



InnoCircle Graubünden

Kaffee Klatsch 25. November 2019

Chur, 25. November 2019

Mik Häfliger, Leiter Innovationsmanagement

Martin Vincenz, CEO Graubünden Ferien



*«Innovationen geben der Zukunft
eine Zukunft»*

Zitat: Hans-Jürgen Quadbeck-Seeger, Chemiker



Programm

Themen

- Betriebsführung und Impulsvortrag Kaffee Klatsch
(Svea Meyer)
- Begrüssung und Einleitung
(Martin Vincenz)
- Aus der «Strategieküche» von Graubünden Ferien (Strategie 2022)
(Martin Vincenz und Patrick Dreher)
- Update laufende Vorhaben
(Mik Häfliger, Seline Britt, Marc Tischhauser, Marc Woodtli)
- Innovation und Medienwert
(Luzi Bürkli)

Themen

- 360°-Film-Portal
(Marc Woodtli)
- Ideenpitch «WK Anschlussprogramm»
(Marc Woodtli)
- Impulsvorträge
 - jobs2share, Hotel-Innovationen im Personalwesen (Claudia Züllig und Katrin Schillo)
 - ANiM (Linda Netzer)

Aus der «Strategieküche» von
Graubünden Ferien
(Strategie 2022)



Graubünden Ferien Strategie 2022

GRF-Strategie 2020.



Segmente



Digitalisierung

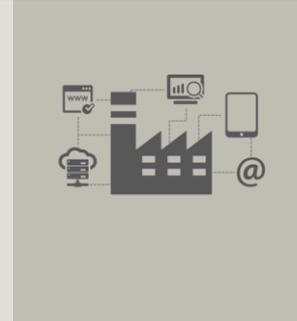


Innovation &
Research

Produkt- &
Erlebnis-
marketing

Shared
Services

Graubünden Ferien
Mehr Gäste für Graubünden!



Umsetzung GRF Strategie 2020

- Seit 2016
- Gute Resonanz und wertvolle Erkenntnisse



=> Optimierung und Weiterentwicklung eingeleitet.
Ergebnis: GRF Strategie 2022

Das Ziel: mehr Gäste für Graubünden

Indem GRF:

- zu trendigen Erlebnissen **inspiriert**
- neue Erlebnisse entwickelt und bestehende Erlebnisse **destinationsübergreifend** zu Angeboten **verknüpft**
- bestehende Erlebnisse **bekannt macht**
- neue Märkte und Gästesegmente **erschliesst**
- Destinationen und Leistungsträger **mit digitalen Services unterstützt**

Von Innovation & Research zu...

Indem GRF:

- zu trendigen Erlebnissen **inspiriert**
- neue Erlebnisse entwickelt und bestehende Erlebnisse **destinationsübergreifend** zu Angeboten **verknüpft**

... Innovation & Erlebnisentwicklung

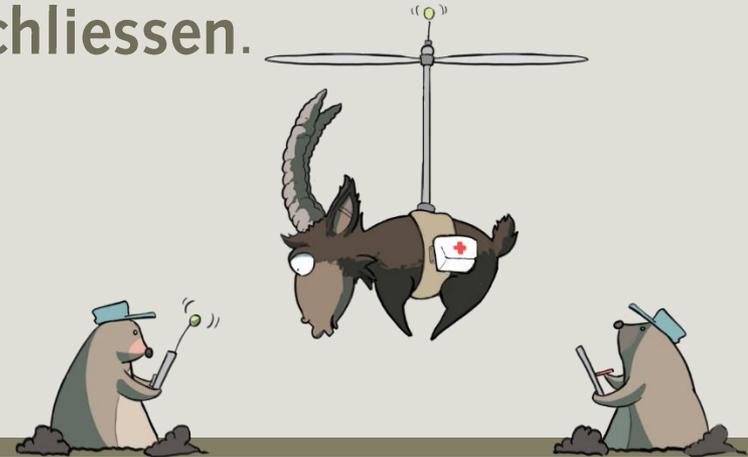
Indem GRF:

- zu trendigen Erlebnissen **inspiriert**
- neue Erlebnisse entwickelt und bestehende Erlebnisse **destinationsübergreifend** zu Angeboten **verknüpft**

=> Fokus!

Innovation

- **Fokussierung** auf attraktive und wenige Innovationsfelder
- Ziel ist es, touristische und gesellschaftliche **Trends** früh zu erkennen und für Graubünden durch Erlebnispromotion, -entwicklung und -bündelung zu **erschliessen**.



Erlebnisentwicklung

- Die **Erlebnisentwicklung** fokussiert sich auf **Aufbauprogramme**, die in ihrer Anzahl (maximal 1 bis 2) sowie ihrer Dauer (2 bis 3 Jahre) beschränkt sind.
- Ziel ist es, **neue und übergreifende Erlebnisse** oder Erlebniskomponenten aufzubauen, die von einzelnen Destinationen oder Leistungsträgern **nicht angeboten** werden.





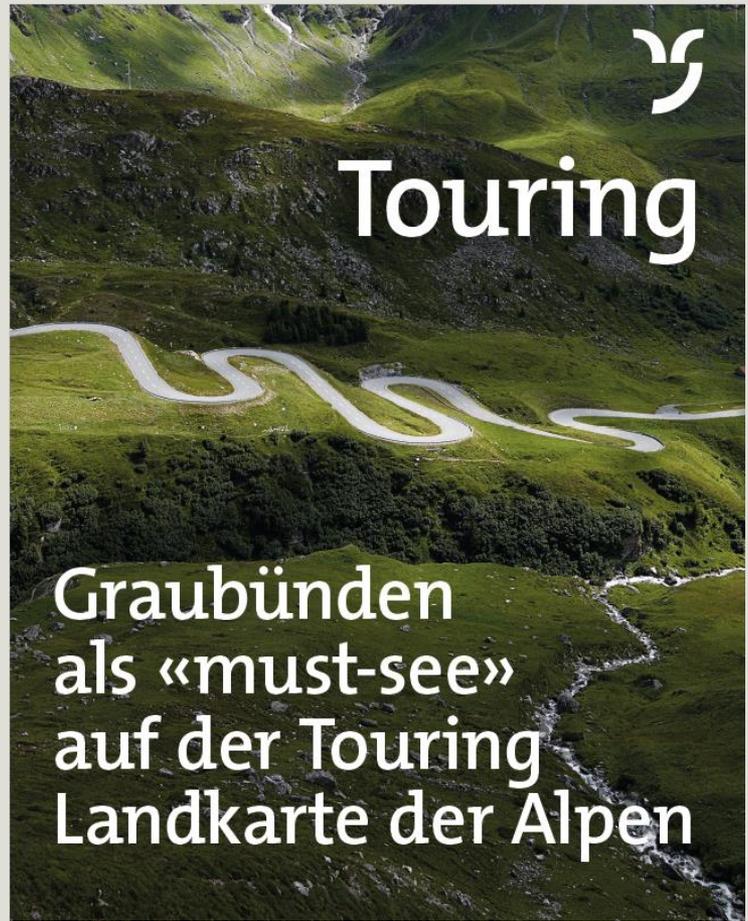
Nordic



Graubünden
wird die Langlauf
Hochburg der Alpen



Touring



Graubünden
als «must-see»
auf der Touring
Landkarte der Alpen

Update laufende Vorhaben

Bunanotg

Wetten, du übernachtst zu deinem Preis?

Ziel

Kommissionsfreie und kostengünstig zu betreibende Plattform mit dem Zweck, **mehr Gäste** zu immer noch **vernünftigen Preisen** zu generieren und die **Auslastung** kurzfristig zu erhöhen.

Hotelsuche ganz einfach....

- Event oder Anlass ist wichtiger als das Hotel
- Kaufm. Aufwand (Anfrage → Buchung)
- Übernachtung zum Wunschpreis

140 Hotels / 23 Orte 9 Destinationen



Davos



Lenzerheide



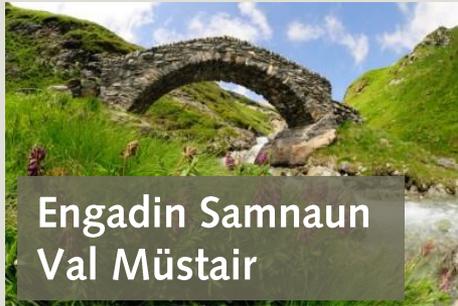
Arosa



Oberengadin



Flims Laax



Engadin Samnaun
Val Müstair



Savognin Bivio



Disentis Sedrun



Chur

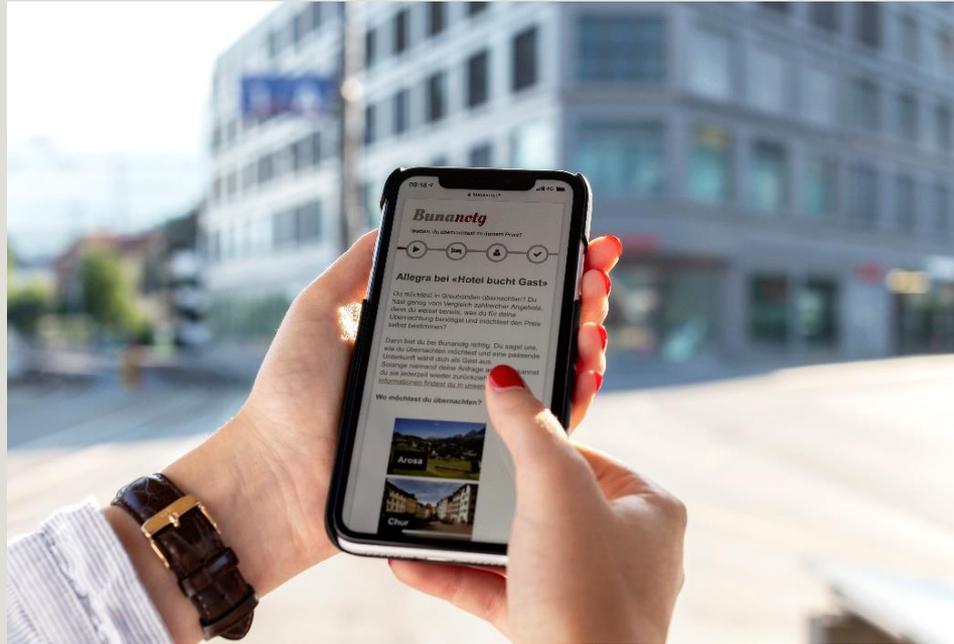
Vorteile Hotels

- **Entscheidet nach kaufm. Grundsätzen**, ob es den Gast will oder nicht
- Kann die **Auslastung** erhöhen und **Deckungsbeiträge** erwirtschaften
- Profitiert von einer **kommissionsfreien** Plattform
- Unterliegt **keinen Dumpingpreisen** dank Preisuntergrenze
- **günstiger Betrieb**

Vorteile Gast

- Mit einer Anfrage sind die Angebote einer ganzen Region abgedeckt
- Warum wählen, was man nicht kennt?
- Chance auf Übernachtung zum Wunschpreis
→ Wette

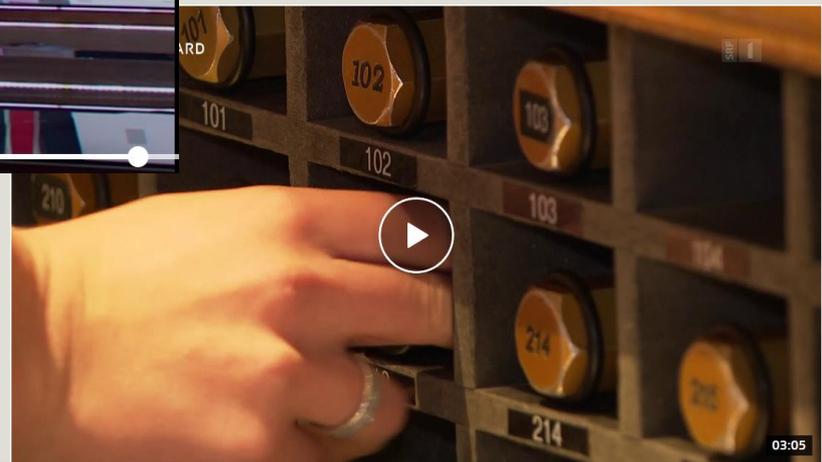
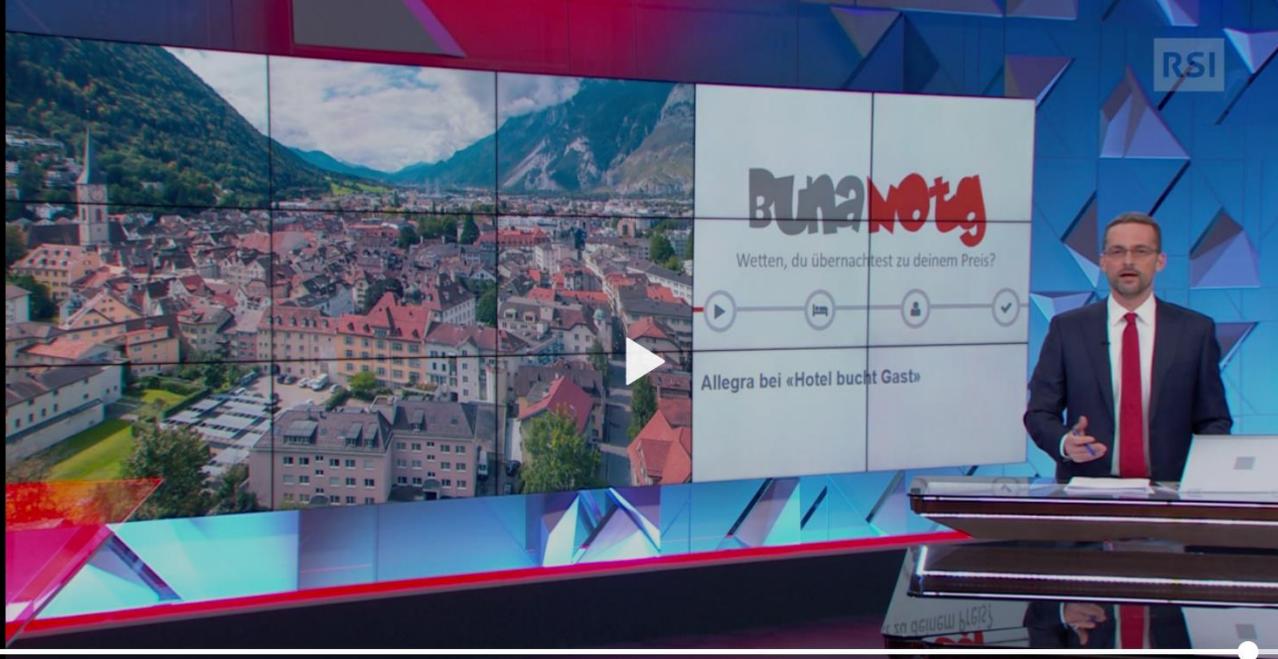
Kommunikation



WIE ES IST, EINEN TEAMAUSFLUG ZU PLANEN



Sorry, Dramaqueen



Der Medienhype

Datum: 06.02.2019

HOTELLERIE^{et} GASTRONOMIE ZEITUNG

Die Schweizer Branchenzeitung seit 1886

Datum: 11.02.2019



südostschweiz

Die Südostschweiz
7007 Chur
081/ 255 50 50
www.suedostschweiz.ch

Medienart: Internet
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
UUpM: 425'000
Page Visits: 1'501'164



↪ Web Ansicht

Auftrag: 101597
Themen-Nr.: 276

Kann man für 40 Franken in Churer Hotels übernachten?

