

graubünden Skitour

Handlungsfelder und Massnahmen



graubünden Skitour

Handlungsfelder und Massnahmen

VERFASSER

Projektleitung graubünden Skitour
Nico Dalcolmo

PROJEKTTRÄGER

Zenit run GmbH
Center da Capricorns
7433 Wergenstein

info@zenit.run
www.zenit.run

EXECUTIVE SUMMARY

Skitouren sind im Aufwind – in Graubünden ebenso wie international. Mit dem Projekt graubünden Skitour entsteht ein destinationsübergreifendes Entwicklungsprogramm, das die Sportart ganzheitlich, nachhaltig und zukunftsgerichtet weiterentwickelt. Das Projekt greift bestehende Potenziale auf, schafft neue Angebote und fördert das Zusammenspiel von Natur, Sport, Tourismus und Gesellschaft.

Getragen wird das Vorhaben von der Zenit run GmbH – dem Trailrunning Kompetenz-Center – in enger Kooperation mit Graubünden Ferien, dem Schweizer Alpen-Club SAC, Bergbahnen Graubünden, NGOs, Gemeinden und zahlreichen Partnerorganisationen. Die Umsetzung erfolgt partizipativ, wirkungsorientiert und methodisch unterlegt.

PROJEKTDATEN AUF EINEN BLICK

- Laufzeit: Oktober 2025 – September 2029
- Projektträgerin: Zenit run GmbH
- Finanzierung: NRP-Förderung, Eigenleistungen
- Ziel: Ganzheitliche Entwicklung des Skitourensports im Kanton Graubünden

FÜNF ZENTRALE PROJEKTZIELE

- Neue Angebote schaffen, die Gäste leiten, Sicherheit bieten und Wertschöpfung generieren
- Koexistenz ermöglichen zwischen Skitourengeher*innen, Natur, Bevölkerung und anderen Nutzergruppen
- Community stärken – durch Events, Trainingsgruppen und Förderung der Skitouren-Kultur
- Nachhaltigkeit verankern – ökologisch, sozial und wirtschaftlich
- Wirkung sichtbar machen durch Monitoring, Studien und laufende Evaluation

11 HANDLUNGSFELDER – 1 VISION

Das Projekt basiert auf einem modularen Aufbau mit 11 Handlungsfeldern – von gesicherten Trainingsangeboten über Kommunikation, Wettkampfsport und Events bis zur Sensibilisierungsarbeit und Wirkungsmessung. Alle Felder zählen auf eine gemeinsame Vision ein:

«Graubünden wird zur führenden Skitourenregion der Schweiz – mit einem sicheren, vielfältigen und naturverträglichen Angebot für Einsteiger*innen, Leistungssportler*innen und nationale wie internationale Gäste.»



INHALT

INHALTSVERZEICHNIS

| | |
|--|----|
| Executive Summary | 4 |
| Studie als Ausgangslage | 8 |
| Integration der Basis | 10 |
| Ziele & Vision | 12 |
| Methodik | 14 |
| Projektorganisation | 16 |
| Handlungsfelder | 18 |
| 1 Projektleitung | 19 |
| 2 Gesicherte Trainings-Angebote | 20 |
| 3 Skitouren-Kultur | 22 |
| 4 Signalisation & Karten | 24 |
| 5 Bergbahnen & Skigebiete | 26 |
| 6 Wettkampfsport / Nachwuchsarbeit | 28 |
| 7 Kommunikation | 30 |
| 8 Angebotsentwicklung | 32 |
| 9 Events | 34 |
| 10 Sensibilisierungsarbeit | 36 |
| 11 Wirksamkeitsprüfung | 38 |
| Budget | 40 |
| Anhang | 42 |

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

| | |
|--|----|
| Abbildung 1 Projektorganisation und Verantwortlichkeiten | 16 |
| Abbildung 2 Übersicht Leistungsträger | 17 |

TABELLENVERZEICHNIS

| | |
|---|----|
| Tabelle 1 Geführte Einzelgespräche | 10 |
| Tabelle 2 Durchgeführte Workshops | 11 |
| Tabelle 3 Rollenverteilung | 17 |
| Tabelle 4 Kosten | 41 |
| Tabelle 5 Finanzierung | 41 |
| Tabelle 6 Potenzielle Auftragnehmer & Partner | 42 |

STUDIE ALS AUSGANGSLAGE

DIE GRUNDLAGE IST GELEGT

Bevor graubünden Skitour als NRP-Projekt konzipiert wurde, wurde eine fundierte Vorstudie erarbeitet (Dalcolmo 2023–2024). Ziel war es, das Skitourensegment in Graubünden umfassend zu analysieren: vom Status quo über touristisches Potenzial bis hin zu Herausforderungen und Entwicklungsperspektiven. Die Studie basiert auf einer breiten Datenerhebung, ergänzt durch Fachanalysen, Interviews und eine Umfrage unter Bündner Destinationen.

DIE WICHTIGSTEN ERKENNTNISSE DER VORSTUDIE:

- Breite Ausübung, fehlende Struktur: Skitouren werden im gesamten Kanton praktiziert, oft selbstorganisiert. Eine übergeordnete Strategie oder Struktur fehlt jedoch.
- Hohes Entwicklungspotenzial: Über 70 % der Bündner Destinationen bieten Skitouren an, in 60 % gilt die Sportart als wichtig oder prioritär. Rund die Hälfte der befragten Destinationen schätzt das Entwicklungspotenzial vom Skitouren als am grössten ein.
- Vielfältige Angebotslandschaft: Vom professionellen Wettkampfsport über gesicherte Pistenangebote bis zu Community-Trainingsgruppen existiert bereits eine breite, aber unverbundene Angebotswelt.
- Kooperationswille vorhanden: Leistungsträger, Bergbahnen, Tourismusorganisationen und Umweltakteure zeigen Offenheit für ein gemeinsames, koordiniertes Vorgehen.
- Sensibilität für Nachhaltigkeit: Umwelt- und Wildschutz sowie Sicherheit werden als zentrale Erfolgsfaktoren genannt – insbesondere im Hinblick auf zukünftige Mobilitätslösungen und Raumnutzung.



INTEGRATION DER BASIS

DIALOG & BETEILIGUNG

Bevor wir den Aufbruch wagen, haben wir zugehört. Im Frühjahr 2024 führten wir:

- 12 Einzelgespräche mit Schlüsselpersonen aus Bergbahnen, Tourismus, Sport und Umweltschutz
- sowie vier partizipative Workshops in Thusis, Davos, Ilanz und online mit Vertreter*innen aus dem ganzen Kanton.

Tabelle 1
Geführte Einzelgespräche

| WER | FUNKTION | BEMERKUNGEN |
|---|---|--|
| Davos Klosters Bergbahnen; Corina Ambühl | Marketing und Sales | |
| Bergbahnen Graubünden; Marcus Gschwend | Geschäftsführer | Romano Pajarola (Seilbahnen Schweiz) auch anwesend |
| Corvatsch AG; Anne-Florence Weissert | Produktmanagerin | |
| Madrisa; Nadine Zeilinger | Produktentwicklung / PR-Medien | |
| Heuberge AG; Henrik Vetsch | CEO | |
| SAC Swiss Ski Mountaineering; Denis Vanderperre | Chef Leistungssport | |
| Davos SkiMo / ISMF; Daniel Bühlmann | Diverse Rollen und Funktionen | Einzelgespräch und anwesend am Workshop Thusis |
| Seilbahnen Schweiz; Romano Pajarola | Verantwortlicher Beratungs-gestellte Sicherheit | Zwei Gespräche wurden ge-führt |
| Destination Davos Klosters; Giulia Monigatti | Produktmanagerin Winter | Einzelgespräch und anwesend am Workshop in Davos |
| Mountain Wilderness Schweiz; Luisa Deubzer | Projektleiterin Wildnis und Bergsport | |
| Graubünden Ferien; Flavia Gsell | Verantwortliche Themen-Allianz Skitouren | Mehrere Gesprächsrunden wurden geführt |

Die Botschaft war klar: Das Potenzial von Skitouren ist unbestritten. Die Offenheit für ein strukturiertes Vorgehen gross. Aber auch die Vielfalt der Bedürfnisse und die Unterschiede zwischen Regionen wurden deutlich. Die Gespräche und Workshops brachten wertvolle Impulse – viele davon sind direkt in diesen Projektbeschreibung eingeflossen.

