

Coffee, Cakes & Skitouring

07. Mai 2026, Davos

Mit der ersten Durchführung von Coffee, Cakes & Skitouring wurde im Rahmen des Projekts graubünden Skitour erstmals ein offenes Kreativ- und Austauschformat umgesetzt. Ziel der Veranstaltung war es, unterschiedliche Perspektiven zusammenzubringen, gemeinsam über die Zukunft des Skitourengehens in Graubünden nachzudenken und neue Ideen sowie konkrete Ansätze für die Weiterentwicklung des Projekts zu entwickeln. An der Tagung in Davos nahmen 16 Personen aus verschiedenen Bereichen teil. Im Zentrum standen nicht klassische Präsentationen, sondern der offene Austausch und ein interaktiver Workshop.

Der Workshop am Nachmittag war in zwei Teile gegliedert. Zunächst wurde gemeinsam diskutiert, wofür Skitourengehen in Graubünden heute steht und welche Entwicklungen das Segment künftig prägen sollen. Aufbauend darauf entwickelten die Teilnehmenden verschiedene Visionselemente und Zukunftsbilder für das Skitourengehen im Kanton. Im zweiten Teil wurden daraus konkrete Ideen und Ansätze abgeleitet und gemeinsam diskutiert.

Die vorliegende Auswertung dokumentiert die zentralen Erkenntnisse, Diskussionen und Ideen aus den Workshops. Ziel ist es, die Ergebnisse transparent festzuhalten und die entstandenen Impulse in die Weiterentwicklung des Projekts einfließen zu lassen.

1 PERSPEKTIVEN SICHTBAR MACHEN

Die Teilnehmende beantworteten zu Beginn des Workshops auf Moderationskarten zwei Fragen:

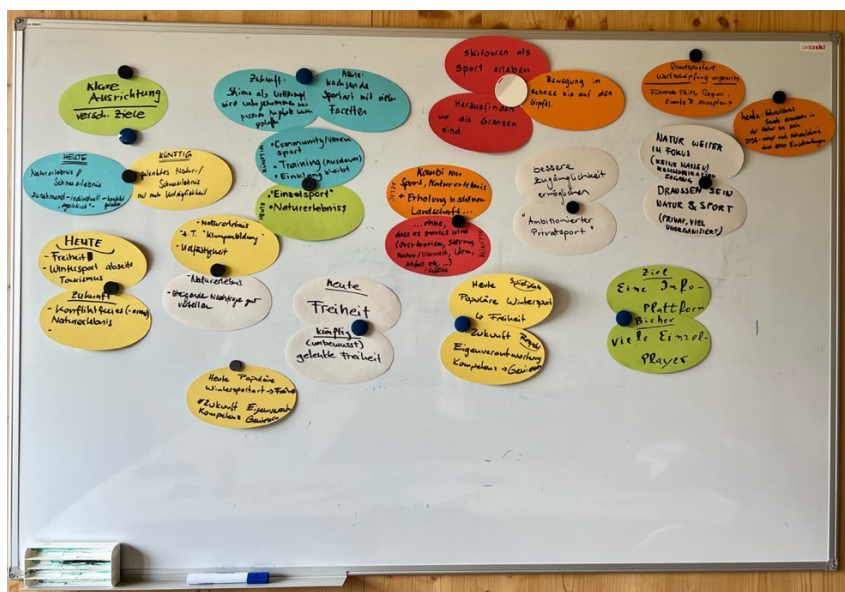
- Wofür steht Skitouren in Graubünden heute?
- Wofür sollte Skitouren in Graubünden künftig stehen?

Ziel dieser Runde war es die persönliche Meinung der Teilnehmenden abzuholen, unabhängig vom Projekt oder anderweitigen Rahmenbedingungen.

1.1 Ergebnisse

Heute	Künftig
Naturerlebnis/Schneeerlebnis: zunehmend, individuell, «egoistisch», konfliktgeladen	Gelenktes Natur-/Schneeerlebnis mit mehr Verträglichkeit
Naturerlebnis, z.T. «Klumpenbildung», Vielfältigkeit	Naturerlebnis, steigende Nachfrage gut verteilen
Freiheit, Wintersport abseits Tourismus	Konfliktfreies (-armes) Naturerlebnis
Populäre Wintersportart → Freiheit	Eigenverantwortung, Kompetenz, Genuss

