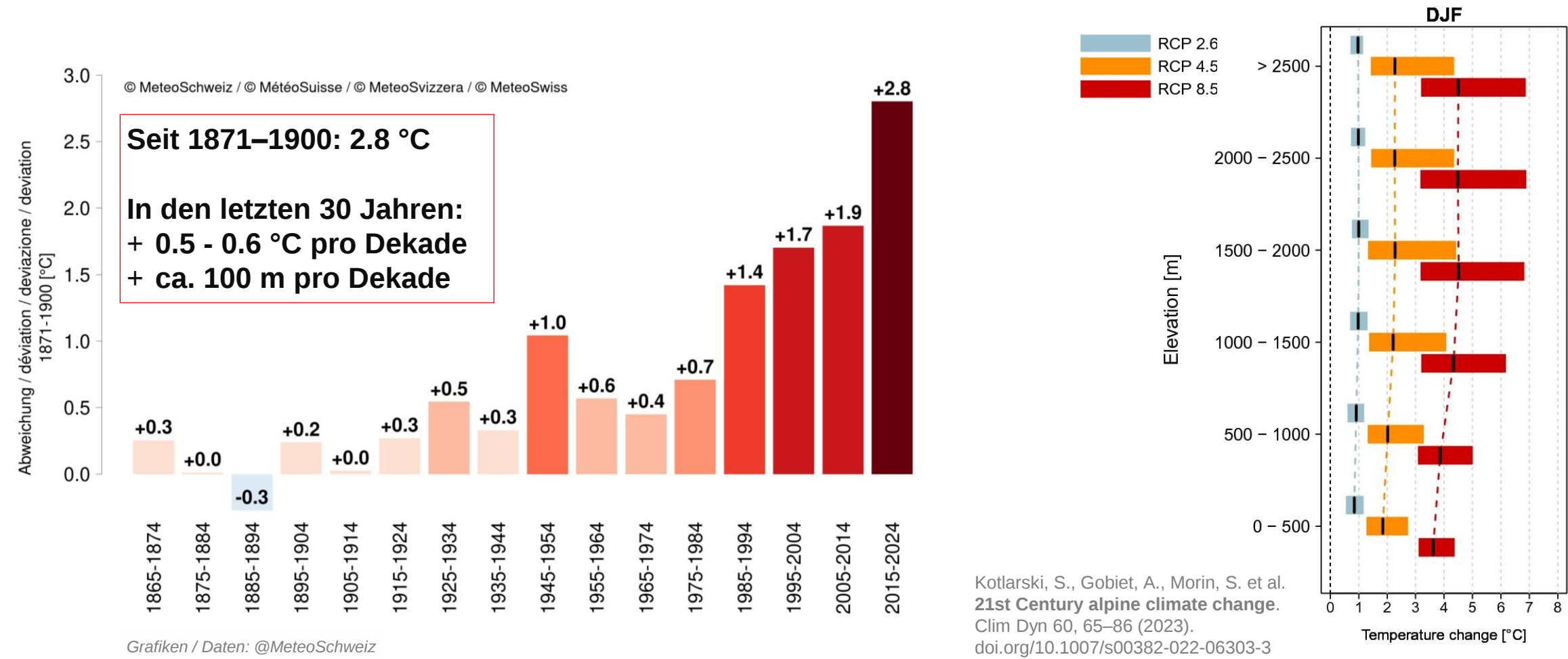
Ist Schnee von gestern?

WSL-Institut für Schnee- und Lawinenforschung SLF

Fabian Wolfsperger / wolfsperger@slf.ch

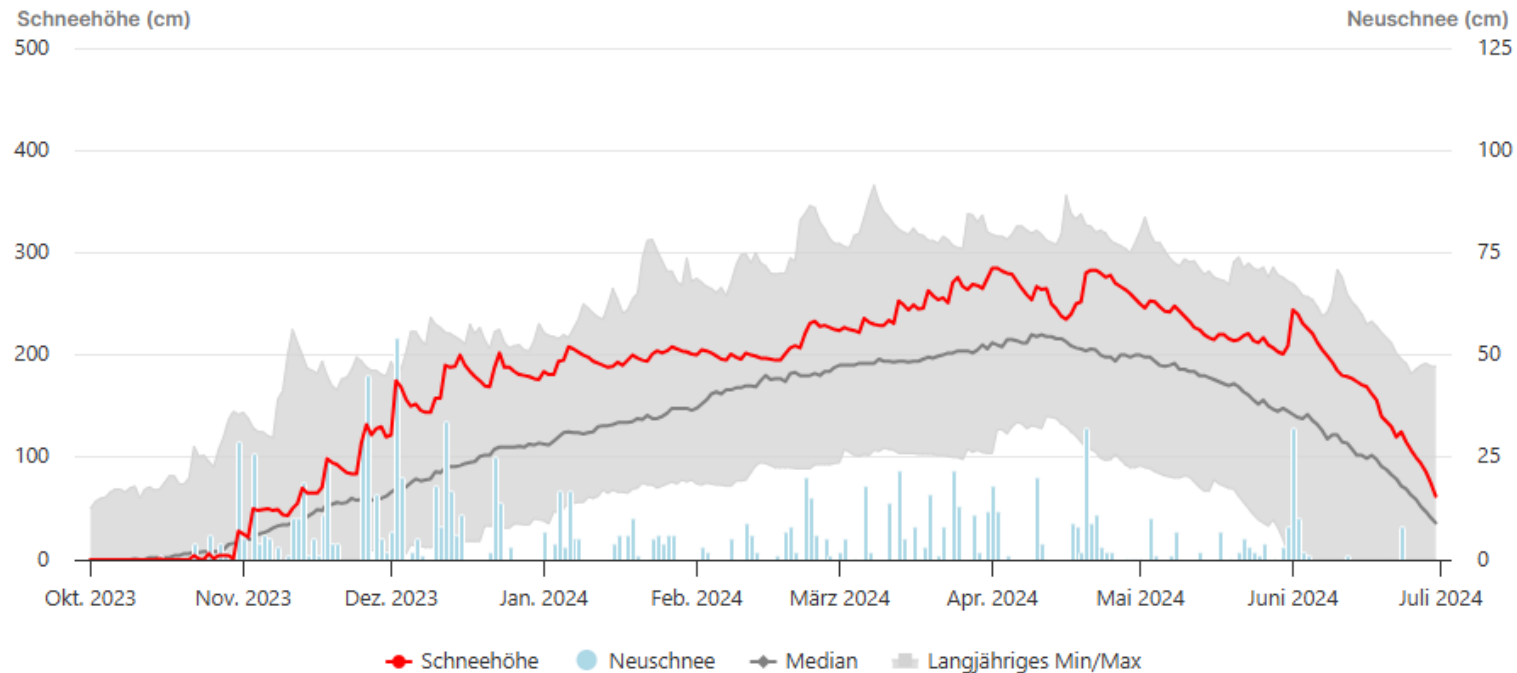
InnoCircle 22.Mai 2025

Klimaänderung – Lufttemperatur

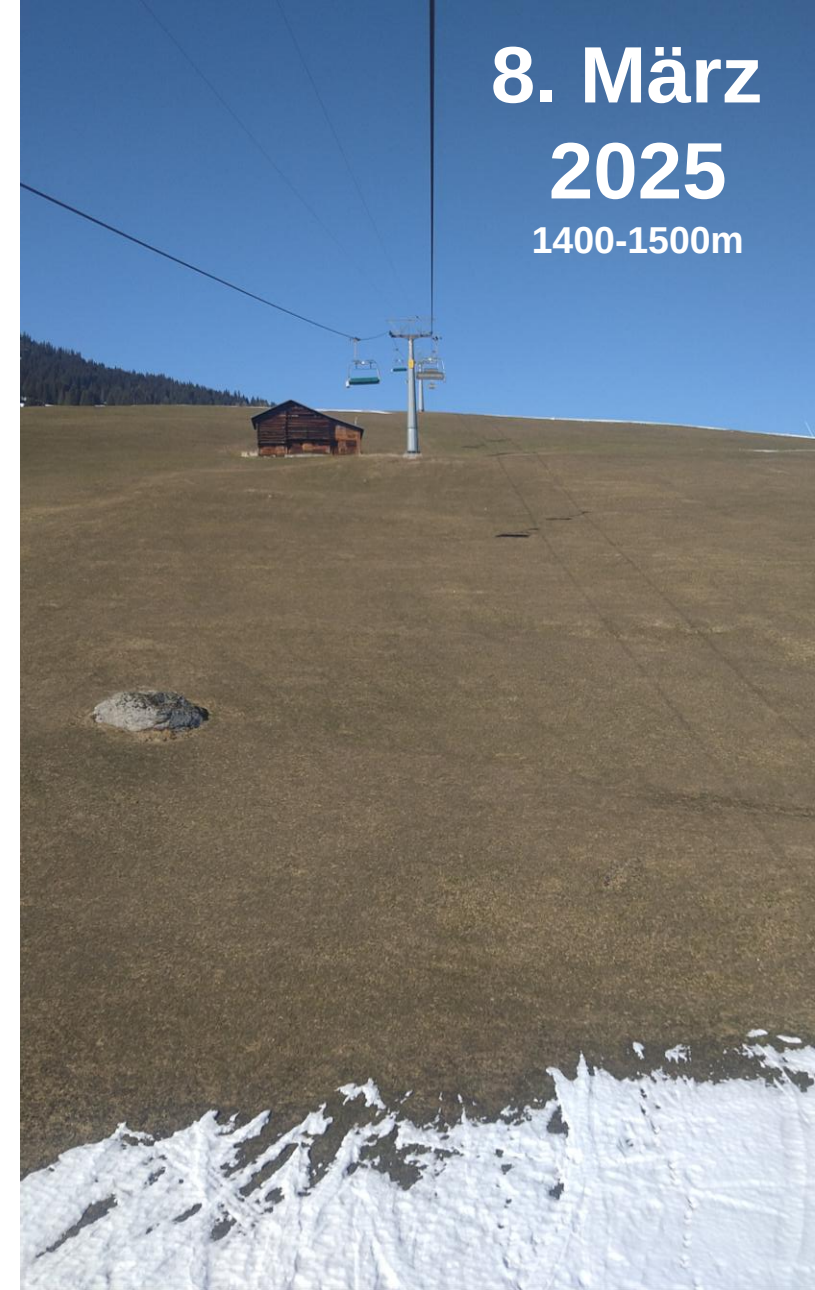


L'ultim unviern?

Weissfluhjoch 2536 m – 89 Messjahre



8. März
2025
1400-1500m



L'ultim unviern?