Besonders bemerkenswert: Während grosse Bergbahnen vereinzelt skeptisch sind, sehen kleinere Gebiete wie Fideris in der Skitouren-Entwicklung neue Chancen. Die Bereitschaft zum Dialog ist da – auch auf Seiten der Verbände wie Bergbahnen Graubünden oder Seilbahnen Schweiz.

Nebst den Einzelgesprächen wurden folgende vier Workshops durchgeführt: Tabelle 2
Durchgeführte Workshops

| WANN | WO | TEILNEHMENDE |
|----------------------------|------------------|---|
| Donnerstag, 11. April 2024 | Thusis | Lars Dünner, Viamala Tourismus Beda Gujan, SAC Regionalzentrum Ost Kasimir Schuler, Bergsportschule Grischa Fabian Freuler, Naturpark Beverin Adriano Peterelli, SAC Piz Platta Daniel Bühlmann, Davos SkiMo/ISMF |
| Dienstag, 16. April 2024 | Davos | Giulia Monigatti, Destination Davos Klosters Gisela Thomann, Prättigau Marketing Flavia Gsell, Graubünden Ferien Sarah von Matt, Bergün Filisur Tourismus Martin Aebli, Aebli Skitouring David Hefti, Go Vertical Guides |
| Dienstag, 23. April 2024 | Online (Engadin) | Eli Müller, Bregaglia Engadin Turismo Sven Berchtold, TESSVM Silvan Caderas, Engadin Tourismus |
| Donnerstag, 25. April 2024 | Ilanz | Thomas Meier, Läntahütte SAC Selina, Läntahütte SAC Jolanda Rechsteiner, Safiental Tourismus Markus Isenmann, Surselva Tourismus Manuela Möhl, Bergsportschule Grischa |

Fazit: Das NRP-Projekt graubünden Skitour geht aus dieser Vorarbeit hervor. Es ist kein Projekt am grünen Tisch, sondern eines mit Rückgrat – gewachsen aus Praxis, Erfahrung und Dialog.

ZIELE UND VISION

KERN DES PROJEKTES

Die Vorarbeit hat es gezeigt – und die Gespräche mit Destinationen, Fachpersonen und Verbänden haben es bestätigt: Skitouren birgt ein bedeutendes touristisches Potenzial für Graubünden. Während andere Regionen in der Schweiz und im angrenzenden Ausland teils schon weiter sind, bietet sich Graubünden jetzt die Chance, mit einem gezielten, strategisch fundierten Vorgehen nicht nur aufzuholen, sondern einen neuen Standard zu setzen.

Voraussetzung dafür ist ein destinationsübergreifendes NRP-Projekt, das den Rahmen für eine koordinierte Entwicklung schafft – vergleichbar mit erfolgreichen Initiativen wie graubünden Trailrun oder graubünden Bike. graubünden Skitour nimmt sich dieser Aufgabe an: Es schafft gemeinsame Grundlagen, fördert innovative Angebote und stellt den Destinationen Werkzeuge zur Verfügung, mit denen sie den Skitourensport sinnvoll in ihre Winterstrategie integrieren können.

Das Ziel: optimale Voraussetzungen für eine zukunftsfähige, nachhaltige und wirtschaftlich tragfähige Entwicklung des Segments – im Einklang mit der Natur und den Bedürfnissen von Einheimischen wie Gästen.

Kern des Projekts ist nicht ein einzelnes Produkt, sondern eine Struktur: Graubünden erhält mit graubünden Skitour ein Werkzeug zur Steuerung, Innovation und Qualitätssicherung im Bereich Skitouren. Daraus entstehen konkrete Angebote, klare Regeln und echte Mehrwerte für alle Beteiligten.

UNSERE VISION:

Skitouren sind mehr als eine Sportart. Sie verbinden Bewegung mit Naturerlebnis, Individualität mit Gemeinschaft, Abenteuerlust mit Achtsamkeit. Genau dieses Zusammenspiel birgt enormes Potenzial – für Gäste, für Destinationen und für die Region als Ganzes.

graubünden Skitour etabliert das Skitouren als eine der tragenden Wintersportarten im Kanton Graubünden – nachhaltig, vielfältig, wirtschaftlich relevant.

Das Projekt legt die Basis für eine neue Skitouren-Kultur, die nicht nur bestehende Gäste begeistert, sondern neue Zielgruppen erschliesst und dem Wintertourismus neue Impulse verleiht. Dazu schaffen wir destinationsübergreifende Grundlagen, fördern innovative Angebote und etablieren ein klares Verständnis der Sportart – bei Gästen, Leistungsträgern und in der Bevölkerung. Wo heute Lücken bestehen, entstehen vernetzte Lösungen. Wo heute Parallelentwicklungen stattfinden, fördern wir Synergien.

graubünden Skitour schafft Sichtbarkeit, Wertschöpfung und Lebensqualität – im Einklang mit der Natur und auf Augenhöhe mit allen Beteiligten.

METHODIK

GEMEINSAM, MUTIG, VERNETZT

Der Wandel gelingt nicht zufällig – sondern durch ein methodisches Vorgehen mit klarer Haltung. graubünden Skitour basiert auf drei strategischen Leitprinzipien: Partizipation, Innovation und Integration. Sie bilden das methodische Fundament des Projekts und sorgen dafür, dass aus Ideen konkrete Wirklichkeit wird.

PARTIZIPATION – GEMEINSAM GESTALTEN

Die Entwicklung des Skitouren-Segments gelingt nur in enger Zusammenarbeit. Anspruchsgruppen aus Tourismus, Sport, Natur, Gemeinden und Verbänden werden von Beginn an eingebunden. Sie diskutieren mit, entscheiden mit, entwickeln mit.

Das Projekt schafft Räume für Beteiligung – von Workshops über Sounding Boards bis hin zu offenen Kreativformaten wie Coffee, Cakes & Skitouring. So entsteht kein Projekt für die Beteiligten, sondern mit ihnen. Die Perspektivenvielfalt wird zur Stärke.

INNOVATION – MUTIG WEITERDENKEN

graubünden Skitour hinterfragt den Status quo. Es erkennt blinde Flecken, lotet neue Wege aus und setzt gezielt Impulse für die Weiterentwicklung des Wintertourismus. Innovation bedeutet hier nicht nur technologische Erneuerung – sondern auch neue Kooperationen, neue Formate, neue Denkweisen.

Ein Fokus liegt auf digitaler Innovation: vom intelligenten Routing bis zur digitalen Kommunikation, von smarter Besucherlenkung bis zur datenbasierten Angebotsentwicklung. Innovation bedeutet für uns: praktikabel, skalierbar, zukunftsfähig.

INTEGRATION – SYNERGIEN AKTIV NUTZEN

Skitouren wird künftig ein gleichwertiger Bestandteil im Wintersport-Mix sein – kein Nebenschauplatz. Ziel ist eine intelligente Integration in bestehende touristische Strukturen: Skitouren neben Pisten, in Hotellerie-Angeboten, auf Karten, in Mobilitätslösungen.

Wichtig ist dabei: Skitouren ergänzt – es verdrängt nicht. Der Gast soll Vielfalt erleben. Die Destination profitiert von neuen Zielgruppen. Und der Tourismus gewinnt an Resilienz. Integration heisst: Wintersport neu vernetzt denken.