Auf [Bunand](#)

graub^{unden}

Zahlen & Fakten (Stand 31.10.2019)

- Go-live im Januar 2019 (nur Chur)
- Juli 2019: Rollout ganz GR (seither auch regelmässige Buchungen)
- Total 425 Anfragen / 80 Buchungen / 323 Logiernächte
- Umsatz CHF 23'200.-
- Ø CHF 72.-/Logiernacht, resp. CHF 144.-/Doppelzimmer
- Buchungsumfang von anfänglich knapp 2 Logiernächten pro Buchung auf nun knapp 5 Logiernächten pro Buchung
- Teuerste Buchung CHF 2'160.- fürs Unterengadin

Bevorstehende Herausforderungen

- Service Design ausgestalten
- Betreiber finden; Plattform migrieren, ggf. mit bestehenden Hotelreservationssystemen verknüpfen (automatisieren von Übertragungen der Buchungen und Stornierungen)
- Plattform bekannt machen und bekannt halten

Ferien mit Haustier



Ferien mit Haustier

Auswertung: Kampagne Sommer/Herbst 2019

Ferien mit Haustieren

Idee	Thema »Ferien mit Haustier« emotional in der Zielgruppe vermarkten und zum Buchen eines Angebots bewegen.
Ziel	Gäste zum Buchen motivieren, Bedürfnis der Gäste erkennen und während dem Aufenthalt allfällige Learnings ziehen. Bekanntheit steigern und Verhaltensänderung bewirken.
Technik	Content zum Thema Ferien mit Haustier aufgleisen und entsprechende Angebote in den Testhotels kreieren und in der Zielgruppe über diverse Kanäle kommunizieren.
Umsetzung	Aufbau von Content fürs Web und Werbemittel. Entsprechende Angebote in Testhotels ausarbeiten. Content zusammen mit Angebote werden über diverse Kanäle On- und Offline beworben.

Ferien mit Haustier



Kampagnen-Landingpage

Haustiere herzlich willkommen

Haustierbesitzer kennen das Problem: Man will verreisen, doch was passiert in dieser Zeit mit den tierischen Lieblingen, wenn eine Betreuungsperson fehlt und das Tierheim zu weit weg ist? Bei uns sind Gäste samt ihren Haustieren immer herzlich willkommen. Und damit sich Mensch und Tier wie zu Hause fühlen, stellen wir gerne artspezifische Angebote vor.

Jetzt anfragen!



5 Pilothotels mit passenden Angebote

Online Kampagne

Social Media: Facebook und Instagram



View Video < 15 sec:
101'701



«Like» auf Facebook:
4'917

Kommentare auf Facebook:
417

Erreichte Personen:
558'604

Klicks auf die Website:
38'920

Gmail Ads und Google Ads

Klicks auf die Website:
2'619

Klicks auf die Website:
4'192

GRAUBÜNDEN FERIE
Ferien mit Haustier



Ferien mit Haustier

Gehen Sie mit Ihrem Haustier in die Ferien. Egal ob Katze, Hamster oder Vogel.

Zur Website

Ferien mit Haustier | Haustierfreundliche Hotels | graubünden

Anzeige www.graubuenden.ch/haustier

In den haustierfreundlichen Unterkünften sind Ihre Haustiere herzlich willkommen. Gönnen Sie ihrem Haustier ebenfalls eine Auszeit in Graubünden.

Klicks auf die Website:
136 (9.79 % Klickrate)



Ferien mit dem Haustier in Graubünden

Den Papagei mitbringen? Ist in einigen Unterkünften in Graubünden kein Problem! Erfahren Sie, welche Hotels ein Herz für gefiederte Freunde haben – und ein Katzenkistli für Ihren Liebling.

Hier sind Haustiere willkommen

Jetzt mit Freunden teilen



graubünden

Zahlen zur Landingpage

Seitenaufrufe:

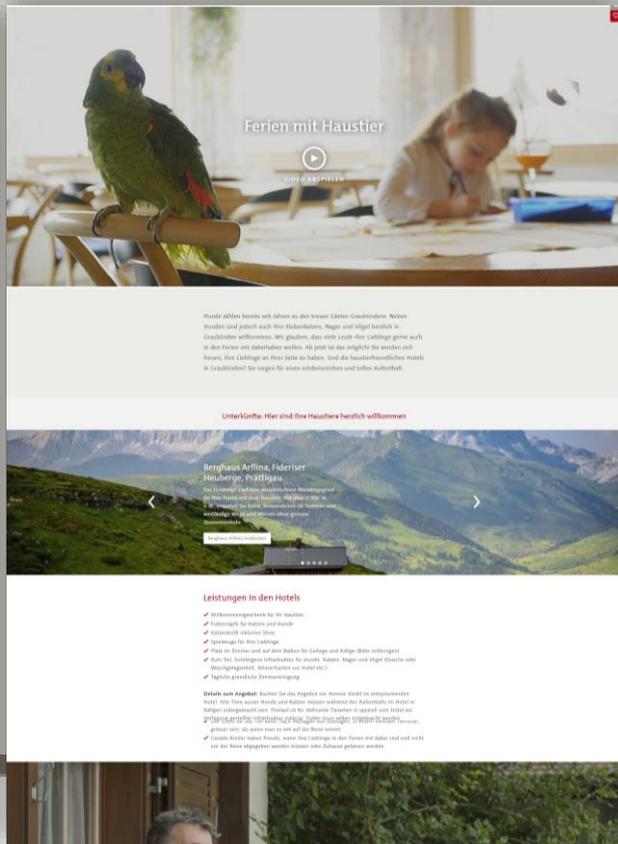
52'236

Zeit auf der Website:

02:15 (gut)

83 % Traffic über Facebook

15 % Traffic über Google



Offline Massnahmen

Mailing an Mitglieder der Rassekatzen-Vereinigung Ostschweiz

«Es kamen sehr viele positive Rückmeldungen. Aber den meisten war es schon zu spät für die Sommerferien, finden es aber eine tolle Idee. Und buchen vielleicht im Herbst oder Winter, was ja auch schön sein sollte.»

Michael Friedauer, Präsident
Rassenkatzenvereinigung



graubünden Juli 2019

Allegra liebe Katzenfreunde

Gönnen Sie Ihrer Katze ebenfalls eine Auszeit und nehmen Sie sie mit in die Ferien. In den haustierfreundlichen Unterkünften in Graubünden sind Sie herzlich willkommen!

Das erwartet Sie in den Hotels:

- Willkommensgeschenk für Ihr Haustier
- Futternäpfe für Katzen
- Katzenkistli inkl. Streu Spielzeuge für Ihre Lieblinge
- Platz im Zimmer und auf dem Balkon
- Zum Teil hoteleigene Infrastruktur für Hunde, Katzen, Nager und Vögel (Dusche oder Waschgelegenheit, Wiese/Garten vor Hotel, etc.)

Hier sind Ihre Haustiere herzlich willkommen:

- Berhaus Arlina im Prättigau
- Chalet-Hotel in Larix

Inserat und PPR-Text

Tierwelt – 2 x ½ Seite:

- 241'000 Leser und Leserinnen



Katzenmagazin – 1 x ½ Seite:

- 40'782 Leser und Leserinnen



Ferien für die Katz
Ihr Haustier fährt mit.

Gönnen Sie Ihrem Haustier ebenfalls eine Auszeit in Graubünden.
In den haustierfreundlichen Unterkünften sind sie herzlich willkommen.
Mehr Informationen unter www.graubuenden.ch/haustier

- Hotels
- Berghaus Arfina im Prättigau
 - Chalet-Hotel Larix in Davos
 - Danilo Pianta Hotel in Savognin
 - Hotel Gravas in Vella
 - Landgasthof Sommerfeld in Pragg-Jenaz

- Das erwartet Sie in den Hotels
- ✓ Willkommensgeschenk für ihr Haustier
 - ✓ Futternäpfe für Katzen und Hunde
 - ✓ Katzenkistli inklusive Streu
 - ✓ Spielzeuge für Ihre Lieblinge

- ✓ Platz im Zimmer und auf dem Balkon für Gehege und Käfige
- ✓ Hotel/eigene Infrastruktur für Hunde, Katzen, Nager und Vögel (Dusche oder Waschelegenheit, Wiese/Garten vor Hotel etc.)

graubuenden

graubuenden

Flyer in Petfriends Filialen und in Tierpraxen

Insgesamt 10 Petfriends Filialen in Zürich, Thurgau, Aargau, Basel, Bern, Luzern und in grösseren Tierpraxen in der Region Zürich.



Gönnen Sie Ihrem Haustier ebenfalls eine Auszeit in Graubünden. In den haustierfreundlichen Unterkünften sind sie herzlich willkommen.

Hotels

- Berghaus Arflina im Prättigau
- Châlet-Hotel Larix in Davos
- Dunlo Planta Hotel in Savognin
- Hotel Gravas in Vella
- Landgasthof Sommerfeld in Pragg-Jenaz

Das erwartet Sie in den Hotels

- ✓ Willkommensgeschenk für Ihr Haustier
- ✓ Futternäpfe für Katzen und Hunde
- ✓ Katzenklo inklusive Streu
- ✓ Spielzeuge für Ihre Lieblinge
- ✓ Platz im Zimmer und auf dem Balkon für Gehege und Käfige
- ✓ Hohelegene Infrastruktur für Hunde, Katzen, Nager und Vögel (Dusche oder Waschgelegenheit, Wiese/Garten vor Hotel etc.)

Mehr Informationen unter
www.graubuenden.ch/haustier



graubunden

graubunden

Wettbewerb mit Vitakraft

Gewinne eine Auszeit mit deinem Haustier in Graubünden

In Kooperation mit Vitakraft und Coop:



Wettbewerbs-Sticker auf 16'000 Produkten des neuen Katzenfutters «Poésie». Wird schweizweit in den Coop Filialen verkauft.

Fazit

Fazit

Grosses Interesse, viele positive Reaktionen, jedoch keine Buchungen

- Verhaltensänderung braucht Zeit
- grössere Reichweite / mehr Kommunikation nötig
- mehr Angebote und Hotels, die mitmachen wollen

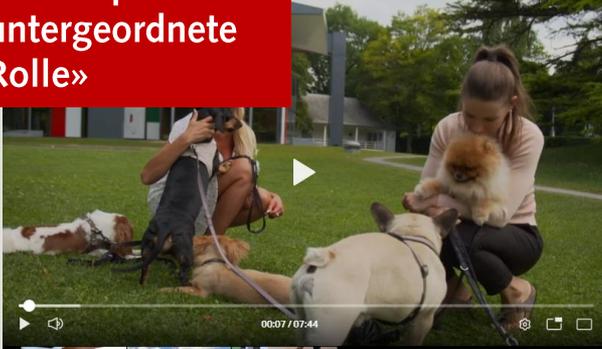
Ausblick

Wie weiter

- Weitere Hotels dazugewinnen
- Remarketing, Awareness hochhalten, um Verhaltensänderung zu initiieren
- Punktuelle Kommunikationsschwerpunkte auf die relevante Saisonalität

Tiere = Emotionen

«Geld spielt eine untergeordnete Rolle»



«Tiere sind Teil der Familie und werden verwöhnt»



ECO, 19.08.2019, 22:25 Uhr

Haustiere – lieb und teuer (1)

Sie sind Teil der Familie, werden verwöhnt, und Geld spielt eine untergeordnete Rolle. Das beweist ein Blick in die Regale des Detailhandels. Bei Qualipet-Gründer Rolf Boffa gibt es alles, was das Tierhalterherz begehrt. Zahlreiche Produkte stammen von Nestlé. Der Konzern setzt seit Jahren auf die Ausgabefreudigkeit der Tierhalter und ist zu einem globalen Player im Markt für Tiernahrung geworden. Der erste Teil einer dreiteiligen «ECO»-Serie über einen Markt ohne Grenzen.



dean.schneider Abonniert

851 Beiträge **2,5m Abonnenten** 361 abonniert

Dean Schneider

📍 My Mission is to bring Animals 🐾 into Peoples hearts ❤️ Swiss-Boychiving in Africa

Requests/Bookings/Collabs: management@hakunamipaka.com
[m.youtube.com/channel/UCl5z3XD8_E1ebE4YscWeJg](https://www.youtube.com/channel/UCl5z3XD8_E1ebE4YscWeJg)

«Mission: Tiere in die Herzen von den Menschen bringen»



Tiere

Entdeckungen auf A...