8. März
2025
1400-1500m

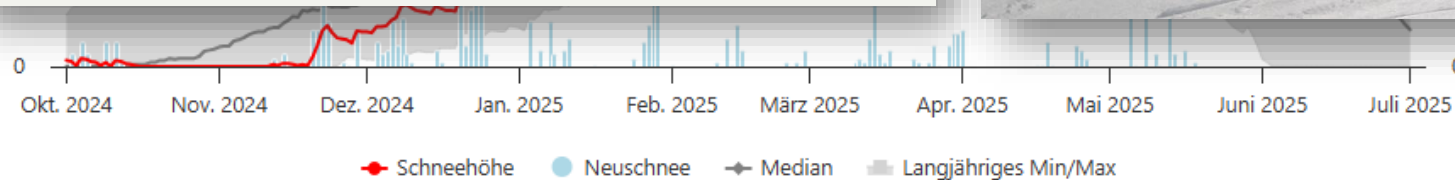
 

Ausgezeichnete Wintersaison 2024/25

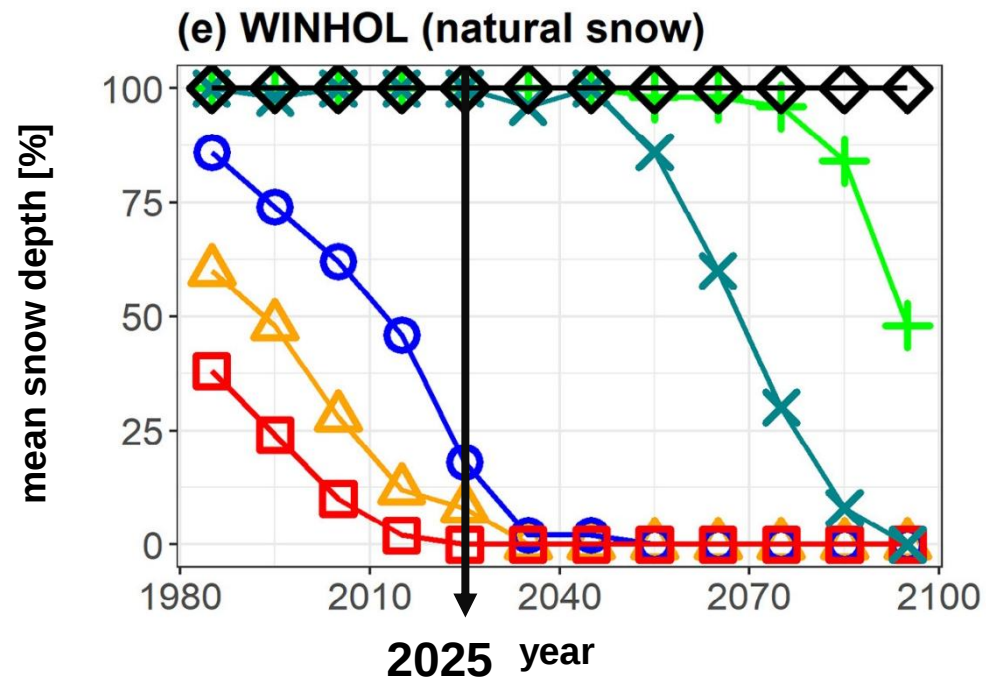
nach unten scrollen

Der Winter 2024/25 wird bei den Bündner Bergbahnen mit dem Prädikat «ausgezeichnet» in die Geschichte eingehen. Der Transportumsatz konnte im Vergleich zum 5-Jahres-Durchschnitt um 20.4 Prozent und die Anzahl Gäste um 13.3 Prozent gesteigert werden. Dies war die beste Wintersaison der vergangenen 15 Jahre.

[Mehr Informationen](#)

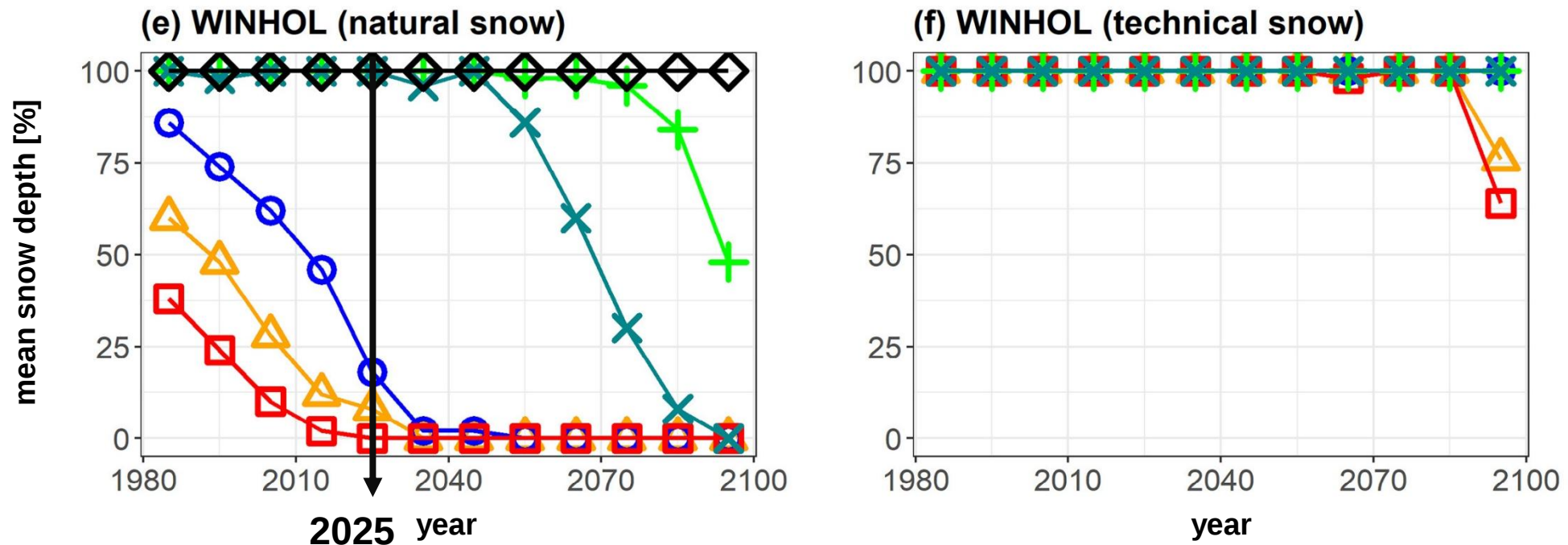


Technischer Schnee



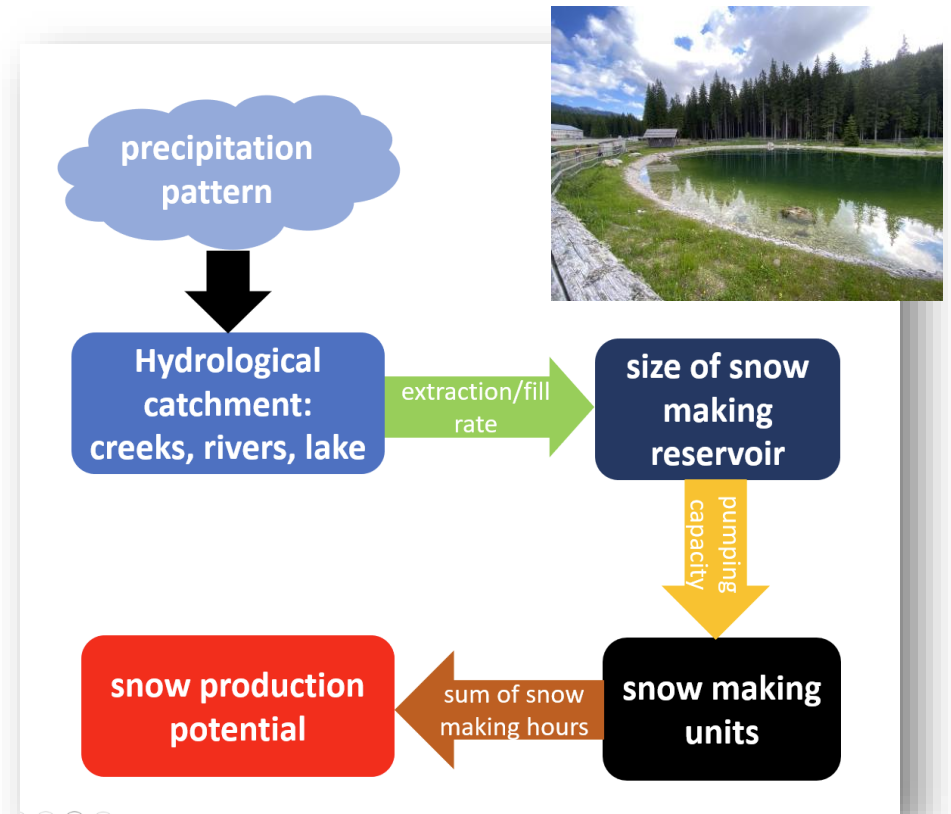
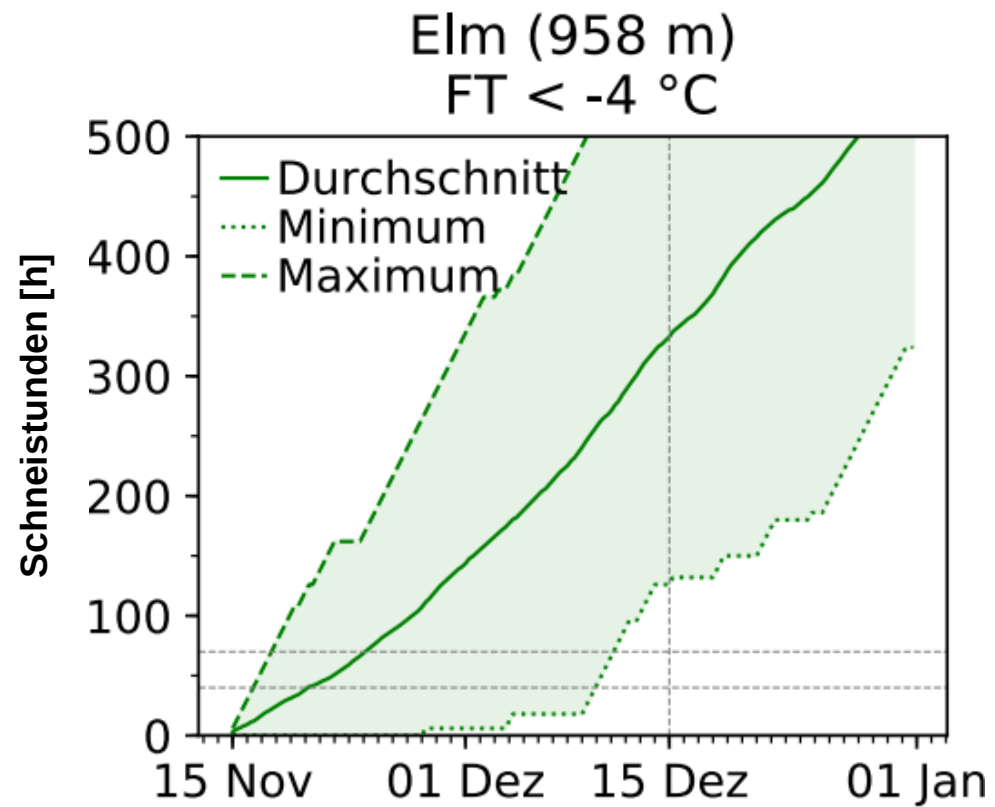
Willibald, F., Kotlarski, S., Ebner, P. P., Bavay, M., Marty, C., Trentini, F. V., Grêt-Regamey, A. (2021). Vulnerability of ski tourism towards internal climate variability and climate change in the Swiss Alps. Science of the Total Environment, 784, 147054 (18 pp.). <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.147054>

Technischer Schnee



Willibald, F., Kotlarski, S., Ebner, P. P., Bavay, M., Marty, C., Trentini, F. V., Grêt-Regamey, A. (2021). Vulnerability of ski tourism towards internal climate variability and climate change in the Swiss Alps. Science of the Total Environment, 784, 147054 (18 pp.). <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.147054>

Technischer Schnee - Limitierungen



Schnee ade – Ganzjahrestourismus olé?