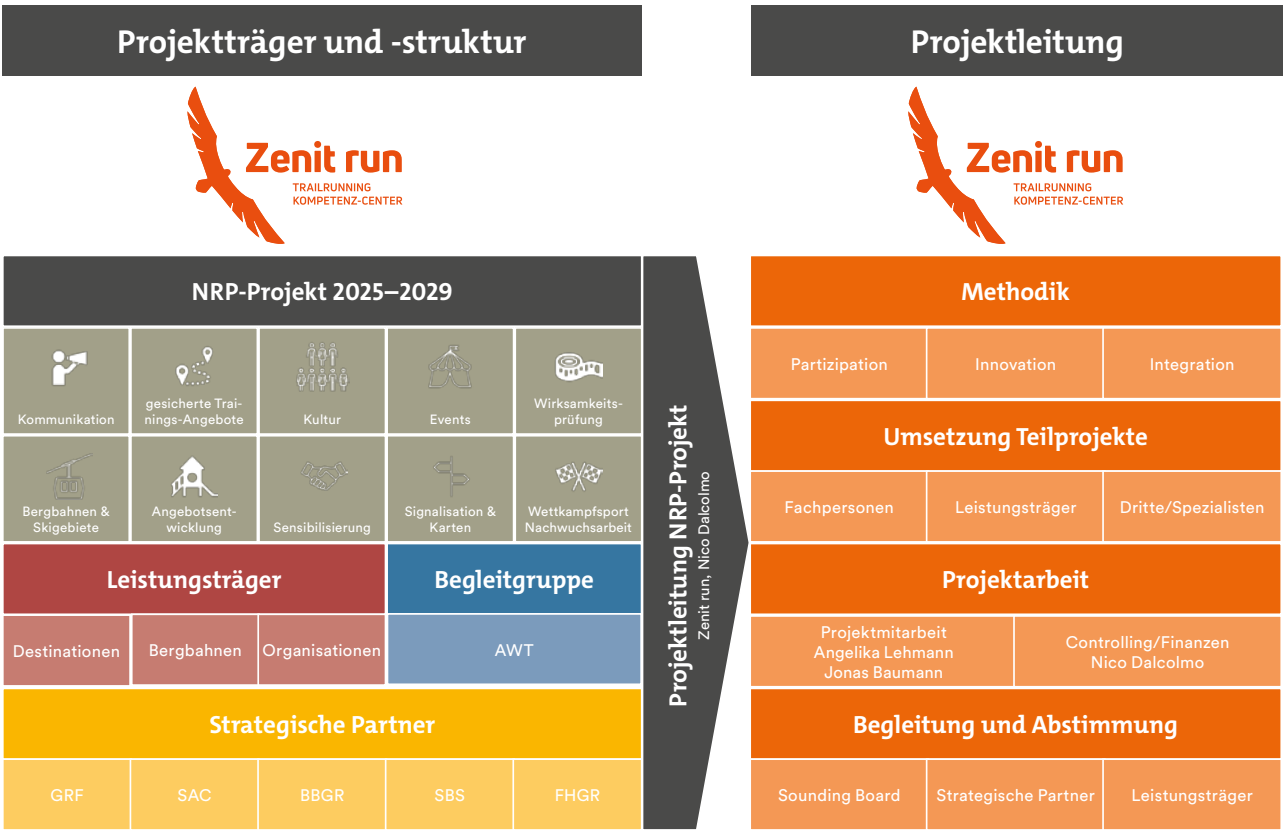


PROJEKTORGANISATION

PROJEKTTRÄGER UND -STRUKTUR

Das Projekt grabünden Skitour legt viel Wert auf die Partizipation der Destinationen, Leistungsträger und weiteren affinen Personen oder Institutionen. Aus diesem Grund wurde die Projektorganisation so aufgebaut, dass Ideen von aussen über unterschiedliche Gefässe ins Projekt eingebracht und diese aktiv verfolgt werden können.

Abbildung 1
Projektorganisation und Verantwortlichkeiten



HANDLUNGS- FELDER



1 PROJEKTL EITUNG

STRUKTURIERT, OFFEN, WIRKUNGSORIENTIERT

Die Projektleitung liegt bei der Zenit run GmbH, dem Trailrunning Kompetenz-Center. Sie übernimmt entweder selbst die Führung von Teilprojekten oder vergibt diese gezielt an externe Akteur*innen. Für jedes Teilprojekt wird eine Projektgruppe gebildet, die das Thema aus verschiedenen Blickwinkeln bearbeitet, kritisch begleitet und schlussendlich verabschiedet.

Zur Qualitätssicherung und dynamischen Steuerung des Gesamtprojekts kommen unterschiedliche Controlling- und Feedbackinstrumente zum Einsatz:

SOUNDING BOARD – STRATEGISCHER SPIEGEL

Ein interdisziplinäres Sounding Board begleitet das Projekt auf strategischer Ebene. Die Mitglieder – Vertreter*innen aus Tourismus, Sport, Umwelt, Bildung, Wirtschaft – treffen sich dreimal jährlich zu strukturierten Feedback-Runden. Sie beurteilen Fortschritte, geben kritisches Feedback und helfen mit, die Qualität und Relevanz des Projekts hochzuhalten.

COFFEE, CAKES & SKITOURING – KREATIVE ZWISCHENBILANZ

Einmal jährlich lädt das Projekt zur offenen Kreativtagung Coffee, Cakes & Skitouring. In lockerer Atmosphäre werden laufende Teilprojekte reflektiert, neue Ideen diskutiert und der Fortschritt des Gesamtprojekts bewertet. Die Tagung ist offen für alle interessierten Personen – ob sie bereits involviert sind oder neu dazustossen möchten. Sie fördert die Partizipation, den kantonalen Austausch und inspiriert zu neuen Lösungswegen.

OKR-ZYKLEN – ZIELE SICHTBAR MACHEN

Das Handlungsfeld 8 «Angebote» wird im Rahmen von OKR-Zyklen (Objectives & Key Results) bearbeitet. Zweimal jährlich finden dafür OKR-Workshops statt, bei denen vergangene Erfolge reflektiert und neue Zielsetzungen formuliert werden. Die Workshops sind offen für alle, die das Thema im Kanton mitprägen wollen – auch ausserhalb der aktiven Projektleitung. Damit fördern wir Eigenverantwortung, Innovation und eine breite Umsetzungskraft.

Die Leitung einzelner Teilprojekte muss nicht zwingend bei Zenit run liegen – im Gegenteil: Das Projekt lebt von verteilter Führung, klugen Partnerschaften und Co-Creation.

2 GESICHERTE TRAININGS-ANGEBOTE

SICHERHEIT TRIFFT INNOVATION

Das Handlungsfeld gesicherte Trainings-Angebote fokussiert auf die Schaffung von professionellen, sicheren und attraktiven Trainingsmöglichkeiten für Skitourengeher*innen – sowohl im Breiten- als auch im Leistungssport. Ziel ist es, den Sport in einem klar geregelten Rahmen zu fördern und gleichzeitig Gäste zu lenken, Risiken zu minimieren und neue Erlebnisräume zu schaffen.

WARUM?

- Immer mehr Menschen gehen auf Skitouren – auch auf den Pisten. Das Konfliktpotenzial nimmt zu.
- Klare Angebote ermöglichen Besucherlenkung und reduzieren Fehlverhalten.
- Der Wintertourismus befindet sich im Wandel – Gäste wünschen sich Vielfalt.
- Gesicherte Skitourenstrecken sind international bereits etabliert – Graubünden soll aufholen.
- Neue Zielgruppen (Einsteiger*innen, Fitnessorientierte, Wettkämpfer*innen) verlangen neue Formate.