Entdeckungen anzeigen

Du siehst Ergebnisse für „tiere“

Interagiere auf unterschiedliche Weise

Verantwortungsvolle Begegnungen mit Tieren aus aller Welt.



Beobachten



Spielen



Pflegen

122 ENTDECKUNGEN

Kümmere dich um sie

100 % der Erlöse aus gemeinsamen Entdeckungen gehen direkt an worthwhile Organisationen.

«Tiere bereichern unser Leben»

Skeacher

Der schnelle Skikurs für Spontane



SKILEHRER

HIER

JETZT
2022

Ziele

Was wollen wir bewirken?

- Skeacher soll als **Zusatzprodukt** zum klassischen Skischul-Modell eingesetzt werden
- **Zusätzliche Zielgruppen** (Könner mit kleinen Defiziten, die nie eine Skischule regulär buchen würden) sollen angesprochen und deren Potenzial genutzt werden
- Saisonbedingte und zeitbedingte Mehr-Frequenzen sollen **die Auslastung erhöhen**
- Mit mehr kurz geschulten Skischülern wollen wir einen **Mehrertrag** erwirtschaften
- Produkt soll von den offiziellen Skischulen angeboten werden, **bevor es Private tun**

Highlight #1

Medienrummel



Highlight #2

Innovationspreis



Highlight #3

Rollout Skeacher in GR 2019 / 2020

12

destinations-
übergreifende
Lancierung



Vision



Unser Vorschlag



Gian

5 min entfernt von dir

Mit Gian skifahren



Leo

10 min entfernt von dir

Mit Leo skifahren



Sybille

18 min entfernt von dir

Mit Sybille skifahren

Den Umsatz von morgen
machen die Andersdenkenden
von heute!

Jörg Eugster



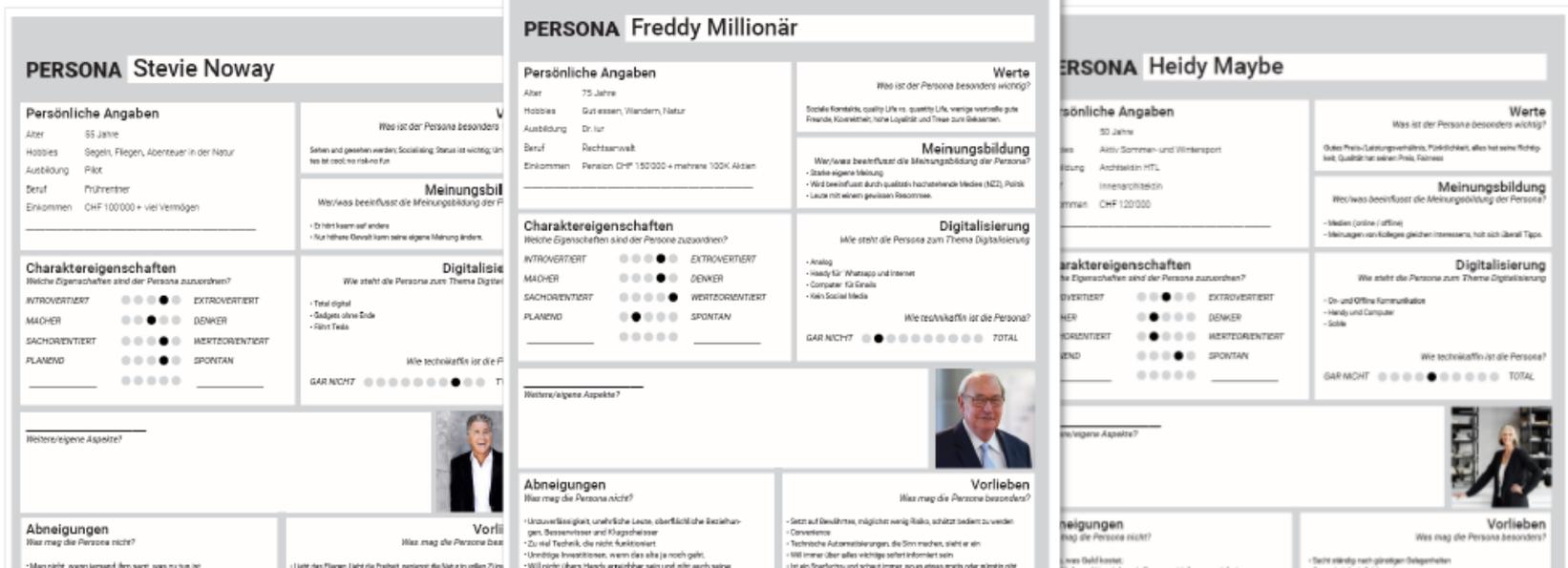
Bewirtschaftung FeWo

(Conciergerie GuestCare)

Personae

Typische Vermieter/Innen

Say hello to Heidy, Stevie & Freddy



Aus dem Research

Warum werden Wohnungen nicht vermietet?

Wirtschaftliche, Soziale und psychologische Gründe

Wirtschaftliche Gründe

- Keine Notwendigkeit
- Zu geringe Einkünfte
- Zu viel admin. Aufwand
- Fehlende Kenntnisse

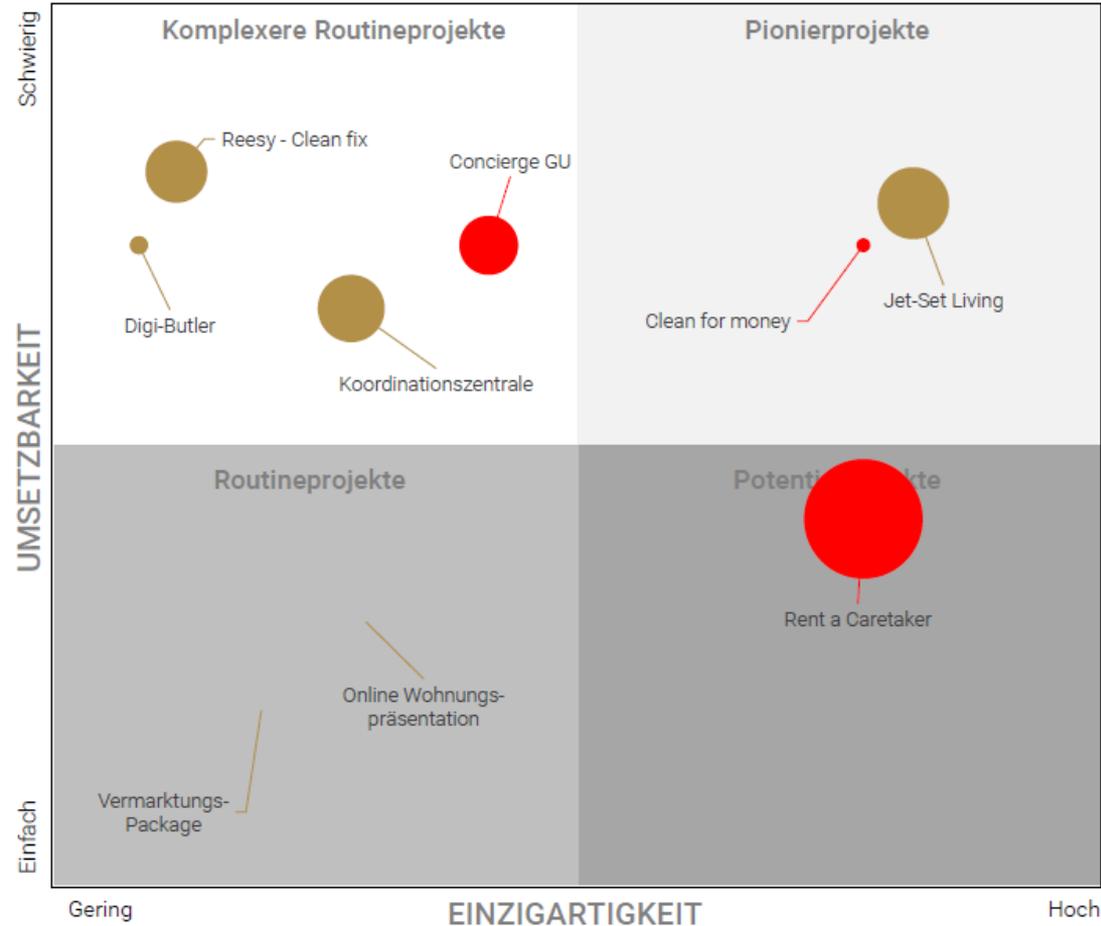
Soziale Gründe

- Hygiene
- Kultur oder Religion
- Kinder
- Tiere
- Sozialer Status
- Raucher

Psychologische Gründe

- Eingriffe in die Privatsphäre
- Eingeschränkte Flexibilität
- Persönliche Gegenstände
- Prestigeverlust
- Bedeutung der Wohnung

Ideenkonzepte



Clean for Money

Gast für Gast: Jeder Gast putzt für den nächsten Gast mit Rating-System. Kick-Back Mechanismus bei Gästen die besonders gründlich reinigen und Zusatzkosten für Gäste die es weniger genau nehmen.

Nutzen für die Persona

Klein ● ———— ✖ ———— ● *Gross*



Concierge Generalunternehmen

Eine lokal verankerte Organisation (bspw. angehängt an einer DMO), die im Hintergrund folgende Leistungen organisiert und koordiniert:

- Reinigung
- Versicherung
- Störköche/Butler-Service
- Sicherheit
- Erlebnisse vor Ort

Nutzen für die Persona

Klein ● ————— ✖ ————— ● *Gross*



Rent a Caretaker

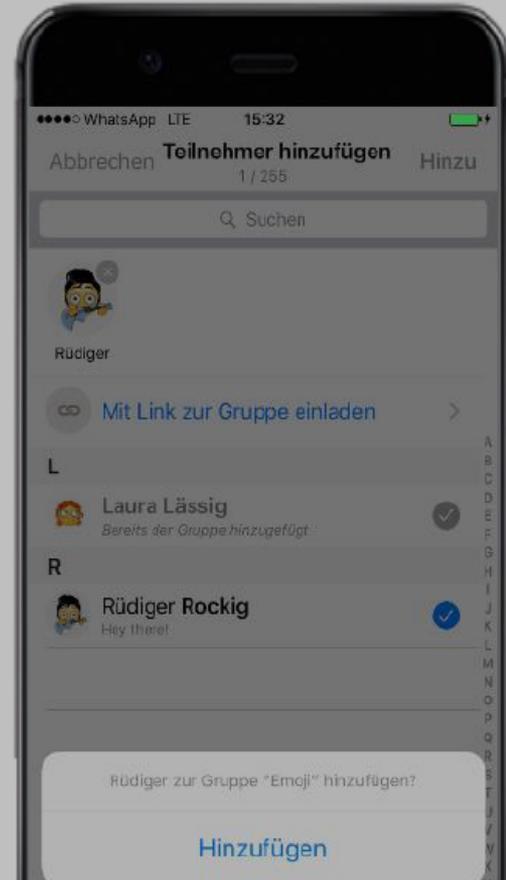
Zugang zu dezidiertem Person vor Ort, welche die Schlüsselübergabe organisiert, die Reinigung koordiniert und den Aufenthalt gestaltet. Die direkte Kommunikation zwischen Hauswart (Caretaker), Reinigungspersonal und Eigentümer erfolgt in einer WhatsApp Gruppe. Dadurch ist der Eigentümer jederzeit informiert bzw. kann sich bei entsprechender Person informieren.

Nutzen für die Persona

Klein



Gross



Präsentation und Bewertung

n=9

	1	2	3	4	5	Σ	
Clean for Money	2 (2x1 = 2)	2 (2x2 = 4)	2 (2x3 = 6)		3 (3x5 = 15)	27	3
Concierge GU		1 (2x1 = 2)	5 (5x3 = 15)	1 (1x4 = 4)	2 (2x5 = 10)	31	2
Rent a Caretaker		3 (3x2 = 6)		4 (4x4 = 16)	2 (2x5 = 10)	32	1

The Business Model Canvas *Rent a Caretaker*

Schlüsselpartner



Wer sind unsere Schlüsselpartner?
Wer sind unsere Schlüssellieferanten?
Welche Schlüsselressourcen beziehen wir von Partnern?
Welche Schlüsselaktivitäten üben unsere Partner aus?

- Reinigungsunternehmen
- Plattformbetreiber

Schlüsselaktivitäten



Welche Aktivitäten erfordert unser Nutzenversprechen?
Unsere Distributionskanäle?
Kundenbeziehungen?
Einnahmequellen?

Schlüsselressourcen



Welche Schlüsselressourcen erfordert unser Nutzenversprechen?
Unsere Distributionskanäle? Kundenbeziehungen?
Einnahmequellen?