Permafrost – Verborgenes Eis in den Alpen schmilzt

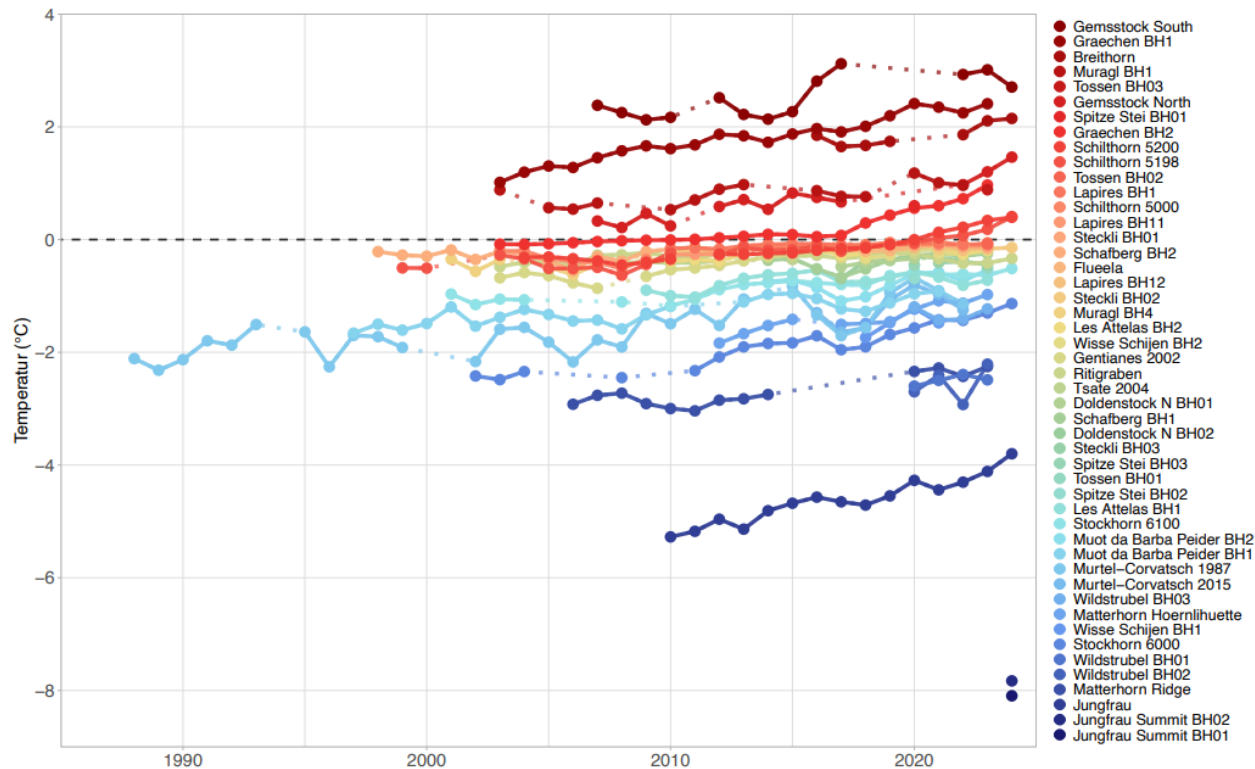
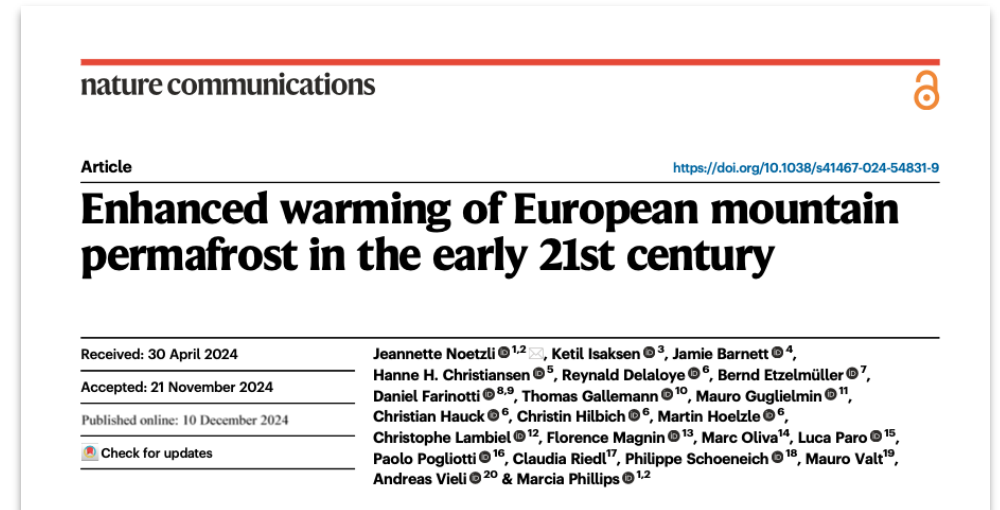


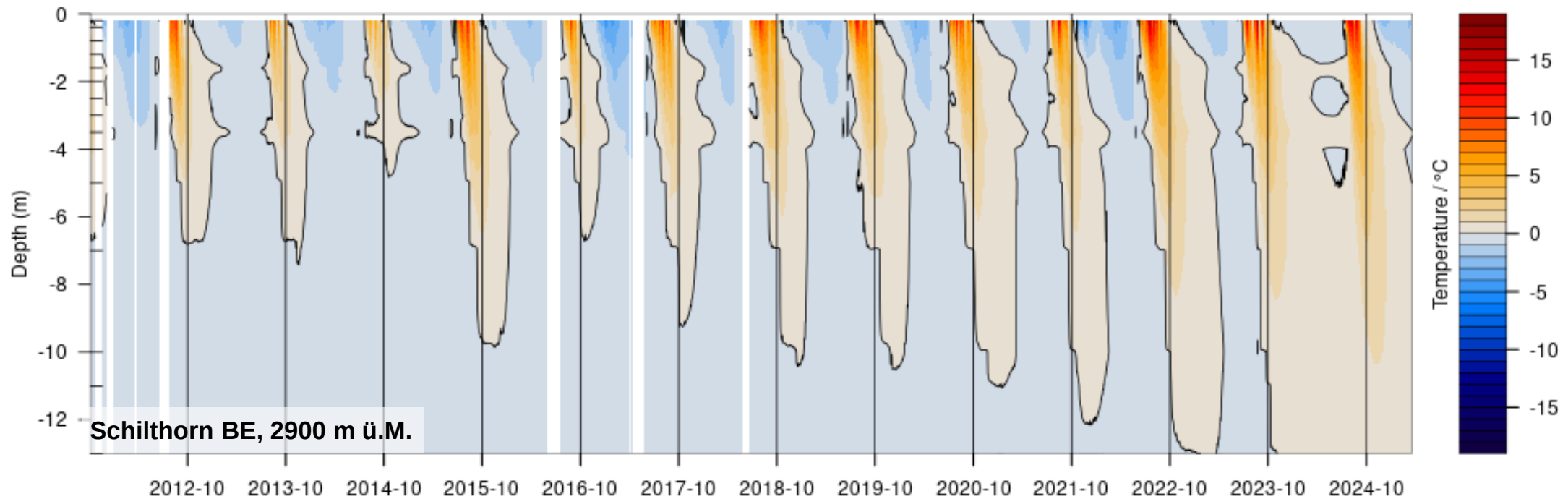
Abb. 2. Jahresmitteltemperaturen im und in der Nähe von Permafrost in den Schweizer Alpen. Die Temperaturen wurden in einer Tiefe von etwa 10 m in 48 Bohrlöchern im Zeitraum 1988–2024 gemessen. Datenquellen: PERMOS, SLF und Kanton Bern.



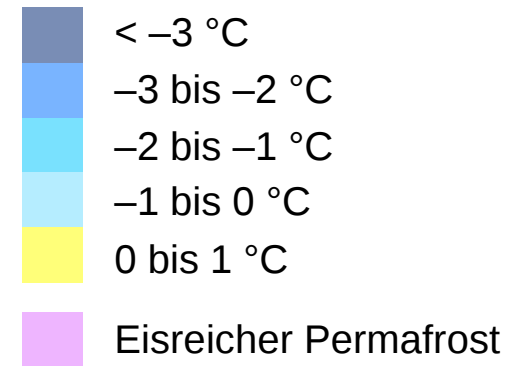
Schweizer Permafrostmessnetz

Univ. Zürich, Fribourg, Lausanne, Innsbruck, ETHZ, **SLF**, SUSPI mit BAFU, MeteoSchweiz, SCNAT

Permafrost – Verborgenes Eis in den Alpen schmilzt



PERMOS 2025 in prep. Swiss Permafrost Bulletin



Balmhorn

Mutthornhütte

2030*

* Lufttemperaturen 2017–2021

Jungfrau

Mit dem «Ropetaxi» ins Unesco Welterbe Sardona

Gondeln «on demand»

Marc Bless

Produktmanager Weisse Arena Gruppe, Laax



**UNESCO
WELTERBE
SARDONA**
FLIMS X LAAX











UNESCO
WELTERBE
SARDONA
FLIMS LAAX



Nagens Sura



Segnes



Cassons

Startgels



Foppa



Flims



Ziel wählen
Choose Destination

Kein Betrieb
No Service

Kein Betrieb
No Service

Kein Betrieb
No Service

B

C

D

E

NAGENS SURA
CASSONS
SEGNES
STARTGELS
FOPPA
FLIMS

PRM



UNESCO WELTERBE SARDONA

FLIMS X LAAX



Graubünden Cultura

Ist Kultur der Schnee von morgen?

Kaspar Howald

Projektleitung Graubünden Cultura



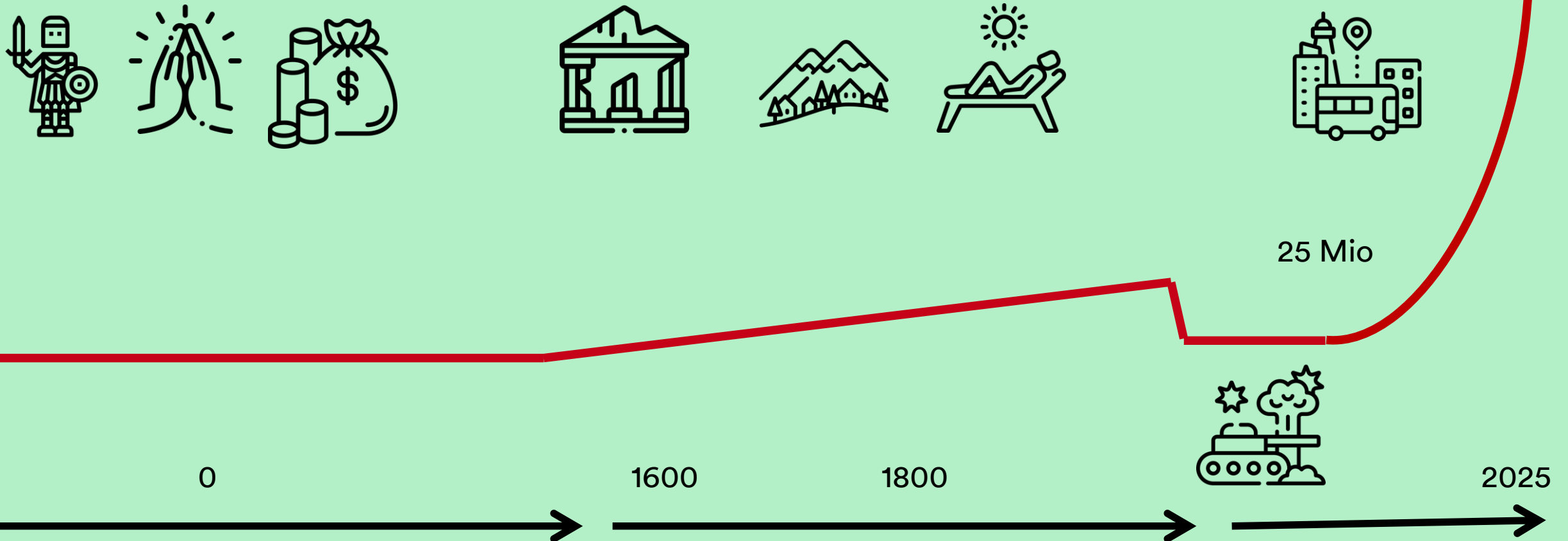
Kaspar Howald, Projektleiter bei Graubünden
Cultura, zeigt auf, wie sich der saisonale
Tourismus aufbrechen lässt
– die Kultur als Motor für neue Erlebnisräume.