Romano Pajarola, Verantwortlicher Beratungsstelle Sicherheit, Seilbahnen Schweiz

«Um künftig Probleme mit Skitourengeher*innen zu vermeiden, braucht es klare Lösungen, die Seilbahnunternehmen rechtlich absichern und zugleich neue Wertschöpfung ermöglichen.»

2.1 RASTER & GRUNDLAGEN DEFINIEREN

Ein standardisierter Raster dient dazu, neuartige Angebote einheitlich zu erfassen, zu bewerten und zu kommunizieren. Er berücksichtigt bestehende Normen, legt sicherheitsrelevante Kriterien fest und klärt Verantwortlichkeiten – insbesondere hinsichtlich rechtlicher Absicherung (z. B. bei Angeboten von Bergbahnen).

2.2 ANGEBOTE IN DEN DESTINATIONEN SCHAFFEN

Basierend auf dem Raster sollen pro Destination zwei bis vier neue Angebote konzipiert und umgesetzt werden. Beispiele:

- Nachtrainingsstrecken
- Signalisiert gesicherte Off-Piste-Routen
- Sprintparcours für Ski Mountaineering-Athlet*innen
- Separierte Pistenabschnitte für Tourengeher*innen

Dabei gilt: gemeinsame Regeln für Zeiten, Verhalten, Infrastruktur und Kommunikation – abgestimmt über Destinationen hinweg.

2.3 REGIONENÜBERGREIFENDE INITIATIVEN

Angelehnt an die erfolgreiche Haute Route Graubünden sollen regionenübergreifende Formate entwickelt werden – etwa mehrtägige Trainingsrouten, kombinierte Hüttenangebote oder standardisierte Abendformate mit gastronomischer Anbindung. Der Austausch zwischen Destinationen wird aktiv gefördert.

2.4 STANDARDS FÜR PRÄPARIERUNG & UNTERHALT

Damit Angebote dauerhaft funktionieren, braucht es klare Vorgaben zu:

- Streckenführung & Signalisation
- Präparierung & Schneesicherheit
- Sicherheitsausrüstung & Wartung

Diese Anforderungen fliessen in ein Handbuch für Planung, Unterhalt und Betrieb ein – als praktisches Tool für Destinationen, Bergbahnen und Gemeinden.

ERGEBNIS:

- Konkrete, sicherheitsgeprüfte Trainingsangebote in allen beteiligten Destinationen
- Einheitliche Richtlinien zur Nutzung (Zeiten, Verhalten, Zielgruppen)
- Ein praxisorientiertes Handbuch zur Unterstützung bei Planung, Unterhalt und Betrieb

3 SKITOUREN-KULTUR

GEMEINSAM SICHTBAR WERDEN

Eine starke Bewegung braucht mehr als Infrastruktur. Sie braucht Kultur. Das Handlungsfeld Skitouren-Kultur zielt darauf ab, die Skitourenszenen in Graubünden sichtbar, spürbar und zugänglich zu machen – für Leistungsträger, für Gäste, für die Bevölkerung. Der Schlüssel dazu ist eine lebendige Community und ein gemeinsames Verständnis davon, was Skitouren in Graubünden bedeuten können.

WARUM?

- Kultur schafft Akzeptanz: Nur wenn Bevölkerung, Gastgeber*innen und Bergbahnen die Sportart verstehen, kann sie nachhaltig verankert werden.
- Breitensport und Wettkampfsport vereinen: Beide Ausprägungen gehören zusammen – und profitieren voneinander.
- Eine starke Community ist der Hebel: Sie treibt Projekte an, verleiht ihnen Relevanz und sorgt für emotionale Bindung.

Daniel Bühlmann, Davos Ski Mountaineering

«In Davos haben wir seit 2005 eine Ski Mountaineering Community, welche sich stets erweitert hat und zurzeit um die 300 Personen umfasst. Im Winter laufen wir wöchentlich mit einer grossen Gruppe am Dienstagabend auf den Strelapass und kehren im Bergrestaurant gemeinsam ein. Erweitert wird das Angebot mit einem lokalen Rennen und kleinen Events im Bergrestaurant. So kombinieren wir unser Training mit dem sozialen Austausch und generieren zudem Wertschöpfung. Ich denke wir sind ein gutes Beispiel, warum die Community-Arbeit so wichtig ist und auch in anderen Regionen des Kantons stärker gefördert werden soll.»

3.1 RELEVANZ & SICHTBARKEIT

Durch gezielte Kommunikation, Veranstaltungen und weitere Angebote soll die Relevanz der Sportart bei Gastgeber*innen, Behörden und der Bevölkerung gefördert werden. Es soll eine sicht- und spürbare Skitouren-Kultur entstehen.

3.2 SCHNUPPER- & EINSTIEGSEVENTS

Unkomplizierte Formate für Einsteiger*innen schaffen niedrighschwellige Zugänge zur Sportart. Ziel ist, Hemmungen abzubauen und Begeisterung zu wecken – z. B. über eine zentrale Plattform mit buchbaren Terminen.

3.3 TRAININGSGRUPPEN & GEFÜHRTE FORMATE

Begleitete Trainings stärken die lokale Community, bieten sozialen Halt und ermöglichen das gemeinsame Ausüben der Sportart in sicherem Rahmen – sowohl für Neulinge als auch für Fortgeschrittene.

3.4 KULTURFÖRDERNDE CHALLENGES

In Anlehnung an Formate wie die Trailtrophie (trailtrophie.ch) sollen auch im Winter kreative, nicht wettkampforientierte Angebote entstehen – etwa Challenges, Segment-Sammelaktionen oder Anreizsysteme.

3.5 NETZWERK-TREFFEN & ROUNDTABLES

Regelmässige Austauschformate für Destinationen, Leistungsträger, Gäste und lokale Bevölkerung schaffen Vertrauen, inspirieren zu Kooperationen und helfen beim Wissenstransfer.

ERGEBNIS:

- Etablierung eines einheitlichen Verständnisses der Sportart in Destinationen & Bevölkerung
- Kreation und Stärkung von Community-Angeboten in allen Regionen
- Aufbau einer Plattform für den Dialog – digital & physisch

4 SIGNALISATION & KARTEN

ORIENTIERUNG SCHAFFT VERTRAUEN

Damit neue Skitourenangebote nicht nur sicher, sondern auch zugänglich und verständlich sind, braucht es klare Orientierung – visuell, rechtlich und infrastrukturell. Das Handlungsfeld Signalisation & Karten entwickelt einheitliche Lösungen für die Kennzeichnung, Kommunikation und rechtliche Absicherung von gesicherten Trainingsangeboten. Es ist damit das visuelle Rückgrat des Projekts.

WARUM?

- **Integration statt Parallelwelten:** Neue Angebote sollen in die bestehende Wintersport-Signalisation eingebettet werden – harmonisch und wiedererkennbar.
- **Verhalten durch Gestaltung:** Klare Signalisation und informatives Kartenmaterial helfen Gästen, sich richtig zu verhalten – und reduzieren Risiken.
- **Rechtliche Sicherheit schaffen:** Neue Zielgruppen und Angebote werfen Haftungsfragen auf. Diese müssen frühzeitig und verbindlich geklärt werden.

Giulia Monigatti, Product Managerin Winter, Destination Davos Klosters:

«Wer heute eine Skitour plant, wünscht sich mehr als schöne Abfahrten – es braucht klare Informationen, Rücksicht auf Natur und ein verlässliches Umfeld. In unserer Region, wo das Tourenangebot riesig ist, schafft das Projekt Orientierung und neue Kooperationen.»

