graubünden

TREND-TO-GO

- Noctourism
- Food Trends
- Retreats
- Kulturreisen 2.0
- Agentic Commerce
- Social Commerce

Kompetenzzentrum Segmente
Graubünden Ferien

www.graubuenden.ch/studien

Noctourism

Noctourism verlegt Erlebnisse bewusst in die frühen Morgen- und Abendstunden. Gäste suchen dabei besondere Natur-, Kultur- und Sternenhimmelerlebnisse, möchten Hitze und Menschenmengen umgehen oder die ruhige, mystische Stimmung der Nacht geniessen. Beliebt sind etwa Sternenbeobachtungen, Sonnenaufgangstouren, Tierbeobachtungen und geführte Nachtwanderungen.

Graubünden bietet mit wenig Lichtverschmutzung, Ruhe und Weite gute Voraussetzungen. Bestehende Angebote wie Wanderungen, Fackeltouren oder Berg- und Hüttenbesuche lassen sich zeitlich anpassen und um Mond- oder Sternenbeobachtungen ergänzen. Für ein stimmiges Gesamterlebnis sind passende ÖV- und Bergbahnverbindungen, Stirnlampen-Vermietung sowie einfache kurzfristige Online-Buchbarkeit wichtig. Wetterfeste Alternativen und ein naturverträgliches Konzept runden das Angebot ab.

Food Trends

Kulinarik-Analyse

Gäste achten mehr auf Nachhaltigkeit, Herkunft und bewussten Lebensmittelkonsum. Auch die alpine Küche entwickelt sich weiter: «New Glocal» setzt auf regionale Kreisläufe und transparente Lieferketten, pflanzenbasierte Kreationen interpretieren Klassiker neu, regenerative Landwirtschaft fördert gesunde Böden und Biodiversität.

Graubünden kann diese Entwicklung mit alten Rezepten, vergessenen Sorten und saisonalen Produkten aufgreifen. Entscheidend ist, vegane Gerichte eigenständig zu entwickeln, statt lediglich tierische Zutaten wegzulassen. Transparente Herkunft schafft Vertrauen. Betriebe sollten prüfen, welche Küchenarbeiten selbst erledigt und welche ressourcenschonend zugekauft werden können, damit Fachkräfte gezielt eingesetzt werden.

Retreats

Ein Retreat ist eine mehrtägige Auszeit mit dem Ziel, innere Ruhe und das Gleichgewicht von Körper und Geist zu stärken. Anders als ein Wellness-Kurzurlaub folgt es einem klaren Fokus und strukturierten Tagesablauf mit Meditation, Achtsamkeit, Selbsterfahrung, Reflexion und Stille. Mögliche Schwerpunkte sind Yoga, Schweigen, Bewegung, Ernährung oder Kreativität.

Mit Ruhe, Natur und vielfältigen Aktivitäten bietet Graubünden passende Rahmenbedingungen. Anbieter können bestehende Pauschalen erweitern oder mit Partnern neue Formate schaffen. Dafür braucht es einen geeigneten Rückzugsort und qualifizierte Fachkräfte, die das Programm professionell leiten. Als Retreat sollte ein Angebot nur bezeichnet werden, wenn es diesen inhaltlichen Anspruch erfüllt.

Kulturreisen 2.0

Moderne Kulturreisen gehen über Museen und Sehenswürdigkeiten hinaus: Besonders Millennials und Gen Z suchen aktive, authentische Erlebnisse. Handwerk, Kulinarik, Musik, Architektur, Natur und Tradition werden kreativ verbunden; auch das Teilen in sozialen Medien spielt eine Rolle.

Graubünden bietet viele Anknüpfungspunkte: Architekturführungen zu Engadinerhäusern und Sgraffito, offene Werkstätten, Käse- und Weinerlebnisse sowie Bräuche wie Chalandamarz oder Pschuuri. Audiowalks, interaktive Karten und Augmented Reality können das Erlebnis ergänzen, sollten aber die Begegnung vor Ort nicht ersetzen. Kooperationen mit lokalen Akteur*innen, spannende Geschichten und online buchbare Angebote machen Kultur für neue Zielgruppen zugänglich.

Agentic Commerce

Agentic Commerce bedeutet, dass KI-Assistenten Menschen bei der Reiseplanung unterstützen – zum Beispiel passende Angebote suchen, vergleichen und empfehlen. Je nach Angebot und Zustimmung können sie auch die Buchung übernehmen. So verlagert sich die Customer Journey von der eigenständigen Suche hin zu einer stärker KI-gestützten oder teilweise delegierten Buchung.

Für Graubünden wird entscheidend, dass Angebote in KI-Suchen auffindbar und maschinenlesbar sind. Unterkünfte, Touren, Tickets und Erlebnisse sollten detaillierte, klare Angaben zu Leistungen, Preisen, Verfügbarkeiten und Stornierungen enthalten und online buchbar sein. Hochwertiger, nachfrageorientierter Content und technische Zugänglichkeit erhöhen die Chance, von KI-Agenten berücksichtigt zu werden. Der Wandel bietet Destinationen zugleich die Möglichkeit, eigenes Wissen und ihre Marke stärker einzubringen – statt die Kommunikation allein Buchungsplattformen zu überlassen.

Social Commerce

Social Commerce ermöglicht den Einkauf direkt auf Social-Media-Plattformen. Statt Trefferlisten stehen einzelne, gezielt beworbene Produkte und Landingpages im Mittelpunkt. Im Tourismus eignen sich besonders Tickets, Eintritte, Fanartikel, Gutscheine und Event-Kurztrips; klassische Ferien- und Unterkunftsbuchungen sind weniger gefragt.

Für Graubünden bieten sich regionale Kochkurse, Event-Tickets mit Kurzaufenthalt und saisonale Gutscheine an. Wichtig sind mobile, nahtlose Buchungswege, klare Preise und auffällige Buchungsbuttons. Targeting und die Messung der Nutzeraktivitäten helfen, Kampagnen zu optimieren. Führt der Kauf aus der Social-App auf eine externe Website, kann dieser Wechsel die Conversion erschweren.