Etiketten-Schwindel!





Eine kurze Geschichte des Tourismus



Welchen Tourismus wollen wir?

... und was kann die
Kulturproduktion dazu
beitragen?



Was Kultur nicht so gut kann.

- **Kultur/Kunst ist immer ein bisschen kompliziert**
 - > Es braucht Geduld und Lust, sich auf etwas einzulassen
- **Kultur ist kein Consumer Good**
 - > Lässt sich nicht einfach in ein «Tourismusangebot» packen
- **Kultur füllt nicht einfach Hotelzimmer in der Zwischensaison**



Was Kultur kann.

- Kultur kann Authentizität
 - >Einzigartigkeit statt Austauschbarkeit; Erlebnisqualität
- Kultur kann Nachhaltigkeit
 - > Kultur beansprucht wenig natürliche Ressourcen
- Kultur kann Wahrnehmen
 - > Es lohnt sich, den Kulturschaffenden zuzuhören
- Kultur kann Kreativität
 - > Lädt ein zum Out-of-the-Box-Denken
 - > Lädt ein zum Gestalten statt Erdulden



Kultur <-> Tourismus (aus Frida – Kulturmagazin)

„Wir sollten den Mut haben, **Graubünden als Labor für einen neuen Kultur-, Tourismus- und Naturbegriff** zu definieren.

In diesem Sinne könnten wir uns auf den Weg machen: **Künstler:innen sind in diesem neuen Modell nicht bloss die schnell an- und wieder abreisende Unterhaltungs-Truppe für die Touristen. Nein, sie arbeiten an der Entwicklung und Gestaltung eines Tourismus der Zukunft mit.“**



Kultur <-> Tourismus (aus Frida – Kulturmagazin)

„Kulturtouristiker:innen sollten sich **Wissen, Erfahrung und Neugierde** der Kulturschaffenden ins Boot holen, um **Strategien zu entwickeln**, die auf der **Höhe unserer Zeit** sind. Denn **wir müssen davon ausgehen**, dass auch unsere Gäste es sind und immer mehr sein werden.

Die Kulturschaffenden wiederum sollten den **Touristiker:innen** gut zuhören. Sie sind die **Pragmatiker** in diesem Spiel und haben den Auftrag Betten zu füllen.“



Kultur <-> Tourismus (aus Frida – Kulturmagazin)

... dass unsere weitläufige Landschaft **ein Ort wird, wo sich Kultur und Tourismus auf überraschende Weise begegnen, sich gegenseitig durchdringen und befruchten**

Mathias Balzer: „Wir alle sind Tourist:Innen und Touristiker:Innen“, in Frida Magazin, <https://fridamagazin.ch/artikel/kulturtourismus/>



Verwirrt genug?

„Kultur ist nicht der *neue* Schnee – aber vielleicht *ein besserer*.“

ChatGPT



Verwirrt genug?

„Kultur ist nicht der *neue* Schnee – aber sicher *ein bunterer*.“

Kaspar Howald





«Meetendrin»

Die Networkingpause dazwischen...

Tourismus-Trends What's next?

Manuela Ruinatscha

Leiterin Segmentmanagement



Ganzjahres Tourismus

- Frühjahr ausgeschlossen
- Sommer ist herausfordernd
- Neuer Trend: Coolcation!
- Herbst ist stark zielgruppenabhängig

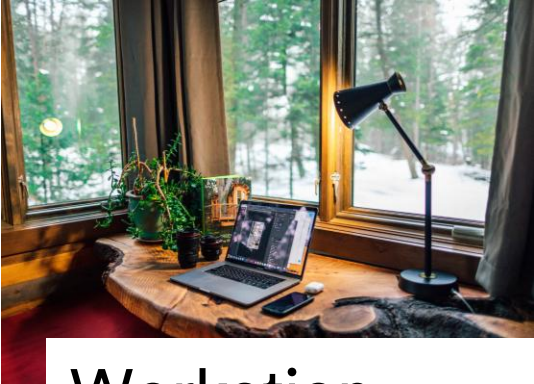


Kompetenzstelle Segmente

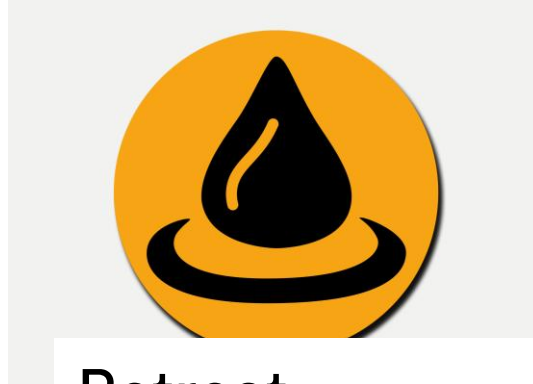


[graubuenden.ch/studien](https://www.graubuenden.ch/studien)

Themen für Ganzjahrestourismus



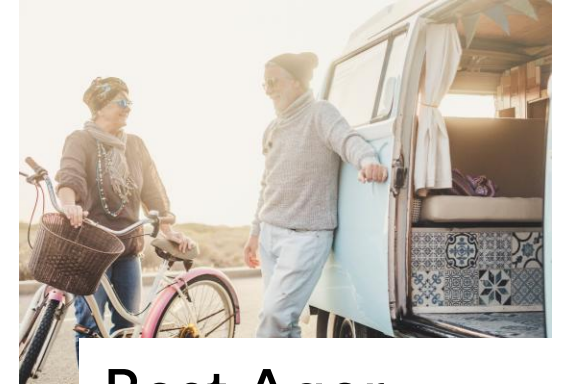
Workation



Retreat



Alleinreisende



Best Ager



Verjüngung
der Zielgruppe

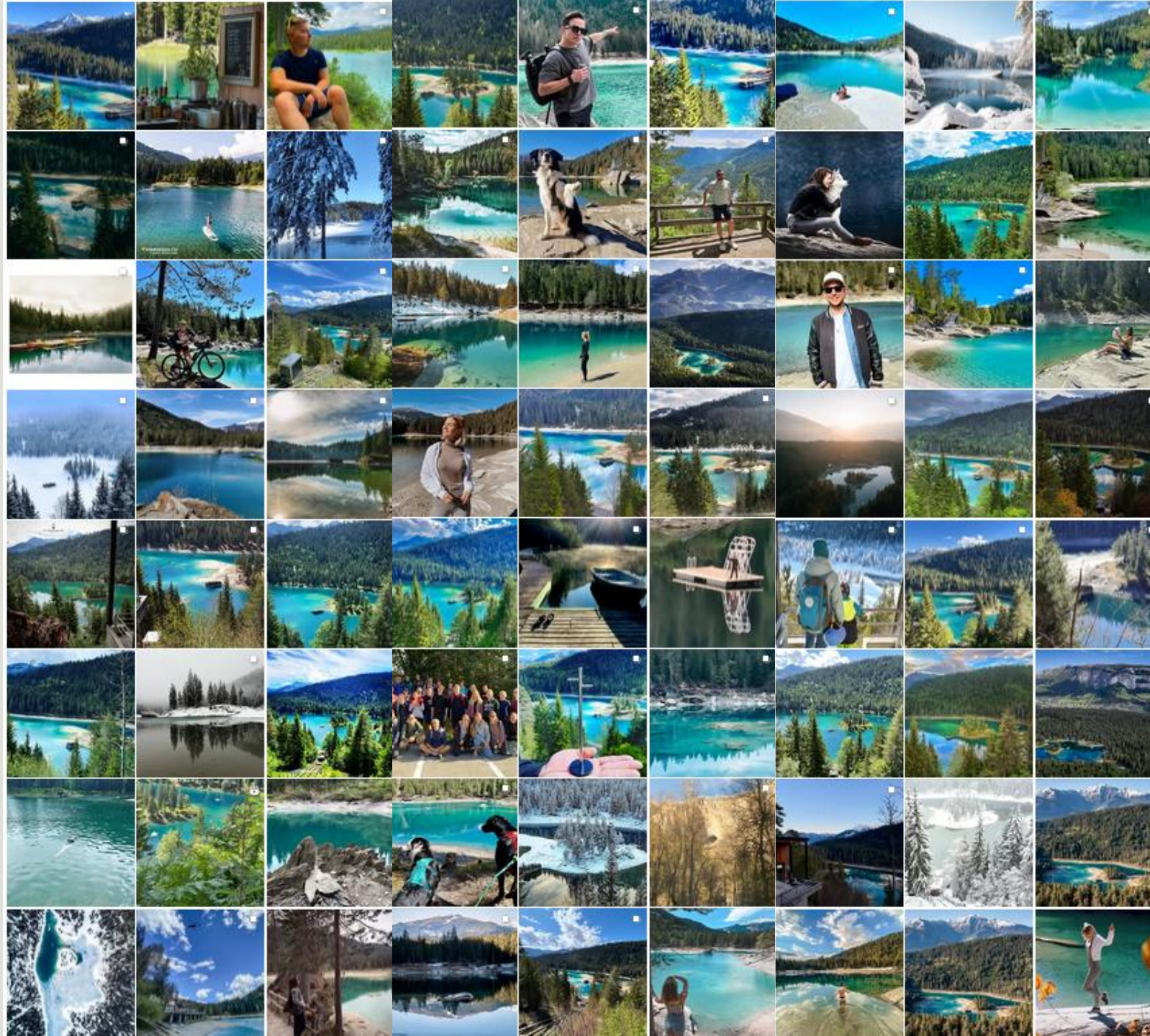
Besucherlenkung 4.0

Maximale Erlebniskomponente – minimale Naturbelastung

Marc Woodtli

Leiter Produktentwicklung





Instagrammability

#Caumasee 67300
Beiträge auf
Instagram

Negative Auswirkungen



Mit ganzheitlicher
Erlebnisvermittlung lassen sich
Gäste intelligent lenken. Ein
Gewinn für den Gast, die
Umwelt und die Destination.

Säulen der ganzheitlichen Besucherlenkung

Räumliche Lenkung

- Gezielte Werbung
- Alternativen
- Signalisation
- Absperrungen
- Einschränkungen
- Verbote
- ...

Zeitliche Lenkung

- Saison
- Preismodelle
- Märkte
- ...

Verhaltens Lenkung

- Information
- Sensibilisierung
- Nudging
- ...