4.1 GRUNDLAGENARBEIT & BENCHMARKING

Ein strukturiertes Benchmarking analysiert bestehende Lösungen – national und international. Dazu werden:

- **relevante Regelwerke (z. B. FIS, SKUS, SLF) geprüft,**
- **Best Practices identifiziert (z. B. Wallis, Tirol, Sexten)**
- **und im Dialog mit Seilbahnen Schweiz und Bergbahnen Graubünden gemeinsam abgestimmte Lösungen entwickelt.**

Zentrale Fragen: Wer trägt welche Verantwortung? Wo beginnt und endet die Haftung? Welche Standards gelten?

4.2 PILOTPROJEKT KARTEN & DARSTELLUNG

In einem Pilotprojekt werden einheitliche Darstellungslösungen für Karten (print & digital) erprobt – sowohl für klassische Skitourenrouten wie auch für Pistenangebote. Dabei werden vorhandene Tools (z. B. Tourenportale) integriert und weiterentwickelt.

Ziel: ein klar definierter Gestaltungsstandard, der im ganzen Kanton verwendet werden kann – wiedererkennbar, nutzerfreundlich und kompatibel mit bestehenden Angeboten.

4.3 BESCHILDERUNG & DIGITALE SIGNALISATION

Ob analoge Schilder im Gelände oder digitale Wegweiser auf Karten & Apps: Das Projekt erarbeitet einheitliche Signalisationselemente, die destinationsübergreifend verwendet werden können – mit Varianten je nach Gelände, Nutzung und Zielgruppe. Digitale Lösungen (z. B. via GPS, App, Augmented Reality) werden von Beginn an mitgedacht.

ERGEBNIS:

- **Einheitliches Signalisationssystem inkl. Handbuch, Regelwerk und geklärten Zuständigkeiten**
- **Pilotprojekt Karten & Visualisierung, inkl. Lessons Learned & Empfehlungskatalog**
- **Konkrete Umsetzungshilfen für Destinationen und Leistungsträger – rechtssicher, praxisnah, zielgruppenorientiert**

5 BERGBAHNEN & SKIGEBIETE

VON KONFLIKT ZU KOOPERATION

Immer mehr Skitourengeher*innen bewegen sich im Bereich von Skipisten und angrenzendem Gelände. Für Bergbahnbetriebe bringt diese Entwicklung neue Herausforderungen mit sich – von Haftungsfragen über Infrastruktur-Nutzung bis hin zu Sicherheitsbedenken des Pistenpersonals.

graubünden Skitour setzt genau hier an: Gemeinsam mit Bergbahnen Graubünden, Seilbahnen Schweiz und einzelnen Betrieben sollen fundierte Lösungen entwickelt werden, die Sicherheit erhöhen, Konflikte reduzieren und neue Wertschöpfung ermöglichen. Ziel ist eine geordnete, faire und sichere Integration der Skitourengeher*innen in die Skigebietslandschaft.

WARUM?

- **Wachsender Druck auf Pistenräume:** Die Nutzung von Pisten als Trainingsort nimmt zu – unter anderem durch die Aufnahme von Ski Mountaineering ins olympische Programm.
- **Aktuell fehlen tragfähige Lösungen:** Weder rechtliche Grundlagen noch koordinierte Angebote sind ausreichend etabliert.
- **Gefahren bestehen real:** Unfälle mit Pistenfahrzeugen und Missverständnisse mit Personal sind dokumentiert – hier braucht es Schutz und Klarheit.
- **Kooperation ist möglich:** Die Verbände zeigen Bereitschaft zur Zusammenarbeit – das Momentum muss genutzt werden.

Marcus Gschwend, Geschäftsführer Bergbahnen Graubünden:

«Die zur Präparation eingesetzten Windenseile der Pistenfahrzeuge können lebensgefährlich sein. Zur Kommunikation der klaren Regeln ausserhalb der Bahnbetriebszeiten und zum Schutz der Mitarbeitenden engagiert sich die Branchenorganisation Bergbahnen Graubünden.»

5.1 GRUNDLAGENARBEIT: CHANCEN & HERAUSFORDERUNGEN ANALYSIEREN

Zu Beginn werden die bestehenden Problemfelder systematisch erfasst:

- **Nutzung ohne Ticket**
- **Nutzung während Pistenpräparation**
- **Haftungsfragen**
- **Infrastrukturverschleiss**
- **Koexistenz in Spitzenzeiten**

Gleichzeitig werden Chancen identifiziert, etwa:

- **Abendangebote mit Einkehr**
- **Ticketmodelle für Tourengeher*innen**
- **Kooperationsangebote mit Skischulen & Restaurants**

5.2 ENTWICKLUNG & TESTUNG NEUER ANGEBOTSMODELLE

Auf Basis der Analyse werden konkrete Angebote entwickelt – z. B.:

- **offizielle Abendpisten (mit definierten Zeiten & Regeln)**
- **Kombitickets (z. B. Parkplatz + Aufstieg + Gastronomie)**
- **markierte Trainingsrouten mit zeitlicher Steuerung**

Klare Regeln definieren Nutzung, Verantwortung und Kommunikation. Bestehende Konzepte werden geprüft und gegebenenfalls adaptiert.

5.3 GEMEINSAMES VERSTÄNDNIS STÄRKEN

Mit gezielten Massnahmen wird das Verständnis für das Segment gestärkt – intern wie extern. Der Fokus liegt auf:

- **Sicherheit & gegenseitigem Respekt**
- **Wertschöpfungspotenzial für Bergbahnen**
- **sichtbarem Commitment der Skitouren-Community zur Kooperation**

ERGEBNIS:

- **Massnahmenkatalog für Bergbahnen zum Umgang mit Skitourenläufer*innen**
- **Regelwerk zur sicheren & konfliktfreien Nutzung von Pisten**
- **Implementierte Pilotangebote in ausgewählten Skigebieten**
- **Sensibilisierungsmaterialien für Personal, Gäste und Community**

6 WETTKAMPFSPORT / NACHWUCHSARBEIT

ZUKUNFT GESTALTEN

Mit der Aufnahme von Ski Mountaineering ins olympische Programm 2026 beginnt für den Skitouren-Wettkampfsport ein neues Kapitel – auch in Graubünden. Doch während die Schweiz international bereits erfolgreich unterwegs ist, fehlt es vielerorts an einer breiten Nachwuchsbasis und an gezielten Förderprogrammen im Kanton.

graubünden Skitour will diesen Impuls nutzen – in enger Zusammenarbeit mit dem Schweizer Alpen-Club SAC und weiteren Partnern. Das Ziel: Strukturen schaffen, Talente fördern und den Wettkampfsport sichtbar, zugänglich und inspirierend positionieren.

WARUM?

- **Olympischer Rückenwind:** Mit der Aufnahme in das olympische Programm erfährt der Sport globale Aufmerksamkeit – jetzt ist der Moment zum Handeln.
- **Hohe Attraktivität für Jugendliche:** Disziplinen wie Sprint und Relay sind dynamisch, technisch anspruchsvoll und begeistern junge Athlet*innen.
- **Graubünden hat Potenzial – aber zu wenig Ressourcen:** Trotz idealer Voraussetzungen fehlt vielerorts die Infrastruktur und gezielte Förderung.
- **Nationaler Schulterschluss möglich:** Der SAC bringt Know-how, Erfahrung und Strukturen mit – Graubünden kann daraus profitieren und neue Impulse setzen.

Denis Vanderperre, Chef Leistungssport, SAC Ski Mountaineering:

«Die Aufnahme ins Olympiaprogramm wird der Entwicklung des Sports einen grossen Schub verleihen. Wir unterstützen das Projekt graubünden Skitour vollumfänglich – gerade im Bereich Nachwuchsarbeit.»

6.1 GRUNDLAGENARBEIT & KOOPERATION MIT DEM SAC

Der SAC ist strategischer Partner in der Umsetzung. Das Projekt unterstützt bestehende Strukturen, entwickelt Teilbereiche gemeinsam weiter und nutzt gezielt Synergien – z. B. in der Talentförderung, Trainerausbildung oder der Infrastrukturentwicklung.