- Reinigungsunternehmen

Nutzenversprechen



Welchen Nutzen verschaffen wir unseren Kunden?
Welche der Probleme unserer Kunden helfen wir zu lösen?
Welche Produkt- und Dienstleistungspakete bieten wir in jedem Kundensegment an?
Welche Kundenbedürfnisse erfüllen wir?

- Zeitsparend
- Mehreinnahmen
- Flexibilität
- Transparenz
- Dezierte Person vor Ort
- Vertrauen

- Effizienz
- Einzelne Module
- Legale Anstellungsbedingungen

Kundenbeziehungen



Welche Art von Beziehung erwartet jedes unserer Kundensegmente von uns?
Welche Beziehungen haben wir bereits aufgebaut?
Wie sind sie in unser Geschäftsmodell integriert?
Wie kostenintensiv sind sie?

- Plattform (evtl. GRF, DMOs)
- Kommunikationskanal pro Objekt
- Besichtigung, Inventur, Vertrag

Marketingkanäle



Über welche Kanäle wollen unsere Kundensegmente erreicht werden?
Wie erreichen wir sie jetzt?
Wie sind unsere Kanäle integriert?
Welche funktionieren am besten?
Wie integrieren wir sie in die Kundenabläufe?

- Präsentation in Destinationen
- Werbung in FeWo-News, Newsletter
- Zweitwohnungsvereine

Kundensegmente



Für wen bieten wir einen Nutzen an?
Wer sind unsere wichtigsten Kunden?

- Zweitwohnungsbesitzer ausserhalb des Kantons
- Kunden die Flexibilität schätzen, Hoheit über eigene Liegenschaft wünschen.

Kostenstruktur



Welches sind die wichtigsten mit unserem Geschäftsmodell verbundenen Kosten?
Welche Schlüsselressourcen sind am teuersten?
Welche Schlüsselaktivitäten sind am teuersten?

- Grundkosten der Reinigung
- Lohn, Büro
- Plattform
- Werbung

Einnahmequellen



Für welchen Nutzen sind unsere Kunden tatsächlich bereit zu zahlen? Für was zahlen sie aktuell?
Wie zahlen sie aktuell?
Wie würden sie es bevorzugen zu zahlen?
Wieviel trägt jede Einnahmequelle zum Gesamtumsatz bei?

- Modulpreise (Monatspauschale, Saison, Weekend, Frühjahrsputz, basierend auf Stunden)
- UPC-Pricing (S, M, L-Pakete)

Nächste Schritte

- Umsetzungspartner / Betreiber finden
- Diese ergeben die Pilotregion
- Pilot aufsetzen und testen (MVP)
- Schlüsse ziehen, iterieren, erneut testen
- Destinationsübergreifend skalieren

GastroFit 4.0

die smarte Suche für den Gaumen

GastroGraubünden –
Verband für Hotellerie und Gastronomie

Starting Position – Vision

- **Mehr Gäste und mehr Umsatz in der Gastronomie**
- Kulinarische Vielfalt von Graubünden **bekannter machen**
- **Geschichten erzählen und Highlights vermitteln**
(z.B. Rezepte, lokale Produkte, Geschichten, Produzenten, Gastronomen, Persönlichkeiten etc.)

Pains

Restaurantsuche/ Menu-Wahl

- Zu komplexe Suche, zu viele Resultate
- Zu ungenaue/ unpassende Vorschläge; zunehmende Unverträglichkeiten
- Restaurants kategorisieren sich falsch

Restaurant-Bewertungen

- Anonym/ keine Beziehung/ Verbindung zu Bewerter
- Oftmals nur «vernichtend» oder «hochgelobt»
- Wenig aussagekräftig

Was wollen wir...?

- Einfache Suche mit passgenauen Resultaten
- Aussagekräftige Bewertungen von Bekannten/Freunden
- Innovative Menu-Wahl





Vertrauen Sie ihren Freunden,
finden Sie Ihr Restaurant,
essen Sie, was Ihnen bekommt.

Wie tun wir das...?

Digitaler premium Gastroführer für Graubünden/Schweiz

Differenzierung durch:

- Einfache und **smarte Suche** zu **sinnvoller Kategorisierung** und zu **passenden Vorschlägen**
- **Community-Bewertung** – User wählen selber, wem sie folgen
- **Kuratierte Inhalte**
- **Storytelling**
- **Spezialisierte Filtersuche**

Die digitale Menu-Wahl

Heute leiden Gäste vermehrt unter Allergien und Unverträglichkeiten. Diese und viele weitere Kriterien führen zur optimalen Menu-Wahl:

Beispiele:

- Herkunft, also Provenienz (Nachhaltigkeit/ ökologischer Fussabdruck)
- Nahrungsmittelkategorie/ vegan/ vegetarisch
- Kcal
- Religion
- Preis-Range

Auch das passende Getränk oder der passende Wein zum gewählten Menu poppt automatisch auf.

Was ist daran innovativ?

- Verbindet smarte Suche und persönliche Bewertung
- Wir kennen 1'000/ 22'000 Mitglieder persönlich
- Wir bieten zusätzlich hochwertige Informationen

Weitere Schritte

- Leistungsträger finden (Gastronomen)
- Content-Lieferanten finden
(Gourmedia, Lieferanten, GR Viva...)
- Community aufbauen (Bewerter)
- Lösung aufbereiten
- Business Modell definieren/ Finanzierung sichern

Regenwetter Outdoor Angebote

«Wenn Regen Spass macht!»

Auswertung Pilot Sommer 2019

www.graubuenden.ch/regenwetter



Ziele

1. Funktionieren Outdoor Regenangebote?
2. Steigerung der Ersteintritte an den Bergbahnen bei Regenwetter
3. Steigerung der Wertschöpfung im Tal und auf dem Berg
4. Alleinstellungsmerkmal «Wenn's regnet, dann macht's genau hier am meisten Spass»

Research touristische Regenangebote

Sollte es in der Sonnenstube der Schweiz doch mal regnen, wartet ein abwechslungsreiches, Indoor-Angebot* auf die Gäste.



LAC
Lugano Arte e Cultura

Lugano

ENTDECKEN



Fossilienmuseum
Monte San Giorgio
Meride

BASEL WENN ES REGNET

Graues Regenwetter trübt die Stimmung und vertreibt die Unternehmungslust. Das muss nicht sein! Denn Basel bietet auch bei nasskaltem Schmuddelwetter viele spannende und unterhaltsame Freizeitaktivitäten. Hier finden Sie einige Ideen, wie Sie Ihre Zeit in Basel auch bei schlechtem Wetter verbringen können.



Zoo Basel: Vivarium und Affenhaus

Auch bei Regen müssen Sie nicht auf den Zaubersack verzichten. Das Vivarium und das Affenhaus bieten spannende Alternativen zu den Tiergängen im Freizeitanlage. Sie sind sich von den bunten, exotischen Fische begeistern und tauchen Sie in die geheimnisvolle Welt des Vivariums ein. Auch die angepassten Affen im Affenhaus sorgen bei Regen und Ideen für gute Stimmung. Das ist das graue Regenwetter schiefen verpassen.

DEBATS



Afternoon Tea (Les Trois Rois)

Muss kann gemütlicher sein, als eine Tasse Tee in der warmen Stube, wenn es draussen nass und kalt ist? Ziehen Sie sich ein köstlich warmes oder kaltes Getränk und lassen Sie sich von unseren besten Teespezialitäten und köstlichen Muffins verwöhnen. Das köstliche Les Trois Rois kommt täglich. Schmeckhafte Snacks, Sandwiches, Süssgebäck und eine Auswahl aromatischer Teespezialitäten aus dem Haus. *Art du thé in Luzern.

DEBATS



Gewächshäuser Botanischer Garten

Zu jeder Jahreszeit gibt es im Botanischen Garten der Universität Basel eine abwechslungsreiche Auswahl an Aktivitäten. *Stauben, Botanischer Garten, Universität Basel.



Schlechtwetter-Tipps für Graubünden

Vom gemütlichen Museumsbesuch bis zum spannenden Kartrennen.

Schlechtwetter-Tipps für Zürich

Was tun, wenn es in Zürich regnet, hagelt oder gar schneit? Vor allem eines: Nicht verzweifeln. Das Angebot an Aktivitäten unter Dach ist immens.

Über 50 Kinosälen laufen die neusten Blockbuster und Alternativ-Filme, in den Museen in man antike bis moderne Kunst bewundern und wer es sportlich mag, der geht ins Schwimmbad. Im Technorama oder in der Umweltarena entdeckt man die Gesetze der Natur und im Zoo Zürich die Tiere hautnah.

Sollte es in der Sonnenstube der Schweiz doch mal regnen, wartet ein abwechslungsreiches, Indoor-Angebot* auf die Gäste.

Unsere Vorschläge:

- Mit Kindern die Museen**
Jeden Donnerstag haben Sie die Möglichkeit, einen Blick hinter die Kulissen der Regelmuseen von Serfaus-Fa-Ladù zu werfen. Eine Führung durch die Pflanzengarten ist dabei. Hier sind auch Kinder und Jugendliche willkommen. Anmeldung bis spätestens am Freitag vorab telefonisch in den Kassen der Regelmuseen Serfaus-Fa-Ladù oder online unter www.serfaus-fa-ladu.ch. Preis Erwachsene € 20.00, Kinder € 14.00.
- Museum Pöschel und Engel-Haus in Fies**
Die zeitliche Ausstellung "Kunst, Natur und Mensch" mit modernen Exponaten von Bildhauern, Malern und 22 Kunstwerken. Zeitungen werden in verschiedenen Sprachen angeboten. Eintritt frei. Über die Website, über auch über die gemeinsamen Medien. Anmeldung bis spätestens am Freitag vorab telefonisch in den Kassen der Regelmuseen Serfaus-Fa-Ladù oder online unter www.serfaus-fa-ladu.ch. Preis Erwachsene € 12.00, Kinder € 20.00, Kinder bis 10 Jahre bis € 10.00 bis 18.00 Uhr.
- Städt**
Besuchen Sie das Geschichtsmuseum Städt. Spitzweg. Inklusives Städt in der Nähe von der George-Bus in der Nähe zum Hotel Lina oder im Lada in Graubünden.
- Das Glück der Erde liegt auf dem Rücken der Pferde**
Reitunterricht für Anfänger und Fortgeschrittene bietet die Möglichkeit, das Reiten zu lernen. *Serfaus-Fa-Ladù. Für den Unterricht stehen eine Reitanstalt und ein Aufwärtler zur Verfügung. Die Reitanstalt und Anmeldung unter +43 664 736966.
- Museum, Galerien und Ausstellungen**
Alle Informationen zu Öffnungszeiten und Führungen erhalten Sie im Webshop oder im Stadtführerprogramm.
- Basel**
In der "Sonnenstube der Schweiz" können Sie sich auch bei Regenwetter entspannen. Ein Programm, alle Informationen und Anmeldung unter +43 664 736966.
- Play* Serfas**
Die Indoor-Spielplätze sind in der Sonnenstube der Regelmuseen Serfaus-Fa-Ladù. Hier sind auch Kinder und Jugendliche willkommen. Anmeldung bis spätestens am Freitag vorab telefonisch in den Kassen der Regelmuseen Serfaus-Fa-Ladù oder online unter www.serfaus-fa-ladu.ch. Preis Erwachsene € 12.00, Kinder bis 10 Jahre bis € 10.00 bis 18.00 Uhr.
- Schlitteln auf dem Eis**
Die Schlittschuhlaufen ist ein beliebtes Hobby. In der Sonnenstube der Regelmuseen Serfaus-Fa-Ladù können Sie sich auch bei Regenwetter entspannen. Ein Programm, alle Informationen und Anmeldung unter +43 664 736966.
- Walden und Graubünden**
Die Walden ist ein beliebtes Hobby. In der Sonnenstube der Regelmuseen Serfaus-Fa-Ladù können Sie sich auch bei Regenwetter entspannen. Ein Programm, alle Informationen und Anmeldung unter +43 664 736966.
- Zoo Basel und Magister online lesen**
Lernen Sie sich im Zoo Basel und im Magister online lesen. Ein Programm, alle Informationen und Anmeldung unter +43 664 736966.
- Walden und Graubünden**
Die Walden ist ein beliebtes Hobby. In der Sonnenstube der Regelmuseen Serfaus-Fa-Ladù können Sie sich auch bei Regenwetter entspannen. Ein Programm, alle Informationen und Anmeldung unter +43 664 736966.