Planerische Lenkung

- Einbezug aller Stakeholder
- Einbezug aller Bedürfnisse
- Schutz sensibler Gebiete durch gezielte Inszenierung

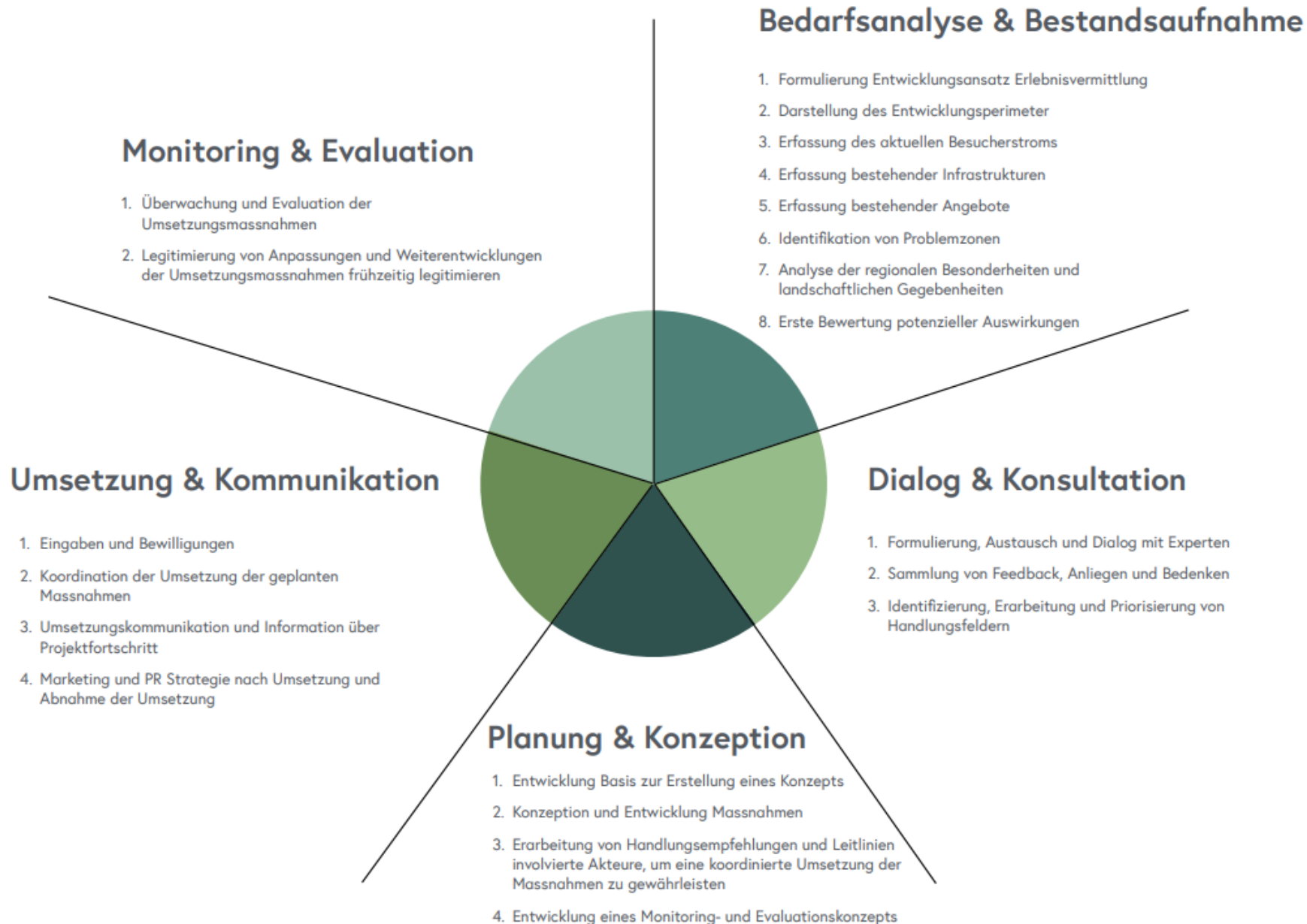
Planerische Lenkung

Besucherlenkung wird bereits bei der Erlebnisentwicklung integriert.



Planerische Lenkung

Der Prozess beinhaltet alle Entwicklungsschritte eines Produktes sowie dessen Betrieb unter Einbezug aller Beteiligten und Bedürfnisse



Worst und Best Cases Einbezug Stakeholders



Unsere Arbeit

Ihr Engagement

Unsere Angebote

13.05.2020 GEWÄSSER

Der letzte noch nicht erschlossene Ruinaulta-Abschnitt bleibt der Natur erhalten



[Startseite](#) < [Media](#)

< Der letzte noch nicht erschlossene Ruinaulta-Abschnitt bleibt der Natur erhalten

Das Bundesgericht spricht sich gegen den neu geplanten Wanderweg im Ruinaulta-

Der Perimeter liegt am Rande des BLN-Gebietes Nr. 1908 Oberengadiner Seenlandschaften und Berninagruppe.

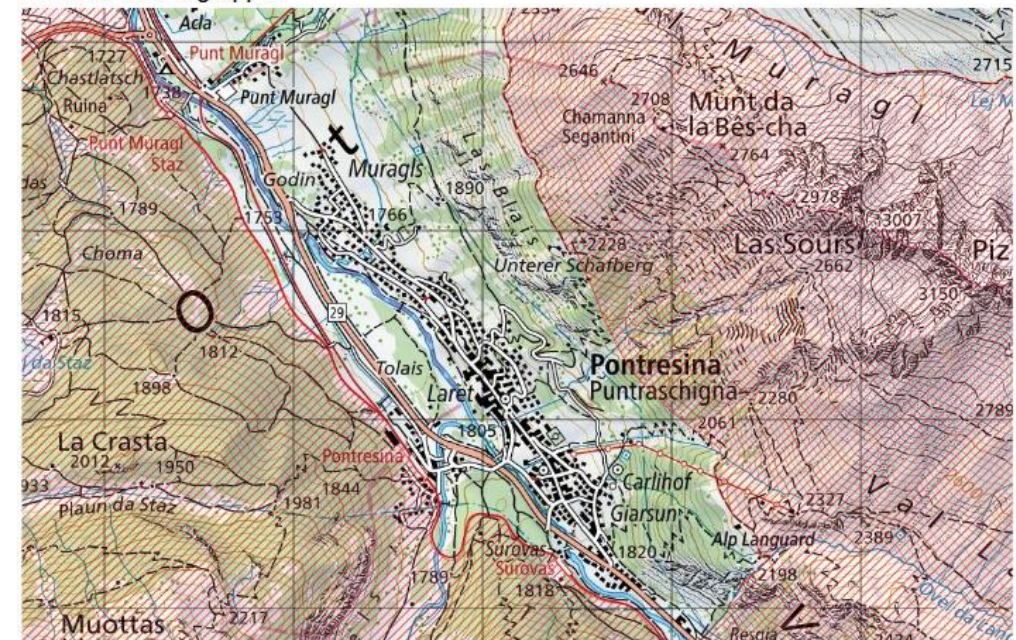
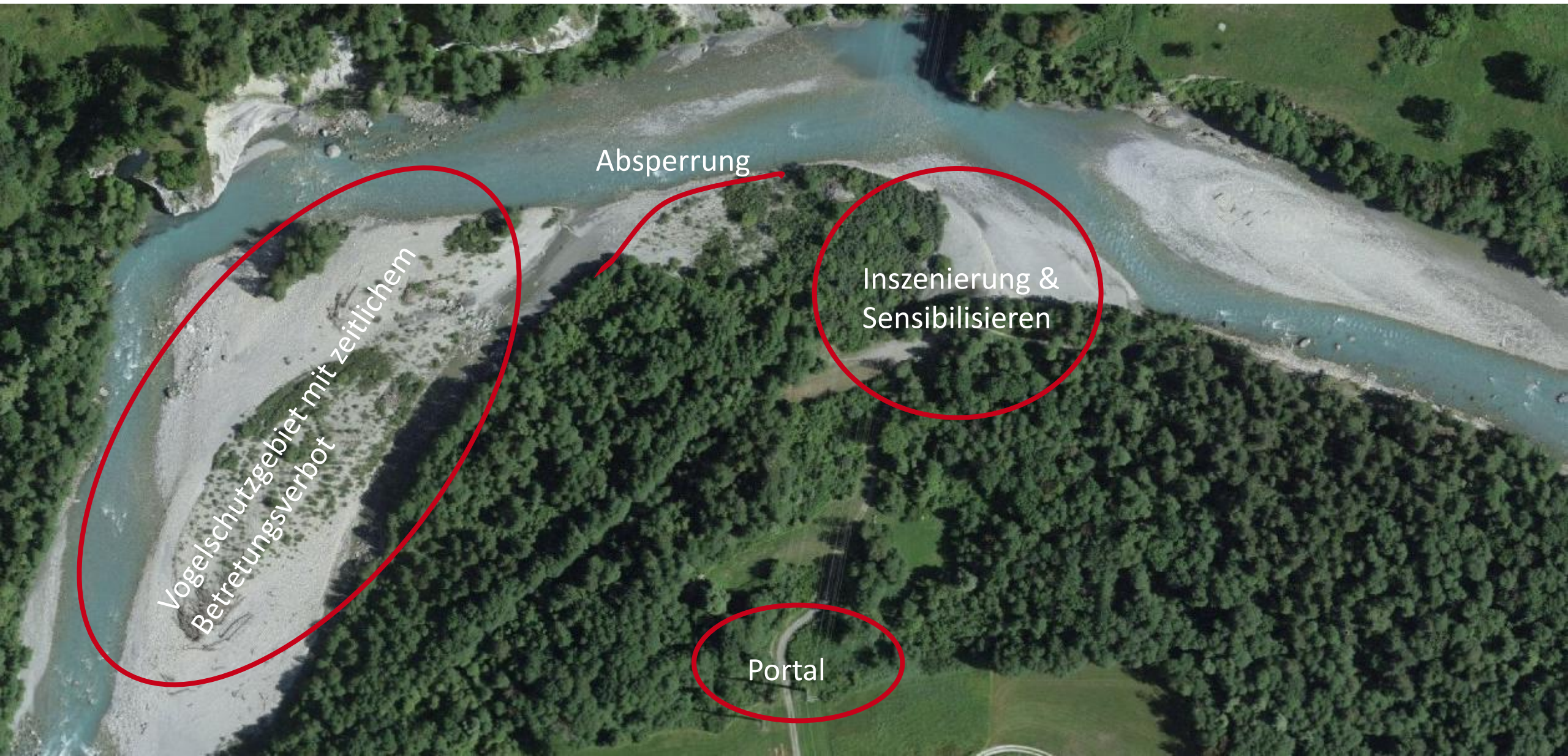


Abbildung 3: Kartenauszug BLN-Gebiet Nr. 1908.

Vorabklärungen mit den Naturschutzorganisationen

Im Vorfeld zum vorliegenden Ideenwettbewerb wurden die Naturschutzorganisationen, die Vogelwarte Sempach und eine Fachspezialistin für Fledermäuse beigezogen. Im Zuge von mehreren Sitzungen wurden die Rahmenbedingungen sowie die räumliche Ausdehnung für