6.2 NACHWUCHSGEWINNUNG & -FÖRDERUNG IN GRAUBÜNDEN

Gezielte Massnahmen sollen den Einstieg in den Sport erleichtern – von Schulangeboten über Schnuppertrainings bis hin zu Fördermodellen. Auch die Sichtbarkeit des Sports bei Jugendlichen wird erhöht – z. B. über Social Media, Schulaktionen oder Events.

6.3 ENTWICKLUNGSPROGRAMM NACHWUCHSSPORT

Bestehende Regionalzentren sollen gestärkt und neue Knotenpunkte aufgebaut werden. Ein kantonales Entwicklungsprogramm definiert Stufenmodelle, Förderlogiken, Partnerrollen und Infrastrukturbedarfe. Es schafft eine strukturierte und skalierbare Nachwuchsarbeit.

6.4 WETTKAMPFSPORT SICHTBAR MACHEN

Die Faszination des Ski Mountaineering soll erlebbar gemacht werden – durch Events, Showrennen, Reportagen, Kooperationen mit Schulen und durch die Präsenz in der Öffentlichkeit. Ziel ist eine emotionale Aufladung der Sportart und ihre Verankerung im sportlichen Selbstverständnis des Kantons.

ERGEBNIS:

- Regelmässige Koordination mit dem SAC zur Weiterentwicklung gemeinsamer Handlungsfelder
- Massnahmenkatalog für Nachwuchsgewinnung und -förderung im Kanton Graubünden
- Kantonales Entwicklungsprogramm für den Nachwuchssport
- Veranstaltungen & Formate, die die Faszination des Wettkampfsports sichtbar machen

7 KOMMUNIKATION

SICHTBAR, VERSTÄNDLICH, INSPIRIEREND

Gute Kommunikation macht Projekte nicht nur bekannt, sie macht sie erlebbar. Das Handlungsfeld Kommunikation sorgt dafür, dass die Ziele, Massnahmen und Angebote von grabünden Skitour im richtigen Licht erscheinen – für Gäste, Partner, Bevölkerung und Medien. Es verankert das Projekt im öffentlichen Bewusstsein, schafft Vertrauen und erhöht die Relevanz der Sportart.

Die Umsetzung erfolgt in enger Abstimmung mit Graubünden Ferien (GRF) und weiteren Partnern. Die bestehende Themen-Allianz Skitouren wird gestärkt.

WARUM?

- **Transparenz schafft Akzeptanz:** Projektentwicklungen sollen offen kommuniziert werden – nachvollziehbar, zielgruppenorientiert, aktuell.
- **Allianzen brauchen Sichtbarkeit:** Die Themen-Allianz Skitouren von GRF ist ein strategisches Gefäss – sie soll durch das Projekt weiter wachsen.
- **Erfolg braucht Kommunikation:** Nur was gesehen, verstanden und gespürt wird, wird auch genutzt. Gute Kommunikation ist der Schlüssel zur Wirksamkeit.

Flavia Gsell, Graubünden Ferien:

«Die Themen-Allianz Skitouren bildet die Grundlage für eine enge Zusammenarbeit mit unseren Partnerdestinationen. Im Rahmen dieser Allianz lancieren wir jährlich eine gemeinsame Marketingkampagne mit zielgerichteten Kommunikationsmassnahmen. Vom Projekt grabünden Skitour erhoffen wir uns eine gezielte Stärkung des Segments und eine erhöhte touristische Relevanz im Winter.»

7.1 BEGRIFFSDEFINITION & CORPORATE WORDING

Was ist Skitouren? Was ist Skimo? Welche Segmente und Disziplinen hat die Sportart? Einheitliche Begriffe, klare Abgrenzungen und ein gemeinsames Wording schaffen Verständnis und Wiedererkennung – für Gäste, Medien und Partner.

7.2 GRUNDLAGEN & PLATTFORM

Eine öffentlich zugängliche Projektplattform bildet das kommunikative Rückgrat:

- Projektupdates, Ergebnisse, Downloads
- Angebote & Veranstaltungen
- Erklärungen zu Haftungsfragen und Sicherheitsaspekten
- Klärung rechtlicher Kommunikationsfragen (z. B. wer haftet, wenn eine Destination eine Tour empfiehlt und eine Person auf dieser verunfallt?)

7.3 PROJEKTKOMMUNIKATION

Zielgruppenadäquate Formate für Instagram, YouTube, TikTok & Co. werden konzipiert, produziert und ausgespielt – inspirierend, visuell stark, informativ. Möglich sind z. B.:

- Mini-Porträts aus der Community
- Einstiegs-Serien
- Behind-the-Scenes aus Projektgruppen

7.4 BILDWELT & MAGAZINE

Ein kantonales Fotoprojekt schafft authentisches, inspirierendes Bildmaterial für Destinationen, GRF und das Projekt selbst. Zusätzlich wird die Kooperation mit bestehenden Fachzeitschriften geprüft oder die Lancierung eines eigenen Skitouren-Magazins in Print oder Digitalform.

ERGEBNIS:

- Einheitliches Corporate Wording für den ganzen Kanton
- Definition & Bespielung der Kommunikationskanäle (inkl. Redaktionsplanung)
- Öffentliche Projektplattform mit verständlich aufbereiteten Inhalten
- Handbuch zur rechtlichen Kommunikation (Haftungsfragen etc.)
- Umsetzung eines destinationsübergreifenden Fotoprojekts
- Kooperationen oder eigenes Fachmagazin zur Stärkung des Segments
- Ausbau der Themen-Allianz Skitouren in Zusammenarbeit mit GRF

8 ANGEBOTSENTWICKLUNG

KONKRET, KREATIV, KOOPERATIV

Die Zukunft des Skitourensports in Graubünden entscheidet sich am Berg – dort, wo aus Ideen echte Angebote werden. Im Handlungsfeld Angebotsentwicklung entstehen neue, innovative und nutzerzentrierte Formate für unterschiedlichste Zielgruppen: von Touristen über Profis bis zur lokalen Bevölkerung.

Kern des Handlungsfelds sind die zweimal jährlich durchgeführten OKR-Workshops (Objectives & Key Results). Sie ermöglichen es, gemeinsam mit Destinationen, Partnern und Interessierten konkrete Angebote zu definieren, umzusetzen und zu evaluieren.

WARUM?

- Neue Angebote bedeuten neue Wertschöpfung: Von Mobilität bis Unterkunft, von Beratung bis Erlebnis.
- OKR schafft Dynamik & Klarheit: Alle sechs Monate neue Ziele mit Raum für kreative Lösungsfindung.
- Co-Creation stärkt Relevanz & Akzeptanz: Beteiligte gestalten aktiv mit – statt nur zu konsumieren.

8.1 CUSTOMER JOURNEY OPTIMIEREN

Die gesamte Reisekette der Skitouren-Gäste wird analysiert und durchdacht:

- Informationsangebote & Buchungsplattformen
- Kombi-Angebote mit Hotel, Bergbahn & Bergführer*in
- Loyalty-Programme & After-Season-Ansprache

Ziel ist ein stimmiges, durchgängiges Gästelerlebnis – von der ersten Suche bis zur Rückkehr.

8.2 MOBILITÄT & BESUCHERLENKUNG

Innovative Lösungen sollen Verkehrsprobleme entschärfen und die Erreichbarkeit verbessern – z. B.:

- Shuttle-Angebote & Tourenbusse ausbauen
- Park-&-Ride-Konzepte
- Geolokalisierte Tourenempfehlungen zur Lenkung

So entsteht ein nachhaltiges Gleichgewicht zwischen Nutzung und Schutz.