ALLWETTERPROGRAMM. WE ARE FAMILY.®

SERFAUS-FA-LADU.AT



Neuer Ansatz GRF

Es gibt kein **Schlechtwetter**, nur

- Regenwetter
- **schlechte** Ausrüstung
- **schlechte** Angebote
- Falsche Einstellung



Umsetzung «Schlammspielplatz»



Beschriftung vor Bergbahnen
(nur bei Regen sichtbar)



Matschhügel

Regenrutschbahn



Wasserschlacht

Regendusche

Regenwasser
Reserve

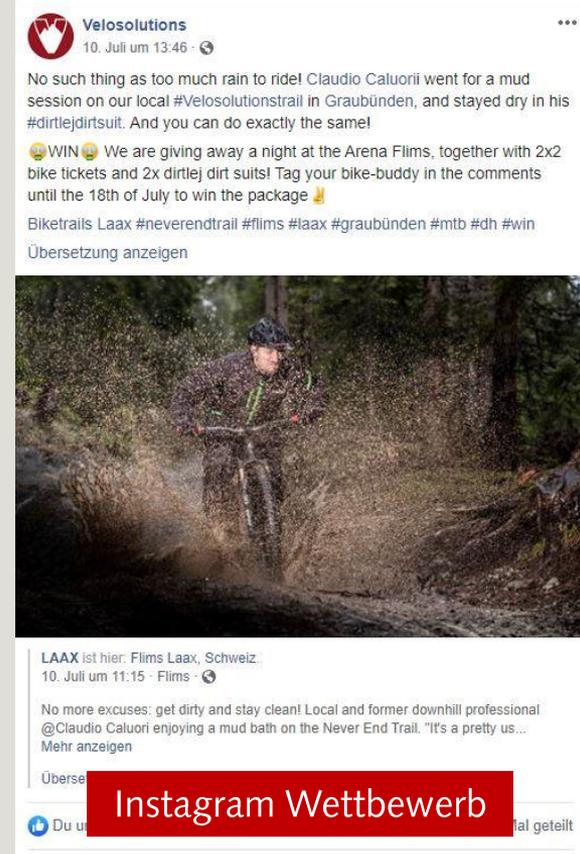
Matschküche



Beschriftung der
einzelnen Elemente

Umsetzung «Regenbiken»

Elemente



Auswertung

- Regen Outdoor Angebote funktionieren!
- graubuenden.ch/regen
 - Sitzungen: 864
 - Durchschnittliche Zeit auf der Seite: 03:17 Minuten
 - Absprungrate: 63,36%
 - 82% CH
 - 11% DE
 - 65% Weiblich
 - 35% Männlich
 - 39% 25 bis 34 Jahre
 - 30% 35 bis 44 Jahre
 - 14% 45 bis 54 Jahre

Zielerreichung «Schlammspielplatz»

Werthypothesen

1. Produkt Adaption
 - a. Medien und Leistungsträger nehmen das Produkt positiv auf 
 - b. Fünf Berichte on/ offline 
 - c. Vier Leistungsträger machen aktiv mit 
2. Gästezufriedenheit ist hoch 
3. Aufwand Handling Regenanzüge annehmbar 
 - Mehrumsatz im Restaurant (Aufgrund Pächterwechsel keine Angaben möglich)

Mengenypothesen

1. 20% mehr «nicht Biker» bei Regenwetter (Auswertung im Jan. 2020)
2. 50% der Anzüge vermietet bei Regenwetter (24 Sets vorhanden) 

Zielerreichung «Regenbiken»

Werthypothesen

1. Produkt Adaption
 - a. Medien und Leistungsträger nehmen das Produkt positiv auf 
 - b. Fünf Berichte on/ offline 
 - c. Vier Leistungsträger machen aktiv mit 
2. Gästezufriedenheit ist hoch 
3. Aufwand Handling Regenanzüge annehmbar 

Mengenypothesen

1. 20% mehr Biker bei Regenwetter (Vergleich Sommer 2018) 
2. 50% der Anzüge vermietet bei Regenwetter (20 Sets vorhanden) 

Wie weiter...

- Pilot Sommer 2019
- Auswertung Nov. 19
- Umsetzungskonzept
Regenangebote erstellt Dez. 2019
- Rollout in GR im Frühling 2020



Innovation und Medienwert

Innovation bringt nichts Zählbares ...

... doch was bedeutet es, wenn dank Innovation
«Medienwerte» geschaffen werden?



Skeacher – Skischule direkt!

Am Anfang steht die Medienmitteilung



Graubünden Ferien
Alexanderstrasse 24
CH-7001 Chur

Tel. +41 (0)81 254 24 24
medien@graubuenden.ch
www.graubuenden.ch

MEDIENMITTEILUNG

Drei Bündner Schneesportschulen erfinden sich neu

Ski teacher oder kurz «Skeacher»: So heissen die neuen Skilehrer, die dieses Wochenende in den Gebieten Davos Jakobshorn, Scuol Motta Naluns und Andermatt-Sedrun unterwegs sind. Sie treten auf der Piste mit den Gästen in Kontakt, analysieren auf deren Wunsch ihre Fahrtechnik und helfen ihnen sogleich, diese zu verbessern.



SRF NEWS



Davoser Skilehrer bieten ihre Dienste direkt auf der Piste an

f ✉ 🗨 | [Beitrag in Merkleliste speichern](#)

Die Schweizer Schneesportschule Davos testete vor knapp zwei Wochen ein neues Skischulmodell. Dabei sprachen Skilehrer die Gäste direkt auf der Piste an und boten ihnen massgeschneiderte Übungen an.

Schweizer Schneesportschule Davos

Innovative Die «Skeachers»

massge, Graubünden Ferien lancierte in diesem Winter zusammen mit verschiedenen Schneesport- schulen ein neues Modell des Skunterrichts – die «Skeachers». Spontan, für ein, zwei Abfahrten buchbare Skilehrer. Das Angebot wurde auch an der Skischule Scuol-Ftan getestet, mit Erfolg.

JON DUSCHLETTA

Der neue Trend in den Bündner Bergen

18.02.2019 – 17:09

Neu können Gäste auf den Bündner Skipisten mit Hilfe

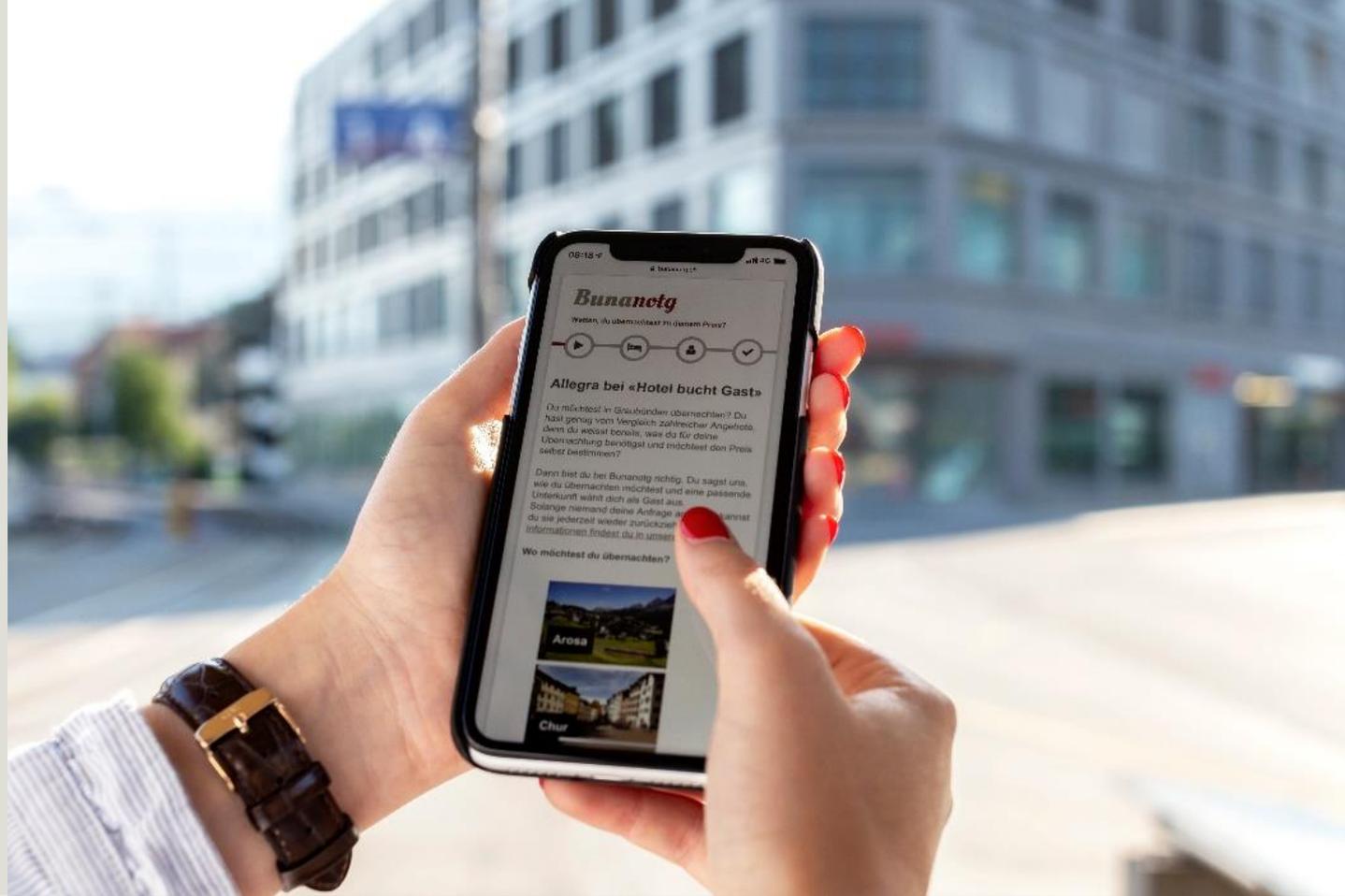
Das Angebot der «Skeachers» nutzen

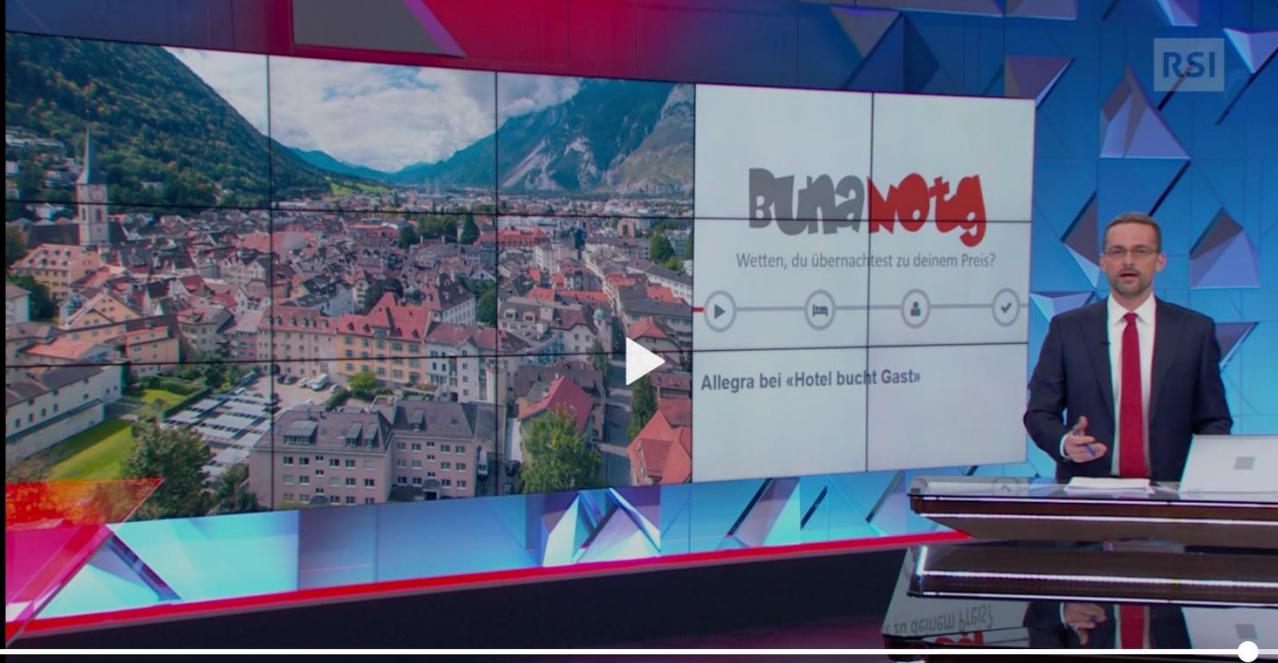
beweisen: besser geht immer

Samstag, kurz vor Zehn. Xaver, Kevin, wachst zwischendurch ein stumpf ge- Madlaina und Pascal tragen je eine wordenes Snowboard eines Winter- weisse «Skeacher»-Armbinde über der sportlers. Frieser ist am Schliersee, süd- roten Skijacke und bauen auf Mot da Ri lich von München aufgewachsen, lebt im Scuoler Skigebiet Motta Naluns ei- aber schon seit zwölf Jahren mit seiner nen kleinen Stand auf: Ein einfaches Familie im Engadin. Er ist stellver- Bänkli im frischen Schnee, darauf ver- tretender Leiter der Skischule Scuol- teilt ein paar Malzsüssigkeiten und da- Ftan, war zuvor jahrelang Sportlehrer rum herum zwei Werbefahnen der Ski- an der Sportklasse in Ftan und betreibt schule Scuol-Ftan und drei kleine, im Sommer eine Bikeschule. handgeschriebene Schilder: «Ski- Die Idee hinter «Skeacher» – eine lehrer?», «Hier!» und «Jetzt!» steht da- Wortverknüpfung von «Ski» und «tea- rauf geschrieben. cher» – ist denkbar einfach: Ski- und Die Idee für diese moderne, sponta- Snowboardfahrer treten auf der Piste

waren 60 bereit, für den spontanen Unterricht zu zahlen. Nun soll das Projekt für den nächsten Winter weiterentwickelt werden.

Bunanotg





De

Datum: 22.01.2019

Datum: 06.02.2019

HOTELLERIE^{et} GASTRONOMIE ZEITUNG

Die Schweizer Branchenzeitung seit 1886

Datum: 11.02.2019



südosstschweiz



➔ Web Ansicht

Auftrag: 101597
Themen-Nr.: 276

Die Südosstschweiz
7007 Chur
081/ 255 50 50
www.suedostschweiz.ch

Medienart: Internet
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
UUpM: 425'000
Page Visits: 1'501'164

Bei «
Lenze

leiste
finiert d
ist, zu b
die Anfr
können c
legten H
den, ob s
nehmen
wählt so
kunft aus
den Gas
cenz, CE
Ferien. I
chem Ho
wird, erfant er erst mit der

Auf bunan

Kann man für 40 Franken in Churer Hotels übernachten?