Beispiel Schutz durch Lenkung



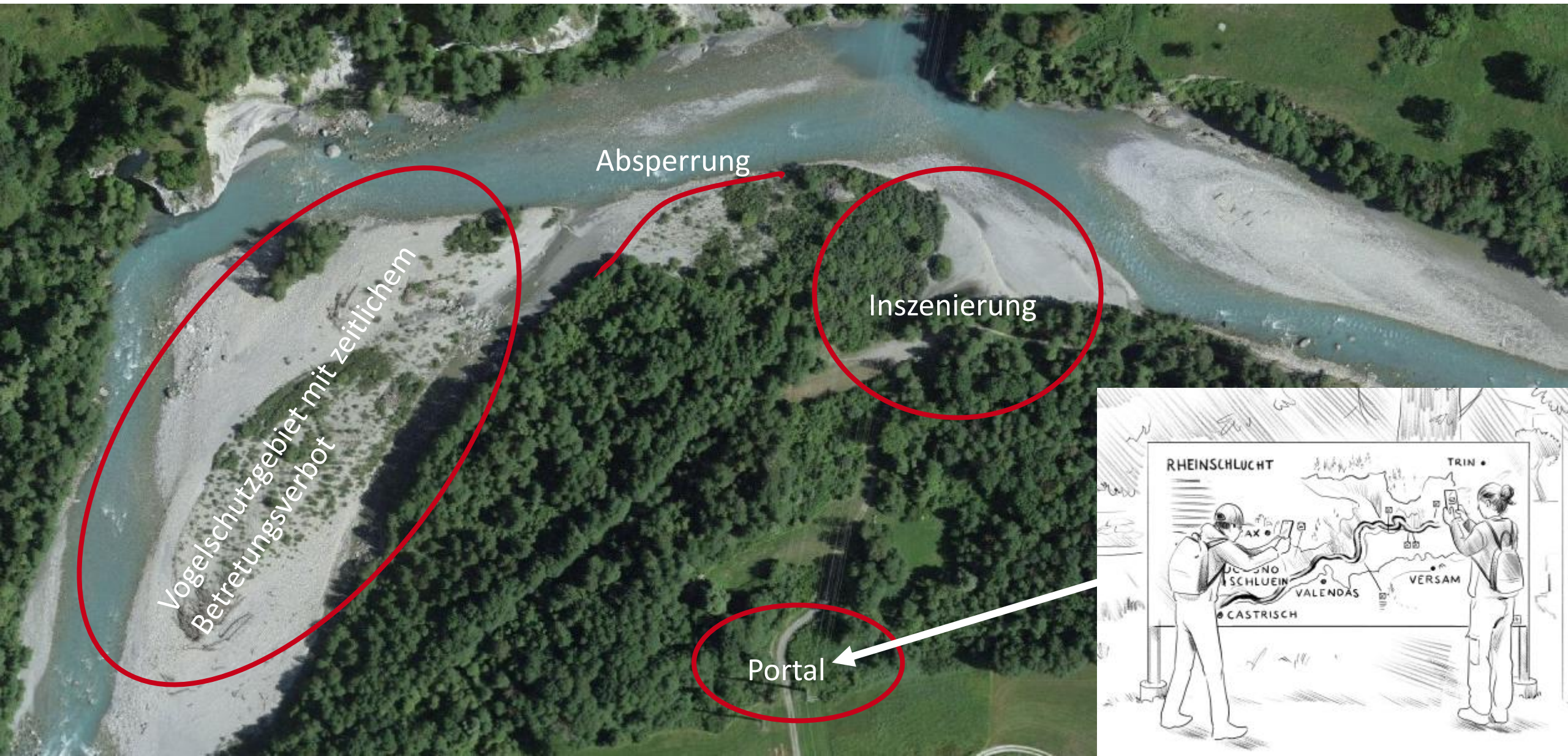
Vogelschutzgebiet mit zeitlichem
Betretungsverbot

Absperrung

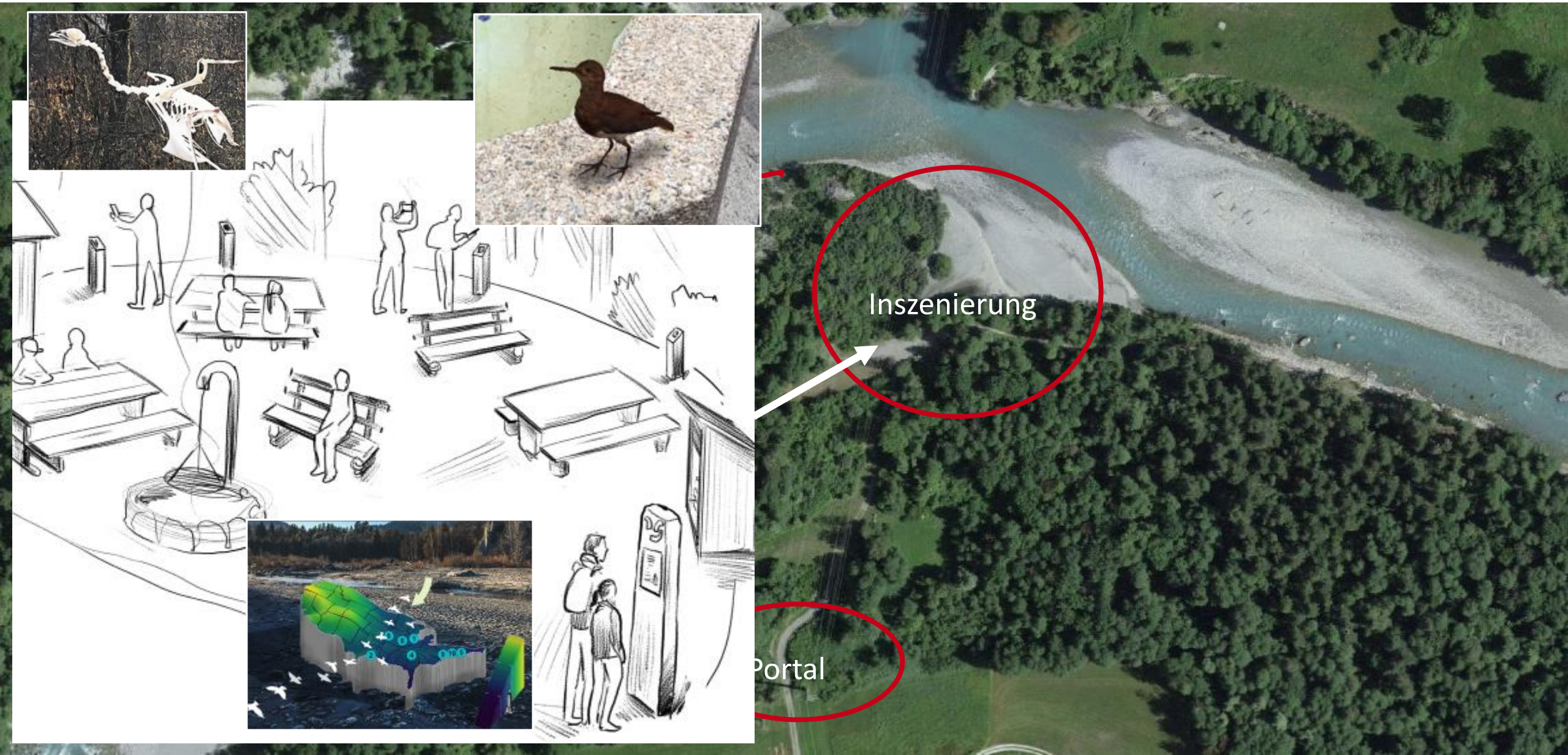
Inszenierung &
Sensibilisieren

Portal

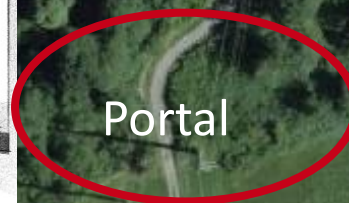
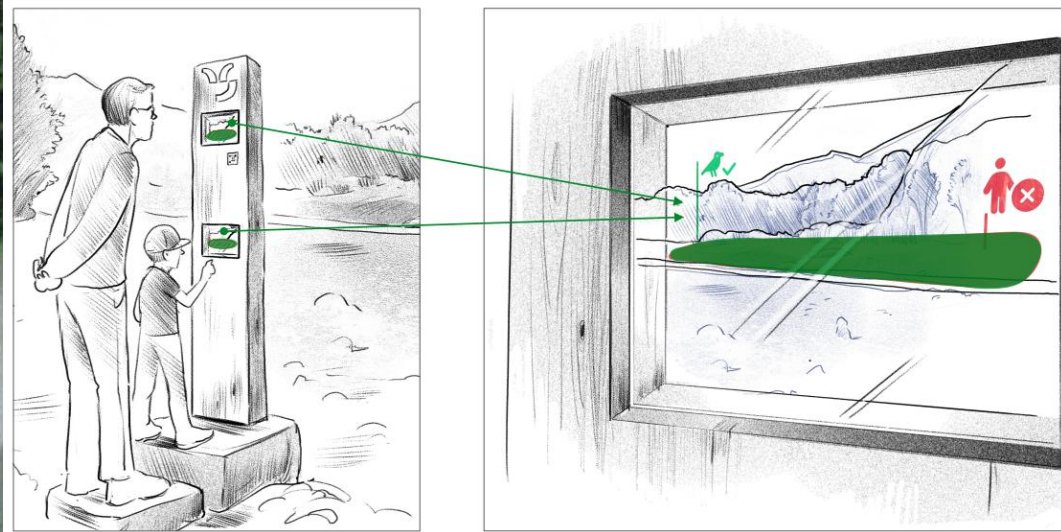
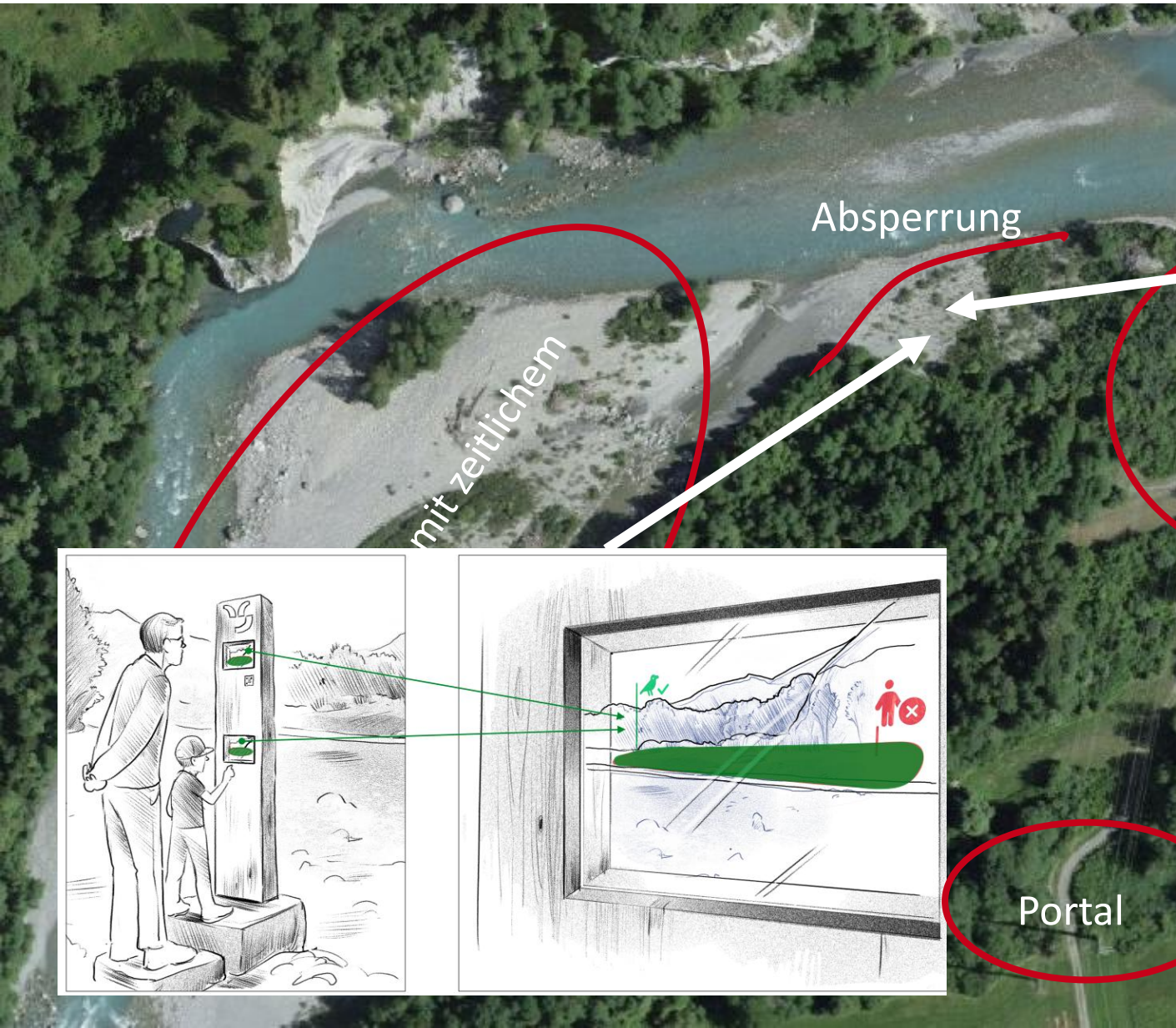
Beispiel Schutz durch Lenkung



Beispiel Schutz durch Lenkung



Beispiel Schutz durch Lenkung





«Flussuferläufer erleben aber nicht zu nahe treten»



Take aways

– für den Ganzjahrestourismus zu berücksichtigen!