8.3 BREITENSORT STÄRKEN

Neue Angebote erleichtern den Einstieg in die Sportart und fördern das sichere Ausüben – etwa:

- Lehrpfade mit Infopunkten & Übungszonen
- geführte Einsteigerpakete inkl. Material & Bergführer*in
- Schulprogramme oder Community-Formate

8.4 WETTKAMPFSORT PROFESSIONALISIEREN

Für Skimo-Athlet*innen werden gezielte Trainingsangebote entwickelt – z. B.:

- gesicherte Sprintstrecken mit Zeitmessung
- Wechselzonen & Steigpassagen im Gelände
- Datenbasierte Leistungserfassung (z. B. via App oder QR-Segmenten)

ERGEBNIS:

- Entwicklung neuer Angebote in den Bereichen Mobilität, Gastfreundschaft, Sport, Training & Community
- Einbindung aller Anspruchsgruppen über die OKR-Workshops
- Stärkung von Kundenerlebnis, Nachhaltigkeit und Koexistenz
- Pilotformate, die auf andere Regionen übertragbar sind

9 EVENTS

BÜHNE FÜR DIE BEWEGUNG

Events machen den Sport sichtbar. Sie bringen Menschen zusammen, schaffen Emotionen und setzen Impulse für Gäste, Veranstalter, Medien und die Bevölkerung. Im Handlungsfeld Events wird das bestehende Event-Ökosystem gestärkt, besser vernetzt und gezielt weiterentwickelt. Ziel ist eine lebendige, sichtbare und koordinierte Eventlandschaft, die als Treiber für die Sportart wirkt – lokal, kantonal und darüber hinaus.

WARUM?

- Events sind Leuchttürme: Sie erzeugen Aufmerksamkeit, zeigen, was möglich ist – und machen Skitouren erlebbar.
- Der Kanton hat Nachholbedarf: Im Vergleich mit anderen Regionen ist die Eventlandschaft im Skimo-Segment noch unterentwickelt.
- Olympia als Chance: Die Aufnahme ins olympische Programm erhöht die mediale Aufmerksamkeit und schafft neue Anlässe zur Positionierung.

Christian Wenk, OK Präsident, Pizol Altiski:

«Trotz langer Tradition und starkem Konzept sind die Teilnehmendenzahlen auf einem relativ tiefen Niveau stabil. Dabei zeigt gerade das Wallis, welches Potential Skitouren-Events haben. Wir brauchen mehr Sichtbarkeit und breitere Unterstützung.»

9.1 INTERESSENGEMEINSCHAFT SKIMO

Die bestehende IG Rennen Ost wird in eine breiter aufgestellte Interessengemeinschaft Skimo überführt. Geprüft werden u. a.:

- Cupwertung / Bündner Skimo-Serie
- gemeinsames Backoffice (z. B. Anmeldung, Versicherung, Kommunikation)
- technische & organisatorische Synergien (z. B. Material, Know-how, Marketing)

Ziel ist eine professionell vernetzte Veranstaltungslandschaft mit regionalem Rückhalt.

9.2 ERFA-TAGUNG FÜR VERANSTALTER*INNEN

Jährliche Treffen aller Events im Kanton schaffen:

- Austausch zu Herausforderungen & Best Practices
- Plattform für Wissenstransfer & neue Ideen
- Koordination von Terminen & Ressourcen

9.3 EVENT-PLATTFORM GRAUBÜNDEN

Alle Skitouren-Events werden auf einer zentralen Plattform gebündelt – übersichtlich, filterbar und einfach zugänglich. So wird die Sichtbarkeit erhöht, der Zugang für Gäste vereinfacht und die Buchungsschwelle gesenkt.

9.4 ANALYSE & STRATEGISCHER AUSBAU

In einem Analysepapier werden folgende Fragen behandelt:

- Welche Lücken bestehen in der Eventlandschaft?
- Welche Formate fehlen?
- Wie kann der olympische Rückenwind gezielt genutzt werden?
- Wo braucht es Infrastruktur, Förderung oder neue Partnerschaften?

ERGEBNIS:

- Stärkere Vernetzung und Professionalisierung der Eventlandschaft
- Zentrale Sichtbarkeit aller Events über ein gemeinsames Portal
- Strategiepapier zur Weiterentwicklung inkl. Massnahmenplan
- Höhere Reichweite und Attraktivität für Gäste, Medien und Veranstalter*innen

10 SENSIBILISIERUNG

VERANTWORTUNG MITGESTALTEN

Skitouren bringt Menschen in Bewegung und in sensible Räume. Damit diese Bewegung naturverträglich, sozial inklusiv und konfliktfrei bleibt, braucht es gezielte Sensibilisierungsarbeit. Das Handlungsfeld Sensibilisierung setzt auf Aufklärung, Integration und Kooperation. Es wirkt über alle Handlungsfelder hinweg als ethischer und ökologischer Kompass des Projekts.

WARUM?

- Mehr Nutzer*innen bedeuten mehr Verantwortung: Mit der wachsenden Popularität der Sportart steigen auch Risiken für Natur, Wildtiere und das Miteinander der Gäste.
- Konflikte lassen sich nicht verbieten aber gestalten: Koexistenz zwischen Wintersportarten braucht Kommunikation und Lenkung.
- Tourismus muss für alle zugänglich sein: Inklusion ist nicht Randthema, sondern Qualitätsmerkmal.

Luisa Deubzer, Projektleiterin Wildnis & Bergsport, Mountain Wilderness Schweiz:

«Gut koordinierte und breite Sensibilisierungsarbeit ist zentral, damit die Entwicklung des Skitouren-Segments nicht zulasten der Natur und der Wildtiere geht, die im Winter besonders vulnerabel für Störungen sind.»

10.1 NACHHALTIGKEIT SICHERN

Alle Entwicklungen – vom Einsteigerangebot bis zum Olympiatraining – müssen mit einem nachhaltigen Grundverständnis geplant werden. Es braucht Innovationen, die Nutzung und Schutz in Balance bringen.

10.2 NATUR- & WILDSCHUTZ VERANKERN

Skitouren beanspruchen Räume, die Lebensraum für Wildtiere sind. In enger Zusammenarbeit mit Ämtern, Schutzorganisationen und Wissenschaft sollen sensible Gebiete identifiziert und Lösungen entwickelt werden – z. B. saisonale Sperrzonen, Lenkungstools oder Info-Kampagnen.

10.3 INKLUSION FÖRDERN

Skitouren sollen für alle erlebbar werden – auch für Menschen mit Beeinträchtigung. In Kooperation mit dem Innotour-Projekt «Barrierefreiheit & Inklusion» von Graubünden Ferien werden:

- Bedürfnisse erhoben
- Angebote angepasst
- Pilotformate entwickelt

10.4 KOEXISTENZ GESTALTEN

Wie im Sommer braucht es auch im Winter eine klare Koexistenzstrategie:

- Kampagnen zur gegenseitigen Rücksichtnahme
- Besucherlenkung durch Kommunikation & Infrastruktur
- Schulungen für Gastgeber*innen & Leistungsträger

10.5 PARTNERNETZWERK & DIALOGPLATTFORM

Ein stabiles, breit abgestütztes Netzwerk aus Leistungsträgern, NGOs, Behörden und Community ist das Rückgrat dieses Handlungsfelds. Ziel ist ein regelmässiger Austausch, abgestimmte Botschaften und eine gemeinsame Wertebasis.

ERGEBNIS:

- Klar definierte Werte & Prinzipien, die alle Handlungsfelder durchdringen
- Massnahmenkatalog zur Sensibilisierung, inkl. konkreter Umsetzungsformate
- Winter-Kampagne für Koexistenz & Achtsamkeit (analog und in Kooperation mit Fairtrail)
- Aufbau eines breit abgestützten Partnernetzwerks
- Dialogformate und Austauschplattformen in regelmässigen Abständen

11 WIRKSAMKEITSPRÜFUNG

WIRKUNG SICHTBAR MACHEN

Ein Projekt ist dann erfolgreich, wenn es nicht nur umgesetzt, sondern auch verstanden und gesteuert werden kann. Das Handlungsfeld Wirksamkeitsprüfung sorgt dafür, dass Entwicklungen messbar, Wirkungen nachvollziehbar und Massnahmen zielgerichtet angepasst werden können. Es schafft die Grundlage für strategische Steuerung, transparente Kommunikation und kontinuierliche Optimierung.