Ferien mit Haustier

Vielfach belächelt, aber ...

... ein riesiger Markt, den der Tourismus noch zu wenig für sich entdeckt hat:

- In der Schweiz gibt es laut dem Bundesamt für Statistik 1'700'000 Katzen / 500'000 Hunde / ca. 1'000'000 Nager, Vögel und andere Haustiere
- Hohe Relevanz: Filtermöglichkeit «Ferien mit Haustier» auf allen grossen Buchungsplattformen vorhanden
- «Potenzial» bei CHF 1.3 bis 1.5 Mia./Jahr in CH

*Wau-miau, das Beste für
Vierbeiner*

Unvergleichlicher, bester Schutz
inkl. Rechtsschutz und
Reiseversicherung

Jetzt buchen



Fazit

- Innovationen sind für Geschichten Gold wert
- Medien lieben gute Geschichten
- Genauer «Wert» bleibt offen
- Aber: Innoviere und sprich darüber...

360°-Film-Portal

360°-Film-Portal für Oculus Go



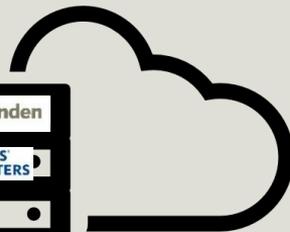
360°-Film-Portal



INNOVATION BRONZE



App für Oculus Go
«graubünden play»



movies.graubuenden.ch

Vorteile 360°-Film-Portal

- Zentrale Ablage auf movies.graubuenden.ch
- Einfache Verwaltung von 360°-Filmen
- Durch die App «graubünden play» Vereinfachung des Downloads von 360°-Filmen auf VR-Brillen
- Ermöglichung von Cross-Selling-Anwendungen

Chancen

- Der Ort den unsere Augen sehen sowie die damit verbundenen Geräusche werden von unserem Gehirn als Realität interpretiert
- 360°-Filme ermöglichen ein «Mittendrin-Erlebnis»
- Integration von Experten in Filmen (Geologe erklärt vor Ort)
- Wegweisung (Google Earth)
- Unzugängliche Orte erlebbar machen

Einsatz in der Mitarbeiterschulung

- Mitarbeiter können durch 360°-Filme Orte real erleben, ohne vor Ort zu sein
- Vorteile
- Mitarbeiter sind in der Lage besser Auskunft zu geben
- Kein Reisen vor Ort notwendig
- Kürzere Einführungszeit neuer Mitarbeiter
- Simulation realer Situationen

Wo

- Gästeinformationen
- Hotelrezeptionen

Anwendung Gästeinspiration

Was

- Begeistern, inspirieren, informieren
- Vorfreude erzeugen
- Emotionen wecken
- Unmögliches erlebbar machen (Aussicht auch bei Nebel geniessen)
- Alle Partner können die öffentlichen Filme verwenden (Cross-Selling)

Wo

- Hotellobbys
- Messen
- Gästeinformationen

Anwendung Marketing/ PR

- Kurzfilme der Highlights aller Destinationen und Partner
- Für Partner kostenlos zugänglich mit «Free» Zugang
- Alle Partner können die öffentlichen Filme verwenden (Cross-Selling)

Abonnemente

1. Free, kostenlos (z.B. kleines Hotel)
2. Basic, CHF 49. –/ Monat (z.B. Destination, grosses Hotel)
3. Unlimited, CHF 89. –/ Monat (z.B. RhB, Destinationen)



Nur Download
kein Upload eigener Movies

Free



Download plus Upload eigener Movies
Maximal 10 GB Speicherplatz

Basic



Download plus Upload eigener Movies
Unlimitierter Speicherplatz

Unlimited

Plattform «movies.graubuenden.ch»

The screenshot shows the website interface for movies.graubuenden.ch. At the top, there is a navigation bar with the logo "graubuenden" and links for "Filme", "Playlists", and "Wie funktioniert es?". The user is logged in as "PIN: 2289" and can click "Abmelden".

The main content area is titled "Film hinzufügen" (Add film) and contains a large dashed box for file upload. Below the box, there is a "Dateien auswählen" (Select files) button. The upload specifications are: "Maximale Upload Grösse: 5GB - Mögliche Dateiformate: MP4" and "Belegter Speicher: 3,2 GB".

Below the upload area, there is a filter menu set to "Alle Filme" and a "Sortieren nach" dropdown set to "Neuste". A search bar labeled "Film suchen" is also present.

The video list below shows four items:

Video Title	Duration
GRF_Winter_360 graubuendenferien	2:31 min
GRF_Sommer_360 graubuendenferien	2:45 min
GRF_Frühling_360 graubuendenferien	2:31 min
GRF_Herbst_360 graubuendenferien	3:14 min

Plattform «movies.graubuenden.ch»

← → ↻ movies.graubuenden.ch/playlists/ 🔍 🏠 ☰

graubuenden Filme **Playlists** Wie funktioniert es? PIN: 2289 👤 Abmelden

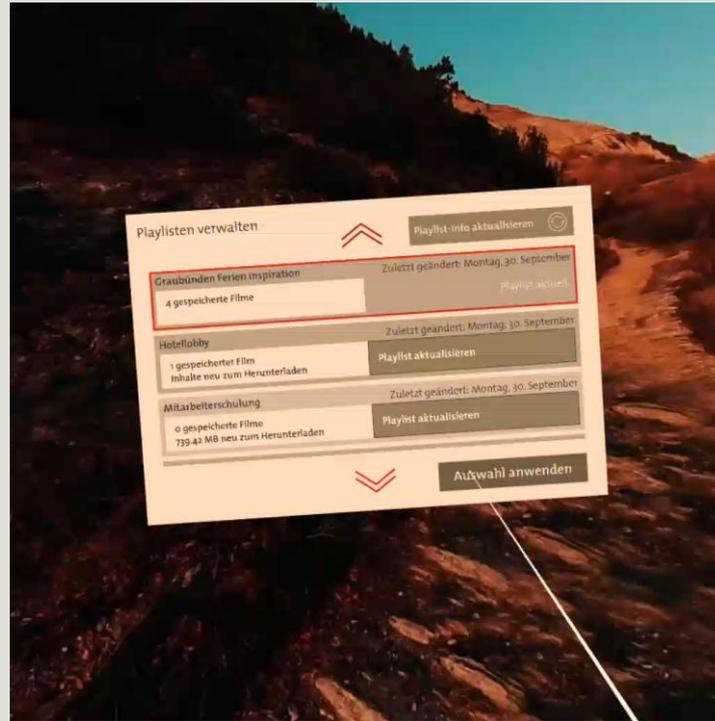
Meine Playlists

+ Neue Playlist erstellen

Anzahl: 4

Name	Aktualisiert	Filme	Länge		
Sommertage 📄	02.10.2019	1	00:02:42	☰	🗑️
Hotellobby 📄	30.09.2019	1	00:02:31	☰	🗑️
Mitarbeiterschulung 📄	30.09.2019	0	00:00:00		🗑️
Graubünden Ferien Inspiration 📄	30.09.2019	4	00:11:21	☰	🗑️
☰ 1 GRF_Frühling_360	02.10.2019		2:31	▶️	✕
☰ 2 GRF_Sommer_360	02.10.2019		2:45	▶️	✕
☰ 3 GRF_Herbst_360	02.10.2019		3:14	▶️	✕
☰ 4 GRF_Winter_360	02.10.2019		2:51	▶️	✕

App «graubünden play»



Weitere Informationen 360°-Film-Portal

[Homepage](#)

[Zugang anfordern](#)

Ideenpitch «WK Anschlussprogramm»

Entstehung und Ziele

Entstehung:

Stammt aus der Innotool Kampagne "allegra les romands"

Idee:

Wir bieten den WK-Soldaten eine Alternative zur langen Zugfahrt am Wochenende: Ein schöner Ausflug in Graubünden (mit oder ohne Partner)

Potenzial der Armee in Logiernächten 2017:

- 252'982 Übernachtungen in bundeseigenen Unterkünften im Kanton GR
- 22'447 Übernachtungen privat
- 84'486 Übernachtungen in Gemeinden
- Total 359'915 Übernachtungen
- 10-15% der Soldaten sprechen muttersprachlich französisch und reisen am Wochenende nach Hause.



Verfeinern der Idee

Zielgruppe:

- Alle Angehörigen der Armee in Graubünden

Reason Why:

- Mehr Freizeit am Wochenende
- Weniger Zugfahren
- Graubünden ausserhalb vom Militär kennenlernen
 - mit Kollegen/innen
 - Events, Aktivität
 - mit Freund/in
 - Wellness
 - Romantisch

Bedürfnisse abklären

→Umfrage bei Angehörigen der Armee



Bedarfsanalyse FH Graubünden

Bedarfsanalyse FH Graubünden bis Januar 2020

- Potenziale eruieren
 - RS, WK, Soldaten, Kader
 - Chur, Engadin
- Rahmenbedingungen abklären
- Vorgehen für MVP 2020 definieren
- Zusammenarbeitsmöglichkeiten mit der Armee abklären



Erste Resultate

Workshop mit der Infanterieschule 12 in Chur vom 18.09.2019

Fokusgruppe 1: RS Soldaten

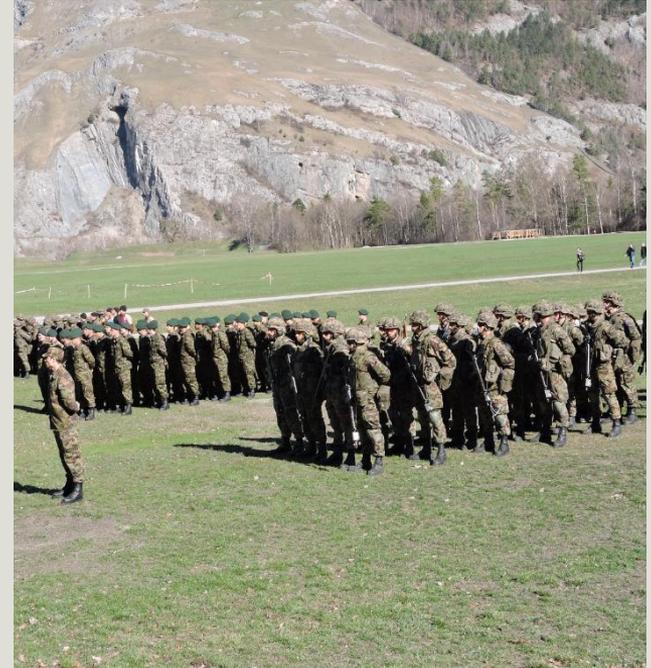
Interessiert v.a. an Angeboten unter der Woche wie

- Wellness/ Hallenbad
- Kulinarisches Angebot ausserhalb von Chur
- Escape Room, Lasertec u.ä.

Fokusgruppe 2: Unteroffiziere

Interessiert v.a. an Angeboten unter der Woche wie

- Kulinarik im Hochpreissegment
- Clubbing



Erste Resultate

Workshop mit der M Flab Abt. 32 in S-chanf vom 8.11.2019

- Fokusgruppe 3: WK Soldaten

Interessiert v.a. an Angeboten unter der Woche wie

- Wellness, Thermalbad
- Klettern, Fitness, Paintball
- Shisha Bar, Kneipe, Pizza essen, Kino
- Coiffeur/ Barbershop

Und an Angeboten übers Wochenende wie:

- Wintersport
- Wellness, Thermalbad
- Regionale/ saisonale Events, Sportveranstaltungen
- Nationalpark



Nächste Schritte

- Auswertung Bedarfsanalyse Februar 2020
- Planung weiteres Vorgehen

Impulsvortrag jobs2share

InnoCircle – Impulsvortrag
«jobs2share»
Hotel Innovation im Personalwesen
25. November 2019



Verein Mitarbeiter-Sharing

Claudia Züllig-Landolt
Präsidentin

Dr. Katrin Schillo
Projektleiterin



Chancen für Quereinsteiger, Hilfe bei der Wohnungssuche oder Lohnzulagen: Wie Firmen um dringend benötigte Fachkräfte werben