- Einbezug aller Stakeholder bereits in der Planung bringt bessere und schnellere Ergebnisse
- Nutzung und Schutz gemeinsam denken
- Sensibilisierung und Schutz beginnt bereits in der Inspirationsphase
- Inszenierung an unempfindlichen Stellen zum Schutz der Empfindlichen
- Nutzung von analogen und digitalen Möglichkeiten

Breakout Session

Gris-On – eine Idee für erfolgreichen Ganzjahrestourismus?

Mik Häfliger

Leiter Innovationsmanagement



...aber ist es richtig,
dem Winter
nachzueifern?



Kampagnen

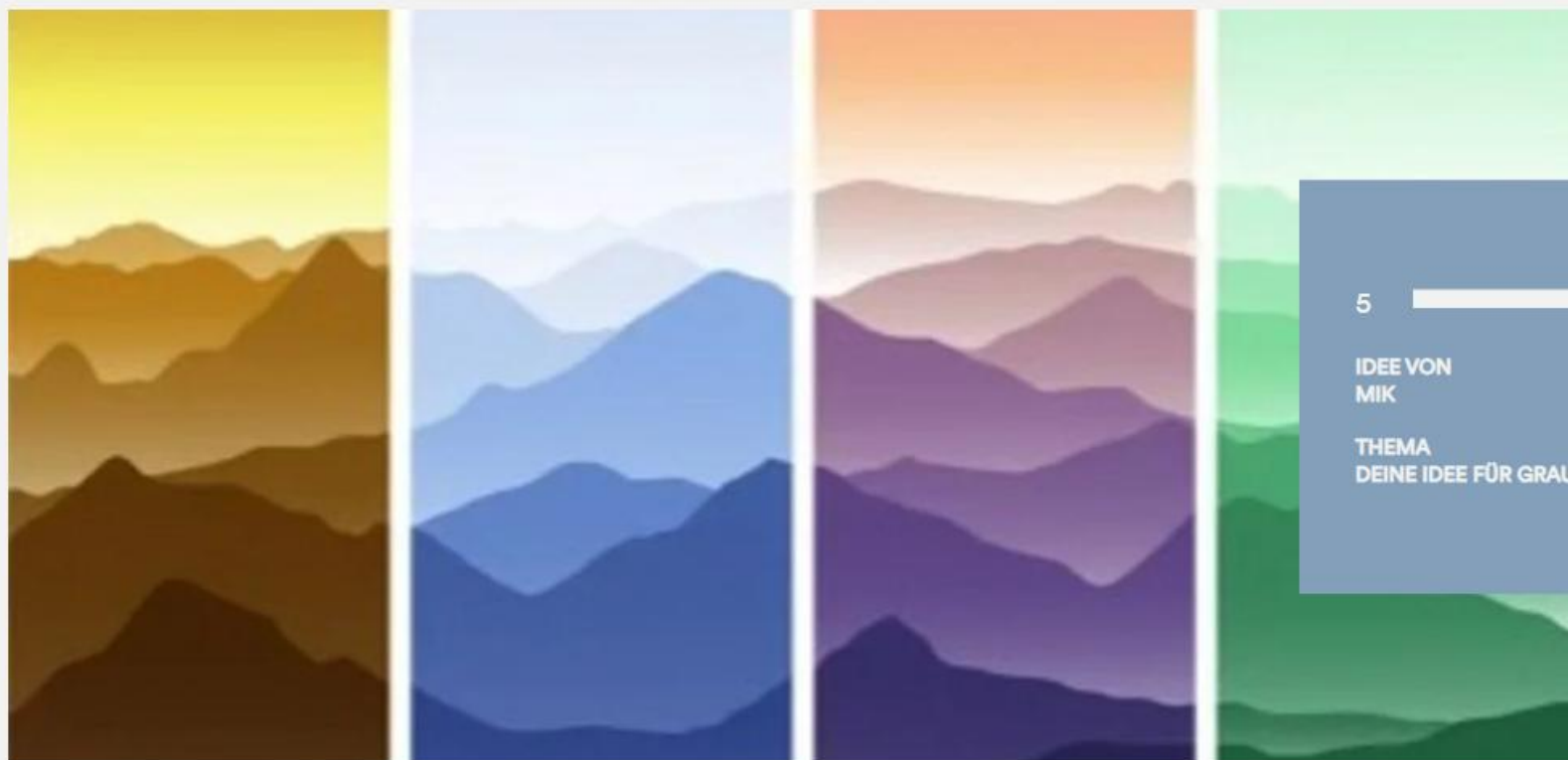
Ideensammlung

Umfragen

News



IDEE EINREICHEN



5

IDEE VON
MIK

THEMA
DEINE IDEE FÜR GRAUBÜNDEN

Bewerten

← ZURÜCK ZUR IDEENSAMMLUNG

Gris-On - auf in den Ganzjahrestourismus

Ausgangslage für eine Idee im Ganzjahrestourismus

- Klimawandels
- immer wärmere Winter.
- Der Wintertourismus ist gefährdet.
- Die touristische Wertschöpfung in den Destinationen bleibt aus
- nicht zuletzt hängen auch Arbeitsplätze davon ab.

Nun, was können wir tun, damit wir auch im Winter Bestand haben können?

Warum kreieren wir kein auf Gamification-Aspekten aufgebautes Loyalty-Programm?



Die Idee

Ein Tool, das Gäste **immer wieder zurück nach Graubünden** bringt, die dort destinationsübergreifend die **Auslastung** der Tourismus-Infrastruktur **erhöhen** und dadurch nachhaltig **Wertschöpfung generieren**.

Man soll folgendes sammeln / "abarbeiten" können.

Während 12 Monaten soll jemand:

- 5 Nächte oder mehr in einem Hotel in GR übernachten
- 5 oder mehr Destinationen in GR besuchen
- 5-mal die Bergbahnen benutzen
- 5-mal eine Strecke mit der RhB zurücklegen
- 5-mal in einem Restaurant in GR essen gehen
- 3 oder mehr Museen besuchen
- 3 oder mehr Pärke besuchen
- 3 oder mehr Thermalbäder besuchen
- usw. usw. tbd.

Die Liste ist beliebig ausbaubar und kann von Saison zu Saison angepasst werden.

Gris-on

... was daran spannend wäre...

Gamification mit GPS oder Zeitstempel / Digital oder Retro analog?

- Für jeden Besuch gibt es **Punkte**, die es noch festzulegen gilt.
- **Je nach Saison gibt es mehr oder weniger Punkte** (Besucherlenkung, indem es in der Zwischensaison mehr Punkte gibt als in der Hauptsaison z.B.).
- Sobald eine Kategorie erfüllt ist, gibt es eine (virtuelle) **Trophäe**, die die Erreichung der jeweiligen Rubrik "abhakt". (z.B. Anzahl Übernachtungen erreicht).
- Man kann sich auch vorstellen, **verschiedene Levels** zu kreieren. Zuerst ist man vielleicht zuerst ein Eichhörnchen, dann erfolgt der Aufstieg zum Mungg, dann zum Bartgeier, dann zum Adler und am Schluss zum Steinbock.
- Wichtig dabei ist das Erzeugen von "**Suchtpotenzial**".



Kleiner «auf-dem-Platz-sitzen-bleiben-Workshop»



Ideefix

Ideen umsetzen leicht gemacht

Leitfaden, Umsetzungen, Shared Service

Chantal Derungs

Managerin Erlebnisswelten, GRF

Kerstin Sigron

CSO, Vizedirektorin (Shared Services), GRF





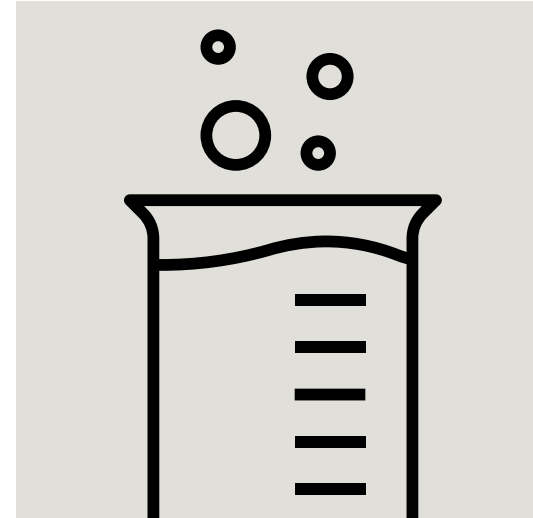
Kennt ihr diese Herausforderungen?



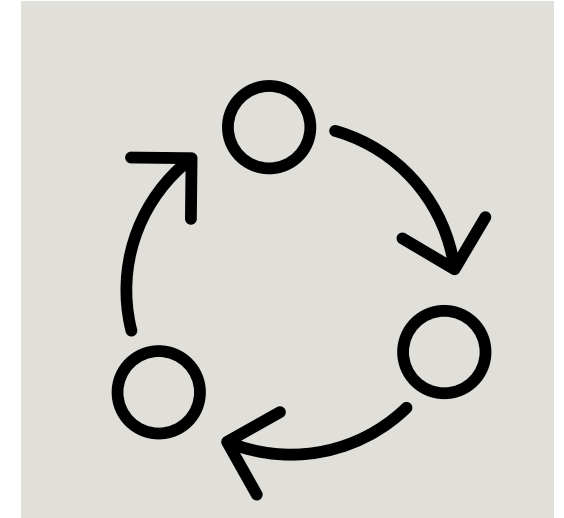
Zeitliche
Ressourcen



Finanzierung



Veränderungen



Methodik

Wie funktioniert's in der Praxis?

Den Zusammenhalt stärken

Bergün Filisur Tourismus

Projektidee

Das Bahndorf Bergün hat zwei Fragestellungen im selben Workshop bearbeitet. Zum einen will die Destination Ganzjahresangebote entwickeln, welche Gäste aus Nachbardestinationen anziehen. Es entstanden Ideen wie ein Lebenshof oder Abendkochkurs mit einheimischen Gerichten.

Zum anderen geht es um die Frage, wie Gäste, Einheimische und Leistungserbringende besser in die Angebotsentwicklung eingebunden werden können. «Gäste lernen Gäste kennen»-Angebot ist eine von mehreren Ideen.

Die Zweitwohnungen vermieten

Viamala Tourismus

Projektidee

In der Region Viamala ist die Bettenauslastung hervorragend. Allerdings mangelt es an genügend Gästebetten. Wenn die Auslastung zu hoch ist und Gäste keine Unterkunft finden, suchen sich diese eine andere Region.

Die Region Viamala hat einen hohen Zweitwohnungsanteil, aber wenige Zweitwohnungsbesitzende bieten ihre Wohnungen zur Vermietung an. Zudem gingen einige Betten durch Eigentumswechsel verloren.

Für den Workshop ergab sich folglich die Fragestellung, wie die Bettenanzahl in der Parahotellerie, insbesondere in der

Die Welt der Kastanie vermitteln

Bregaglia Engadin Turismo

Wie ging es weiter?

- Arbeitsgruppe
- Finanzierungsantrag über Projekte zur regionalen Entwicklung (PRE)
- Trägerschaft

Ist eure Neugier geweckt?



www.ideefix-leitfaden.ch

Thema

Workshop

Testphase

Abschluss

1. Fokus auf ein Thema setzen

Dein Thema in ein paar Worten:

Kurzbeschreibung Deadline:

☐ Benutze die Vorlage

2. Vorbereitung Deadline:

☐ Datum und Uhrzeit des Workshops

☐ Teilnehmende und Einladungen

☐ Location

☐ Workshop-Phasen kennenlernen
→ Brauche ich externe Hilfe?