WARUM?

- Strategie braucht Daten: Um ein Segment zu entwickeln, muss man es verstehen – fundiert, dynamisch und differenziert.
- Wirkung statt Aktionismus: Wer Wirkung zeigen will, muss sie mit klaren Indikatoren und nachvollziehbarer Methodik erfassen.
- Verständnis schafft Vertrauen: Stakeholder, Öffentlichkeit und Partner wollen nachvollziehen können, was das Projekt leistet.

11.1 MARKTFORSCHUNG & STUDIEN

Regelmässige Erhebungen in Zusammenarbeit mit Graubünden Ferien liefern zentrale Erkenntnisse:

- Wer sind die Skitouren-Gäste?
- Wie verhalten sie sich? Welche Angebote nutzen sie?
- Welche Wertschöpfung erzeugen sie – direkt oder indirekt?

Denkbare Instrumente:

- Befragungen (z. B. in Hotels, auf Parkplätzen, via QR-Codes)
- Tracking- & Buchungsdaten
- Community-Befragungen über digitale Kanäle

11.2 MESSUNG VON NUTZEN & WIRKUNG

Zentrale Fragen:

- Wie viele Angebote wurden genutzt?
- Welche Gäste-Segmente wurden erreicht?
- Wo wurde übernachtet? Wie hoch war die Wertschöpfung?
- Haben sich Verhalten, Akzeptanz und Koexistenz verändert?

Ziel ist ein Set an klar definierten Messgrössen, das in verschiedenen Handlungsfeldern angewendet wird (z. B. in den Bereichen Mobilität, Kommunikation, Events oder Breitensport).

11.3 MONITORING & STEUERUNG

Basierend auf den Erkenntnissen werden:

- regelmässige Wirkungsberichte erstellt
- Handlungsempfehlungen für Teilprojekte formuliert
- Strategieanpassungen begründet und eingeleitet

So wird aus grabünden Skitour ein lernendes Projekt mit Wirkungskontrolle.

ERGEBNIS:

- Durchführung von regelmässigen Marktforschungen und Studien
- Definition und Anwendung eines wirkungsorientierten Messsystems
- Prüfung und Implementierung von Monitoringinstrumenten zur Steuerung
- Etablierung eines Wirkungsreportings für Partner und Öffentlichkeit

BUDGET

ÜBERBLICK & PLANUNG

Die Umsetzung von graubünden Skitour basiert auf einer fundierten Ressourcenplanung. Der separat erarbeitete Masterplan liefert einen detaillierten Überblick über die budgetierten Kosten, die Eigenleistungen sowie einen groben Zeitplan für die Umsetzung der einzelnen Handlungsfelder.

ZUSAMMENFASSUNG DER BUDGETSTRUKTUR:

- Budgetierung pro Handlungsfeld: Die elf Handlungsfelder wurden einzeln budgetiert, abgestimmt auf ihre jeweiligen Anforderungen und Wirkungsziele.
- Eigenleistungen & Partnerschaften: Die Projektträgerin Zenit run GmbH sowie beteiligte Partner und Leistungsträger bringen substanzielle Eigenleistungen in Form von Zeit, Infrastruktur oder Know-how ein.
- Zeitliche Staffelung: Der Massnahmenplan orientiert sich an einer vierjährigen Projektlaufzeit (2025–2029), mit priorisierten Startfeldern und aufeinander abgestimmten Meilensteinen.

KOSTEN

Tabelle 4
Kosten

| POSITION | BESCHREIBUNG | BETRAG |
|------------------|--|---------------|
| Handlungsfeld 1 | Projektleitung (inkl. 15% Overhead externe Aufträge) | CHF 314'535 |
| Handlungsfeld 2 | Gesicherte Trainings-Angebote | CHF 81'750 |
| Handlungsfeld 3 | Skitouren-Kultur | CHF 443'650 |
| Handlungsfeld 4 | Signalisation & Karten | CHF 87'760 |
| Handlungsfeld 5 | Bergbahnen & Skigebiete | CHF 88'070 |
| Handlungsfeld 6 | Wettkampfsport / Nachwuchssport | CHF 86'220 |
| Handlungsfeld 7 | Kommunikation | CHF 157'160 |
| Handlungsfeld 8 | Angebotsentwicklung | CHF 122'430 |
| Handlungsfeld 9 | Events | CHF 112'025 |
| Handlungsfeld 10 | Sensibilisierung | CHF 80'730 |
| Handlungsfeld 11 | Wirksamkeitsprüfung | CHF 136'820 |
| Gesamtkosten | | CHF 1'711'150 |

FINANZIERUNG

Tabelle 5
Finanzierung

| POSITION | BESCHREIBUNG | BETRAG |
|------------------------|--|---------------|
| Eigenleistungen | Nicht entschädigte Leistungen im Projekt | CHF 855'665 |
| Max. Beitrag NRP (50%) | | CHF 855'575 |
| Total | | CHF 1'711'240 |

Anmerkung: Zahlen entstammen dem Masterplan

ANHANG

Tabelle 6
Potenzielle Auftragnehmer &
Partner

POTENZIELLE AUFTRAGNEHMER UND PARTNER

| BEREICH | ORGANISATION | BEMERKUNGEN |
|------------------|---|--------------------------------------|
| Verbände | Schweizer Alpen-Club SAC | Hauptsitz und seine Sektionen |
| | Naturfreunde Schweiz | Diverse Sektionen in Graubünden |
| | Swiss Snowsports | Dachverband der Schneesport-lehrer |
| Sportgeschäfte | Diverse | |
| Teams | Skimo Team GR | |
| | Aebli Skitouring Team | |
| Bergsportschulen | Bergsportschule Grischia | |
| | Bergsportschule Pontresina | |
| Bergführer | Schweizer Bergführerverband | |
| | Bündner Bergführerverband | |
| | Diverse selbstständige Bergführer | |
| Bergbahnen | Bergbahnen Graubünden | Dachorganisation Graubünden |
| | Seilbahnen Schweiz | Nationaler Verband |
| | Diverse Bergbahnunternehmen | |
| NGO'S | POW Protect our Winter | Klimasensibilisierung Wintersport |
| | Mountain Wilderness Schweiz | Sanfter Bergsport |
| | Pro Natura | Natur- und Wildschutz |
| | Verein Natur & Freizeit | Kampagne «Schneesport mit Rücksicht» |
| Ämter | Amt für Natur- und Umwelt | |
| | Amt für Wald und Naturgefahren | |
| | Amt für Jagd und Fischerei | |
| | Amt für Volksschule und Sport | |
| Destinationen | Diverse | |
| Gemeinden | Diverse | |
| Hütten | Diverse SAC Hütten | |
| Skimo-Events | Rennen Ostschweiz | |
| Sicherheit | WSL-Institut für Schnee- und Lawinenforschung SLF | |
| | Bfu Beratungsstelle für Unfallverhütung | |
| | SKUS Schweizerische Kommission für Unfallverhütung auf Schneesportabfahrten | |
| | REGA | Luftrettung |
| Weitere | Graubünden Ferien | |
| | Davos Ski Mountaineering | Daniel Bühlmann |
| | Fachhochschule Graubünden | |

Anmerkung: Auflistung nicht abschliessend



Zenit run GmbH
Center da Capricorns
7433 Wergenstein

info@zenit.run
www.zenit.run