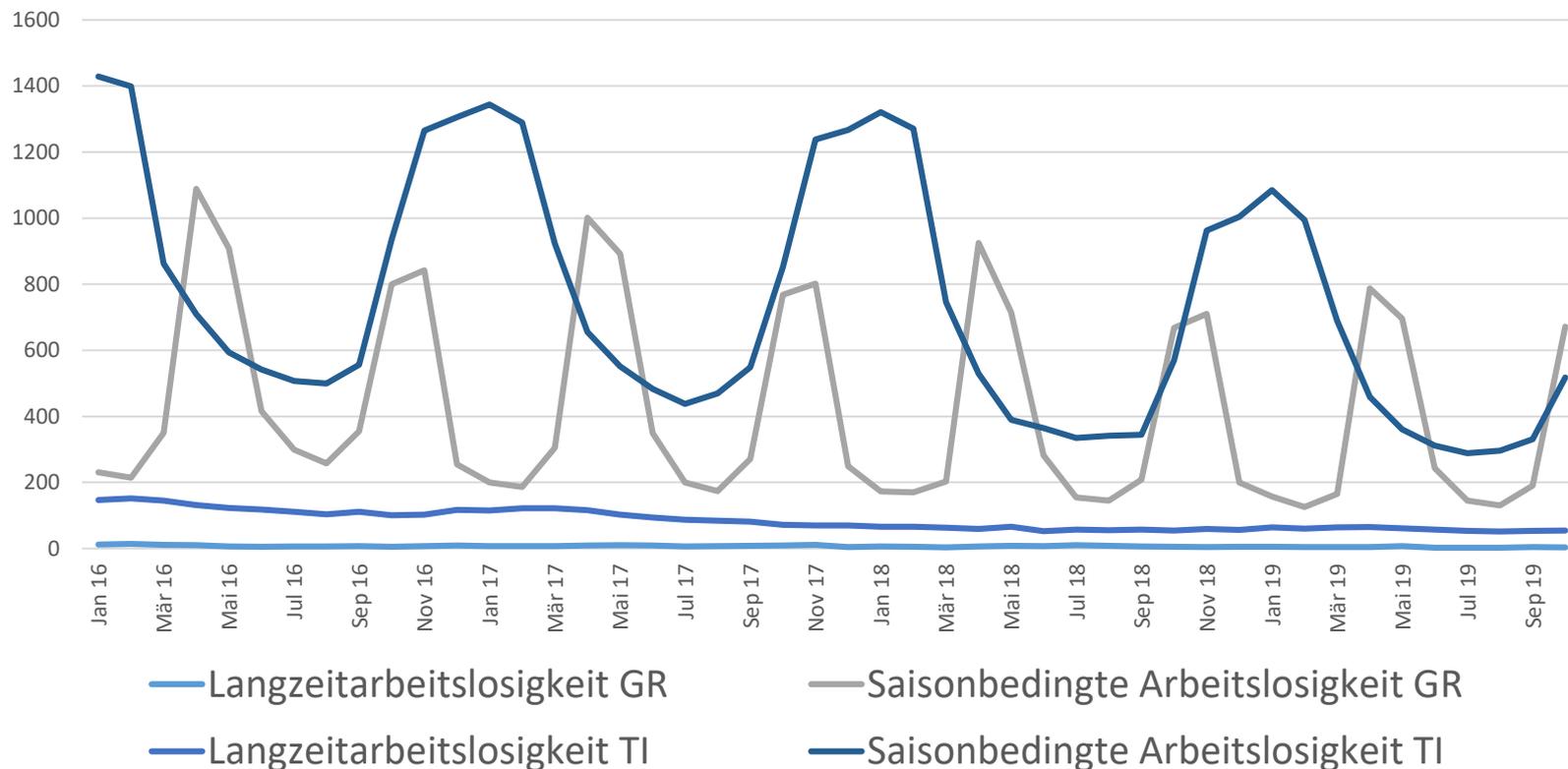
Arbeitskräfte werden in ganz Europa von Land zu Land weitergereicht. In der Personalrekrutierung sind kreative Ideen gefragt.

Daniel Imwinkelried, Dominik Feldges
18.9.2019, 06:00 Uhr

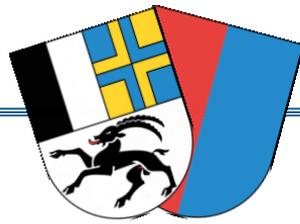
Neue Zürcher Zeitung



Immer weniger Deutsche verbrachten in den vergangenen Jahren in der Schweiz ihre Ferien, umso bedeutender wurde das Nachbarland jedoch als Rekrutierungsgebiet für Tourismus-Angestellte. Hoteliers und Restaurantbetreiber fanden in Deutschland, was sie hierzulande teilweise schmerzlich vermissten: gut ausgebildete Fachkräfte, die sich mit Charme und Witz um die Gäste kümmerten. Doch die Zeiten haben sich geändert. In Deutschland boomt der Fremdenverkehr, so dass die einheimischen Betriebe fast schon verzweifelt nach Fachkräften suchen. Es sei auch schon einfacher gewesen, Deutsche als Arbeitskräfte in die Schweiz zu locken, sagen hiesige Hoteliers. Zumal in Deutschland die Löhne stärker gestiegen sind als in der Schweiz (vgl. Grafik).







CASTELLO SOLE
ASCONA

VALSANA
Hotels & Apartments Arosa



Fachhochschule Graubünden
University of Applied Sciences

Tschuggen Hotel Group

AROSA ST. MORITZ ASCONA

BELVEDERE
SCUOL-ENGADIN *****

GASTROGRAUBÜNDEN
Verband für Hotellerie und Gastronomie

Feldbach
SEE & PARK HOTEL



WEISSE ARENA GRUPPE

hotel chesa rosatsch



HotellerieSuisse
Graubünden

HotellerieSuisse
Ticino



HOTEL EDEN ROC
ASCONA



ALBERGO LOSONE



VITZNAUERHOF



WALDHAUS FLIMS
MOUNTAIN RESORT & SPA



GRISCHA



CARLTON HOTEL
ST. MORITZ

HOTEL
Casa Berno
ASCONA

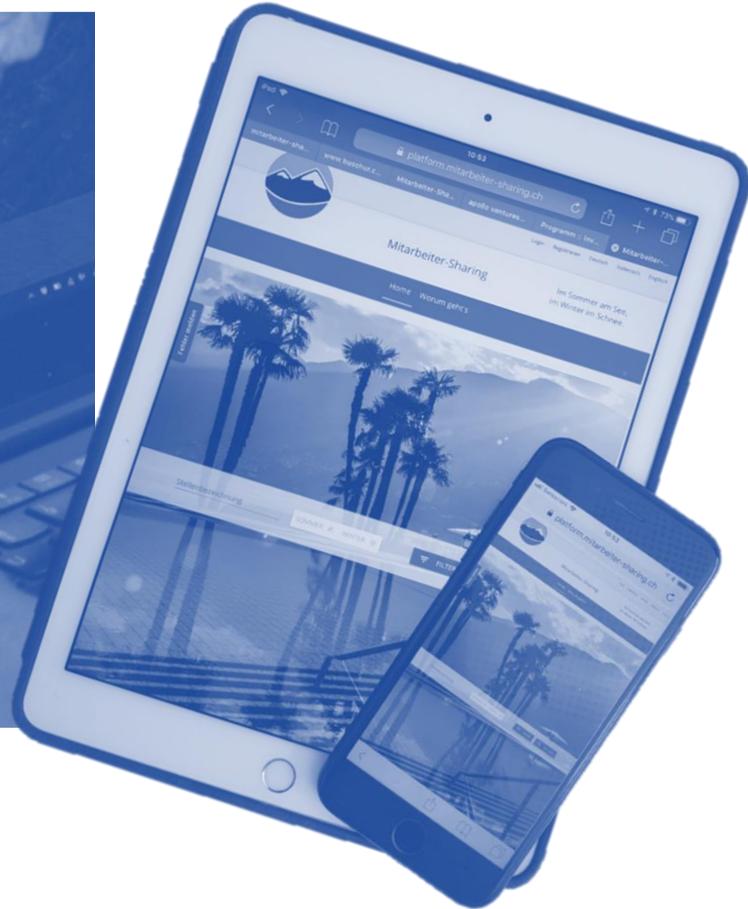


CARCANI

Grand Hotel
Villa Castagnola

since 1904
Schwarzerhof
LÄNZERHEIDE

BADRUTT'S PALACE
ST. MORITZ SWITZERLAND







Betrieb 1



Kooperations-
vertrag



Betrieb 2



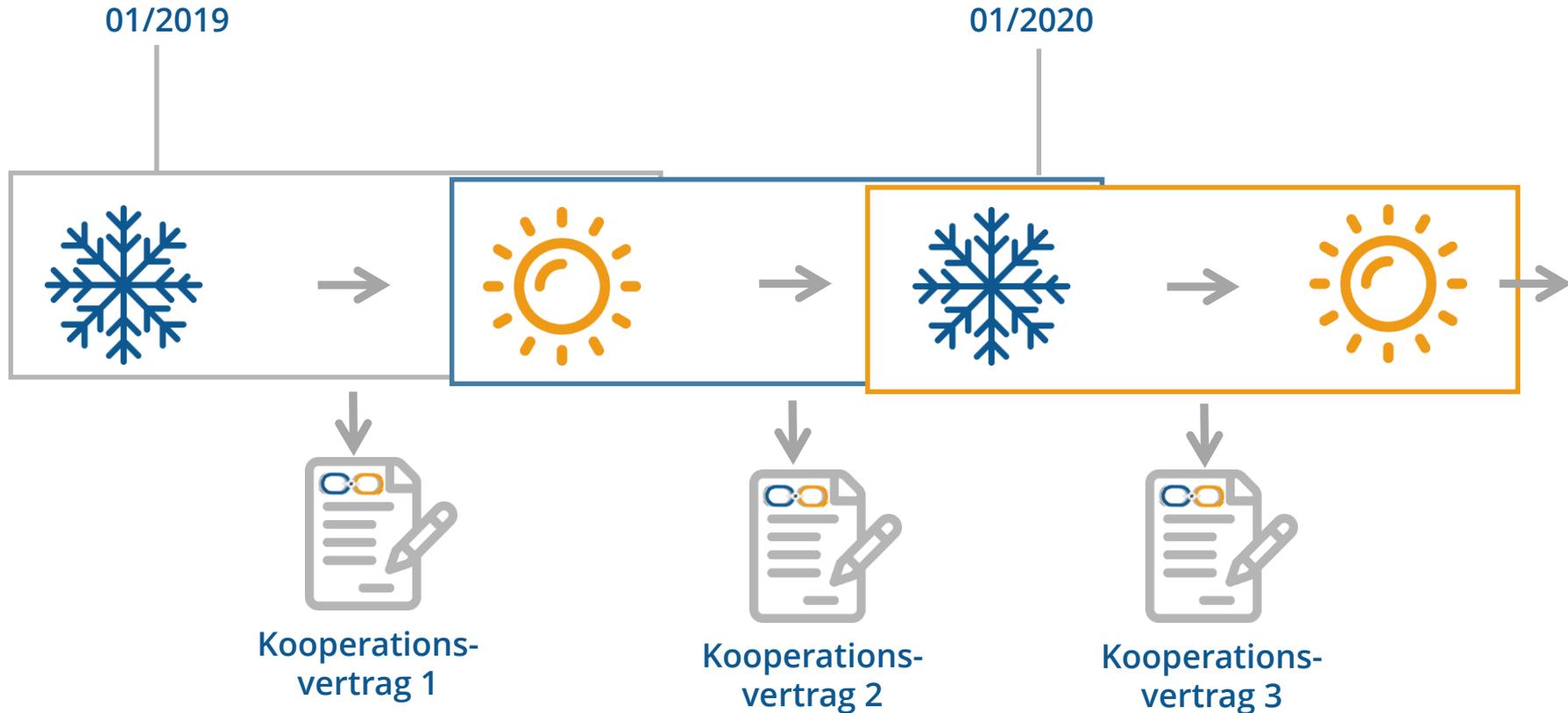
Mitarbeiter

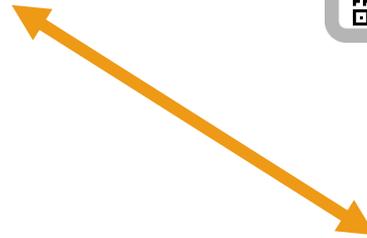


Saison-
vertrag 1



Saison-
vertrag 2





Mitarbeiter



RAV

Vorteile für Betriebe

- 2 Career Days pro Jahr (Januar im Engadin, Juli im Tessin)
- Eine Perspektive über die einzelne Saison hinaus für Saisonmitarbeitende.
- Erhöhung der Mitarbeiterzufriedenheit
- Erleichterte Gewinnung der Saisonmitarbeitende für die Folgesaison, dadurch können Rekrutierungs- und Einarbeitungskosten gespart werden.
- Mitarbeitenden profitieren von einzigartigen ALV-Leistungen in der Zwischensaison.
- Sprach- und Progressokurse für Saisonmitarbeitende in der Zwischensaison (Arbeitsausfallentschädigung für Betriebe)
- Kooperation mit anderen renommierten Hotelbetrieben
- Steigerung der Attraktivität als innovativer Arbeitgeber

Vorteile für Mitarbeitende

- 2 Career Days pro Jahr (Januar im Engadin, Juli im Tessin)
- Saisonstellen bei renommierten Betrieben aus der Hotellerie und Gastronomie
- Eine Perspektive über die einzelne Saison hinaus
- Kostenfreie schweizweite Saisonstellen-Suche
- Sprach- und Progressokurse in der Zwischensaison

Neues SECO-Projekt

- Bis zu 6 Wochen ALV-Leistungen in der Zwischensaison (ALV-Berechtigung Graubünden und Tessin)

Die Zwischensaisons unbürokratisch mit Arbeitslosengelder überbrücken – bis zu *6 Wochen pro Jahr – ohne Arbeitsbemühungen* gegenüber dem RAV vorweisen zu müssen!

Start: seit 1.1.2019 für drei Jahre

Voraussetzungen für die Teilnahme:

- Mitarbeitende mit ALV-Berechtigung in Graubünden oder im Tessin
- Zwei Saisonstellen sind vorhanden (aktuelle und Anschlussstelle)
- Arbeitgeber und Arbeitnehmer sind auf jobs2share.ch registriert
- Nachweis der aktuellen und künftigen Stelle mittels Kooperationsvertrag
→ automatische Generierung auf jobs2share.ch
- Nur eine der Saisonstellen aus Hotellerie oder Gastronomie
(Bsp: Kombination Skilehrer/Servicearbeiter möglich)
- Kooperationsvertrag dient den zuständigen RAVs als Nachweis zum unbürokratischen Erhalt des Arbeitslosengeldes.





www.jobs2share.ch



Newsletter: www.jobs2share.ch/de/about



Facebook: www.facebook.com/mitarbeitersharing



Instagram: mitarbeitersharing



Youtube: jobs2share

Grazie! Danke!
Grazia fitg!