☐ Material-Checkliste

3. Durchführung Datum:

☐ Ist der Ablauf klar?

☐ Sind die Methoden klar?

☐ Sind die Rollen klar?

☐ Ist das Material vorhanden?

4. Nachbereitung Deadline:

☐ Dokumentation erstellen

☐ Nachbereitungstermin definieren

☐ Entscheidung, welcher Prototyp in die nächste Phase kommt

5. Prototypen und Testen Deadline:

Prototyp erstellen

☐ Wer ist im Projektteam?

☐ Testing-Methode auswählen

☐ Hypothesen aufstellen

☐ Testing-Ziele festlegen

☐ Kann ich den Prototyp in 3-4 Sätzen erklären?
→ Brauche ich externe Hilfe?

Testingkonzept anwenden Zeitraum Testing:

☐ Der Ablauf zum Testen ist klar

☐ Indikatoren sind festgelegt

☐ Fazit nach Ampelsystem wurde gemacht

6. Nächste Schritte Deadline Analyse:

Wir machen weiter mit:

Unsere Finanzierungsmöglichkeiten sind folgende:

Kommende Deadlines:



www.ideefix-leitfaden.ch

Ideefix

Ideen umsetzen leicht gemacht



Ihr habt eine Idee – und jetzt?



Kostenloser Ideefix-Leitfaden inkl. Vorlagen:

führt durch die 6 Projektschritte,
die Vorlage "Projektübersicht" hilft,
den Fokus nicht zu verlieren



Externe Ideefix-Workshop- Moderation:

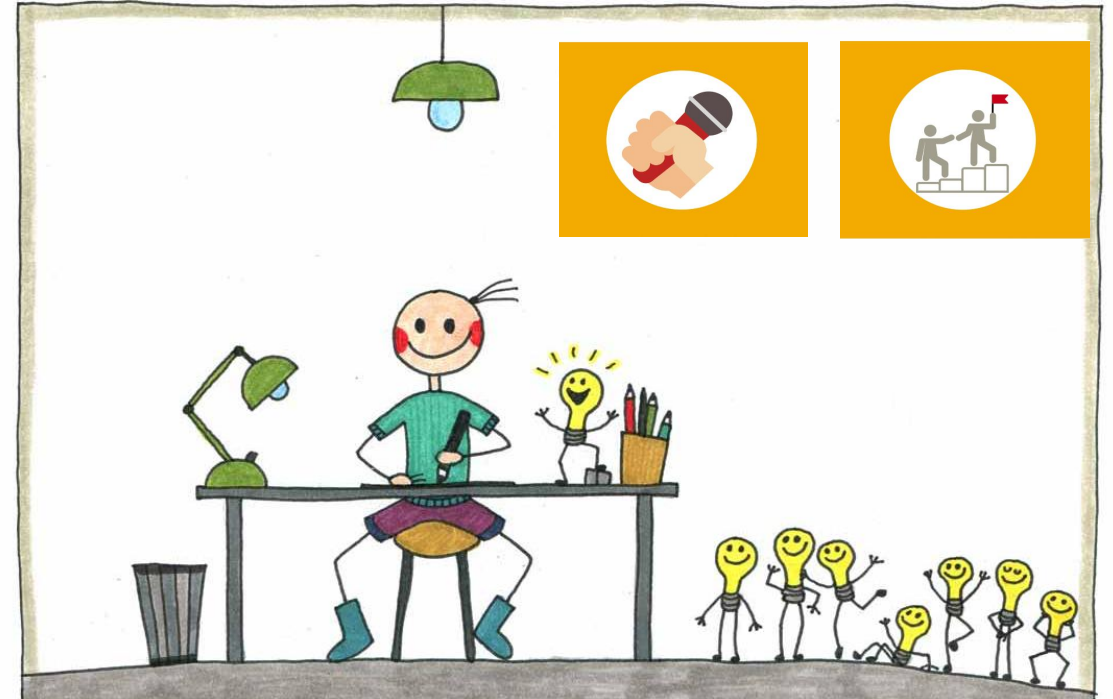
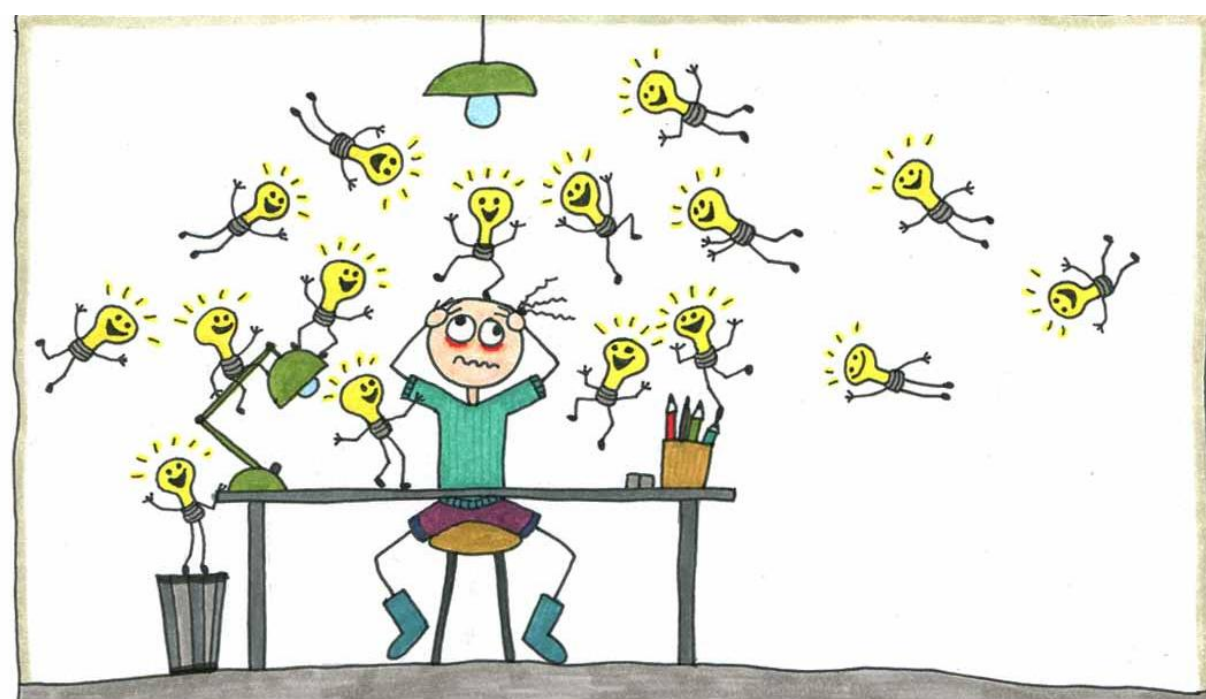
Individuell auf eure Bedürfnisse
angepasst.
Ihr konzentriert euch auf die Inhalte.



Externe Ideefix-Projekt-Begleitung:

Im Vorgespräch wird gemeinsam der
Projektumfang definiert,
eine externe, unabhängige
Projektbegleitung wird vermittelt

Ihr wollt anderen bei der Ideenumsetzung helfen?



Werde Ideefix-Coach: die FHGR bildet Coaches nach Ideefix-Methode aus.

Aufnahme ins Netzwerk, Vermittlung von Anfragen (Workshops oder Projektbegleitung),
Anwendung der Methode.

Nehmt eure vielversprechendsten Steine aus dem Fluss

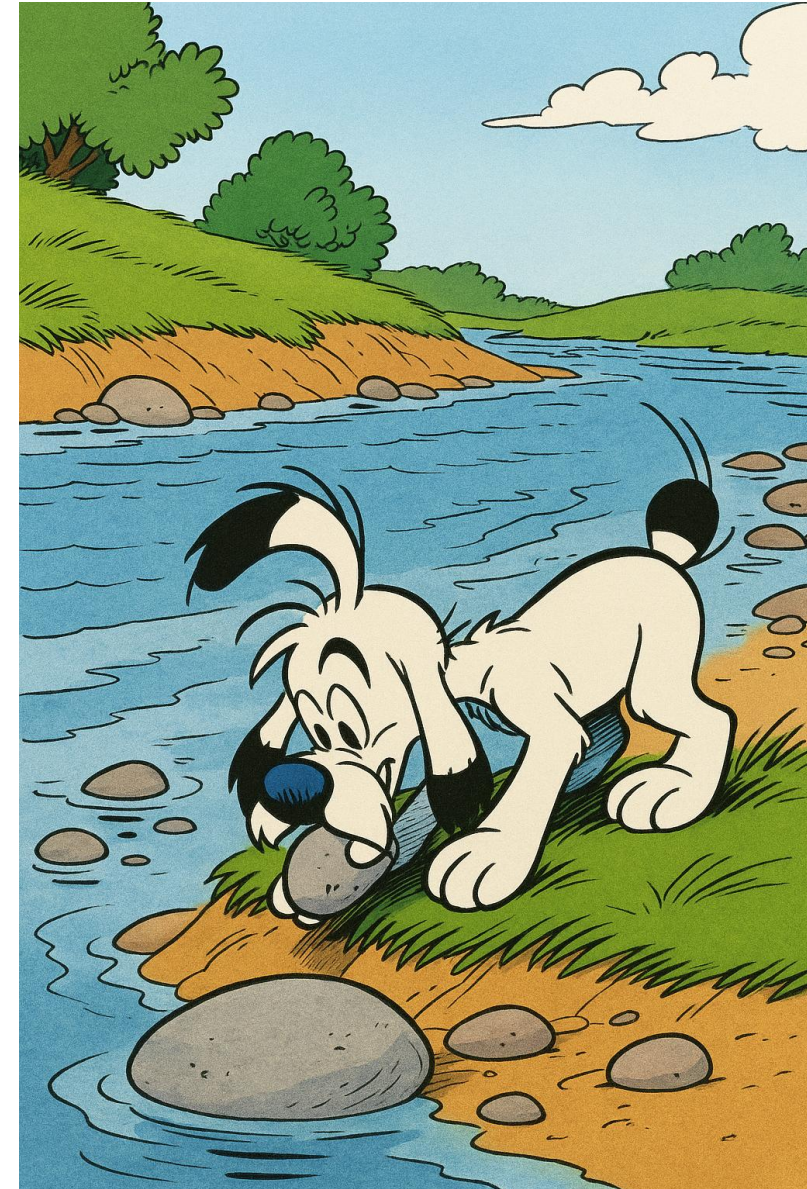
Ideenumsetzung
mit Hilfe des Leitfadens:



<https://www.graubuenden.ch/de/ideefix/leitfaden>

Ideenumsetzung
gemeinsam mit einem Ideefix-Coach:

Graubünden Ferien
Shared Services
sharedservices@graubuenden.ch
+41 81 254 24 99



Bevor wir zum Apero schreiten...



LOL
clideo.com

Zu guter Letzt...

**Vielen Dank allen
Referierenden von heute!**



Nächster InnoCircle

19. November 2025

14.00 Uhr – 17.00 plus Aperero

Flex Desk Event Space

im Bhf Chur, zwischen Gleis 2 und 4

Grazia Fitg.
Grazie.
Danke.

Graubünden Ferien
graubuenden.ch
contact@graubuenden.ch



graubünden

Patrick Dreher
CIO / Vizedirektor GRF
patrick.dreher@graubuenden.ch

Mik Häfliger
Leiter Innovationsmanagement GRF
mik.haefliger@graubuenden.ch