Verein Mitarbeiter-Sharing

Claudia Züllig-Landolt – Präsidentin

Claudia@schweizerhof-lenzerheide.ch

Tel. 81 385 25 25

Katrin Schillo – Projektleiterin

Katrin.schillo@htwchur.ch

Tel. direkt: 081 286 37 34

www.jobs2share.ch

info@jobs2share.ch

Impulsvortrag ANiM



ein Stall
ist ein Stall
ist ein Kraftwerk
ist eine Denkstube
ist ein Ort für reale Utopien
ist eine Mutmacherei
ist ein Stall



Die Zukunft wird anders
Die Zukunft ist jetzt

ANiM – das machen wir

Private Initiativen
befähigen

Sprechstunden
Workshops
Reviews
Konzeptpapiere
Lego Serious Play
Glücksschule

Gemeinschaft
stärken

ANiM sen tura
Roundtables
Tech- & Nature
Love Camp
#alpinefuturistem
Glücksschule
Techlove Café

Impulse setzen

Warum-Fragen
Impulsreferate
Kulturformate
Räucherrituale
Kino Eigensinn
Bibliothek

Raum geben

Café Zeitlos
Co-/Deep-Working
Kreativraum für
Veranstaltungen
und Workshops
Kulturelle
Veranstaltungen





















«ANiM auf Tour
ANiM sen tura»

al finale!

Das «Sammelsurium» der Pioniere

Die Zukunftswerkstatt Anim aus Savognin hat im Auftrag des Vereins Parc Ela dem Pioniergefühl im Albudatal und Surses nachgespürt und dabei unzählige Geschichten von Macherinnen und Machern entdeckt. Beispiele sind nun in einer Ausstellung zu sehen.

von Anna Felber Pajonke

Denn der etwas kanger-
ger Beschriftungsstil
deutet von Paul Bach
bis zum Künstler «Bla-
hau». Der zentrale Punkt
des «Mater Hebraica» aus dem Albu-
datal. Die schillernde Zirkelkomposition
die eine Skulptur von einem spanisch-
für Originalen. Mit der Verbindung in
mündelbar aus dem Süden. Wie all
haben wir die Ausstellung «Schulzimmer
Parc Ela» die heute um zu die im Raum
der Zukunftswerkstatt Anim in Savog-
nins. Und haben zusammen mit über
die weiteren Repräsentationen, Bildern
und Gegenständen für die «Stunde aus
Machern», wie Niki Wiese von Anim es
formuliert.

Seit dem vergangenen Frühjahr ist
das Anim-Team um Wiese im Auftrag
des Naturparks mit einer ganz beson-
deren Aufgabe beschäftigt: mit der
Übernahme des Pioniergefühls im Albu-
datal.

**180 Geschichten
aus der Region
sind beisammen,
gut 60 Macherinnen
und Machern haben
sich getroffen.**

Und sind Surses. Mit Erzähl, wie Wiese be-
reitet die Geschichten über Pioniere in
der Region sind zusammengebracht,
und gut 60 Macherinnen und Machern
haben an vier runden Tischen zu ver-
schiedlichen Themen in Tiefen-
gesprächen. Bist und bringen wissen.

«Wir besprechen die Ausgan-
ge der Parc Ela Anim bearbeitet ha-
ben, um ein Projekt zu lancieren, das ein
den Wippen der Leute wecheln sollte.
die zentrale Frage gewesen. Wie lan-
gen sich die Leute verbinden, damit wir
zusammen? Wir haben gesprochen. Pro-
gramm ist ein ein Thema, bei dem die



Eine Szene aus Zukunftswerkstatt. Niki Wiese ist gesprächig auf die heutige Eröffnung von «Schulzimmer Parc Ela».

Angen zu besprechen begierig
Wiese doch die Pionier-
begegnungen. Siegen die
gesprochen ist, ein mal mehr
sollen gesagen. «Wie sind
ein wenig Menschen, von her-
in dem besten Thema und
charakterist. «Wo ist er hin,
genet? Es gibt das noch, ist
erregt, und die Ausstellung
dassun ablegen, ein laute
erklären. Projekte, Ideen,
«Wie arbeiten sich aber
mit und mehr Zusammen-
Wiese. «und wollen mehr
druck haben.» Zusammen
identifizieren Pionierge-
weitere Erarbeitung

«Viele sehnen
sich nach mehr
Mut und mehr
Zusammenhalt

Niki Wiese
Zukunftswerkstatt Anim

Machen. Die schon im 3
Wippen stärken, expli-
zieren. Albulatal und Surses
übergreifende Austausch a
gen, sagt Wiese. «gestrich-
teilt durch Anselm Gruber e
für Identifizieren Zusammen-
beim Projekt mit der Hilfe um
Kontext im Albulatal geben.

Täglich bis am Sonntag
Wir den Geschichtsbuch
an Surses erleben will. Am 7
Samstag in der Ausstellung
zu Uhr geöffnet, am Freitag
wird die Film eine Master-
zug, ein barrierefrei um 14 Uhr
langfristig. «Nun wird es
beiden geht es um die 19
Gesetzen. Um 18 Uhr gibt es
liches Podcast Gespräch.» A
in der Ausstellung von 14
ausgehend bei Surses auch
auf Surses hören, kann e
beachtet sowie erwertet e
über wichtig ist die Mach-
ten wird, das ist laut Wiese e
«denn», sagt sie, «nicht hoch



ANiM – das ermöglichen wir

Potenzial-
Entfaltung

Neue Methoden
von Weltformat

Freiraum

Vernetzung &
Netzwerk

LEGO Serious Play (LEGO)
Mindful Leadership (SIYLI by Google)
Agile Arbeitsformen & Tools
Rapid Prototyping
The Art of Hosting & Harvesting
Komplexitätsmanagement
Künstlerisches Experimentieren
Power of Connecting (Beyond Leadership)
Team-Analyse (TMS)
Organisations-Diagnostik (Sweep)

Zwischenbilanz

- ... ANiM hat in kurzer Zeit viel erreicht
- ... ANiM ist nach wie vor in der Experimentierphase
- ... die Resonanz ist durchgehend positiv und überraschend gross
- ... insbesondere Frauen und die Next Gen reagieren aktiv
- ... ANiM arbeitet nach dem Prinzip «Resonanz»
- ... ANiM lebt vom Ort, es braucht ein gutes Zuhause
- ... ANiM entspricht dem Zeitgeist
- ... ANiM begeistert auch das Umland
- ... insbesondere die Hochschullandschaft (Forschung)
- ... Austausch Stadt – Land ist sehr befruchtend (Netzwerk)
- ... am runden Tisch entstehen neue Ideen, Projekte, Visionen
- ... ANiM konnte vor Ort seinen Wert noch nicht ganz vermitteln

Zwischenbilanz in Zahlen

- ... 1200 Kontakte bei ANiM-Veranstaltungen
- ... 350 Newsletter-Abonent*innen
- ... 50 Gönner*innen
- ... 3000 unique Webseiten-Besuche
- ... 150 Stunden Besucher*innen-Lesezeit auf der Website
- ... 180 «ANiM sen tura»-Geschichten
- ... 20 Sprechstunden
- ... 80 Veranstaltungen 2018-2019
- ... 35 Gastveranstaltungen

«Das Glück bringt einem
niemand ins Tal, es muss aus
dem Tal selber kommen.»

Stefan Engler, Chur/Surava
Ständerat des Kantons Graubünden



Wir sind ANiM



Niki Wiese

Designerin
Medienkünstlerin
Kulturvermittlerin
Ethnologin
Querdenkerin
Zukunftsforscherin
Menschenfreundin



Linda Netzer

Touristikerin
Bergbäuerin
Ehemalige
Spitzensportlerin
Visionärin
Mutmacherin
Weisheitssuchende



Florian Wieser

Unternehmer
«Mr. LEGO»
Trainer Emotionale
Intelligenz
Kommunikationsberater
Referent & Dozent
Artonomist
New Work Pionier

Rolle und Schwerpunkte bei ANiM

Creative Director
Kommunikation
Jugend + Digitalität

Lokale Vernetzerin
Frauenförderung
Haltungsentwicklung

Formaterfinder
Neue Methoden
Transformation

Hinter den Kulissen

... gemeinnütziger Verein

... Gönnerverein «Freund*innen von ANiM»

ANiM funktioniert nicht gewinnorientiert.

Finanzen in den vergangenen 2 Jahren:

... CHF 130'000.– Cashout

... mehr als 3'000 unentgeltliche Arbeitsstunden aus idealistischer Eigeninitiative

ANiM ist eine Investition in die Zukunft. Weil wir daran glauben.



ANIM
open Space

option: Betrieb über
weitere Werkstatt
für
Tafel

- * Ausstellerräume für lokale Künstler
- * Park als Erlebniswelt
- * Geschichten zu Rachei innen +
Produzenten aus dem Park

Label + Design

geschult
Accessories für
Pole

- * Mo + Fr: Co-Workin
- * Do: Anim - Sprechstunde,
Rachei innen, Mitteltisch
LSP / Animationsabteilung
- * Fr - Sa / Weekend: Impulse +
Resp Workshop + Firmen
- Optim: Tafel
- Optim: Feiern
- "~~...~~" "TUTMACHER?"

Produktion
Produktion
Produktion
Produktion

- * Shop für lokale Produkte
(Feinstes zum Teil)
- * Treffpunkt für Austausch
mit Kaffee + Kuchen
- * Bibliothek zum Schmökern
- * Mobile Arbeitsplätze
(Internet-Kaffee) Feiern
- * "SCHATZKAMMER" Impulse
(Respekt, W)

haltbar:
* Low waste
* Roboter auch
lokal - zum
wettbewerblichen
kaufen?

Waldsp
Freizeitpartizipation
gemeine

THEATRE

Inszenierung / Familien feiern

Optim Ausstellerräume

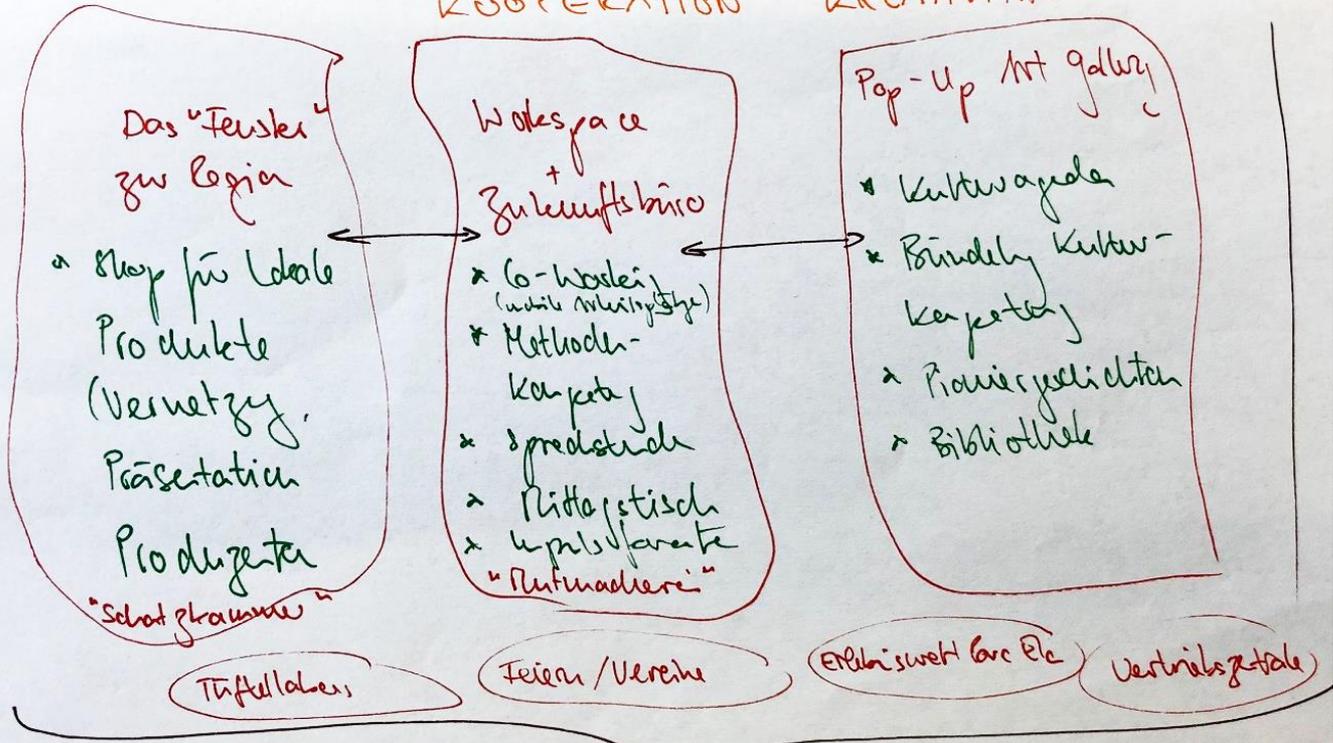
Halt im Stall?

Optim Kunststall
1. Vertriebszentrale
für lokale Produkte

"LAGE"

"Das Ganze ist mehr als die Summe aller Teile"

BEGEGNUNG
 WISSENSTRANSFER INSPIRATION CO-CREATION
 INNOVATION ERLEBUNG
 GEMEINSCHAFT IMPULSE SICHTBARKEIT
 KOOPERATION KREATIVITÄT



«Der richtige Moment,
die Zukunft zu gestalten,
ist jetzt.»

Sven Gabor Janszky, Zukunftsforscher

ANiM jetzt!





www.anim.jetzt



Give-away «think out of the box»

Grazia. Grazie. Vielen Dank.

Nächster
InnoCircle:
11. Mai 2020