Freiheit	Unbewusst gelenkte Freiheit
Spielplatz, populäre Wintersportart → Freiheit	Respekt, Eigenverantwortung, Kompetenz → Geniessen
Viele Einzelplayer	Eine zentrale Infoplattform
Draussen sein, Natur und Sport (privat, viel unorganisiert)	Natur weiter im Fokus (keine Massen), Kommunikation, Zugang
Randsportart, Wertschöpfung ungewiss	Führende SkiMo Region, Events und Akzeptanz
Naturerlebnis, Freude in der Natur zu sein	Immer noch Naturerlebnis ohne 1000 Einschränkungen
Herausfinden, wo die Grenzen sind, Skitouren als Sport erleben	Bewegung im Schnee bis auf den Gipfel
Wachsende Sportart mit vielen Facetten	SkiMo als Wettkampfsport wird wahrgenommen und passende Angebote werden geschaffen
Einzel sport, Naturerlebnis	Community/Vereine, Training (Ausdauer), Einklang mit der Natur bleibt



1.2 Interpretation

Die Diskussionen zeigten deutlich, dass Skitourengehen in Graubünden heute stark mit Freiheit, Naturerlebnis und Individualität verbunden wird. Gleichzeitig wurden zunehmende Spannungsfelder sichtbar, insbesondere durch steigende Frequenzen, Klumpenbildungen, fehlende Koordination und unterschiedliche Interessen der Nutzenden. Für die Zukunft wünschen sich die Teilnehmenden weiterhin ein naturnahes und freies Skitourenenerlebnis, jedoch stärker begleitet durch Eigenverantwortung, respektvollen Umgang, bessere Information und eine intelligente, möglichst «unbewusste» Lenkung. Gleichzeitig wurde deutlich, dass der sportliche Charakter des Skitourengehens (SkiMo, Trainingsform) künftig stärker anerkannt und mit passenden Angeboten unterstützt werden soll.

2 VISION ENTWICKELN

Aufgabenstellung: Stellt euch vor, wir schreiben das Jahr 2035. Graubünden gilt als Vorbild für Skitouren in den Alpen.

Diskussionsfragen:

- Was macht Graubünden besonders?
- Wie sieht die Skitourenszenen aus?
- Welche Angebote gibt es?
- Wie funktioniert das Zusammenspiel von Natur, Sport und Tourismus?

Output pro Gruppe: 3–5 Visionselemente. Diese wurden auf Flipcharts festgehalten.

2.1 Ergebnisse Gruppe 1

Informationsbereitstellung:

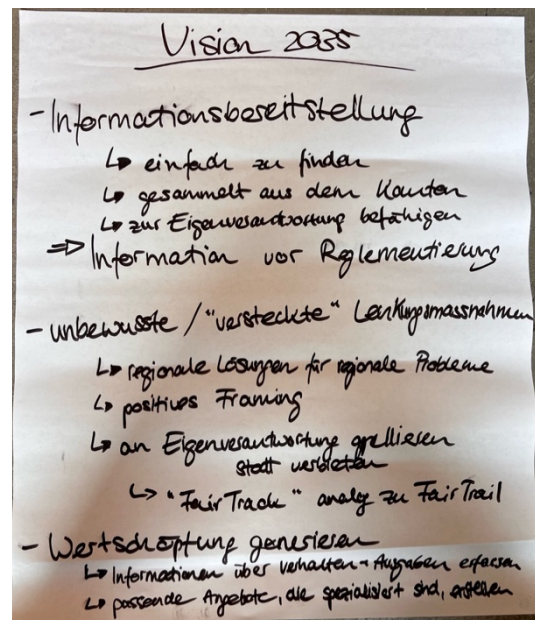
- einfach zu finden
 - gesammelt aus dem Kanton
 - zur Eigenverantwortung befähigen
- Information vor Reglementierung

Unbewusste, versteckte Lenkungsmaßnahmen:

- regionale Lösungen für regionale Probleme
 - positives Framing
 - an Eigenverantwortung appellieren statt verbieten
- «Fairtrack» analog zu Fairtrail

Wertschöpfung generieren:

- Informationen über Verhalten – Ausgaben erfassen
- passende Angebote, die spezialisiert sind, erstellen



Die Gruppe 1 stellte in ihrer Vision insbesondere die Themen Information, Eigenverantwortung und intelligente Besucherlenkung ins Zentrum. Anstelle zusätzlicher Reglementierungen oder Verbote wurde ein Ansatz favorisiert, der auf einfache, zentrale Informationsbereitstellung sowie auf positive und unbewusste Lenkungsmaßnahmen setzt. Dabei sollen regionale Lösungen für regionale Herausforderungen entwickelt und die Eigenverantwortung der Nutzenden gestärkt werden. Als möglicher Ansatz wurde eine Kampagne analog zu «Fairtrail» diskutiert. Gleichzeitig wurde betont, dass das Skitourensegment künftig stärker Wertschöpfung generieren soll – unter anderem durch spezialisierte Angebote sowie ein besseres Verständnis des Nutzerverhaltens und der damit verbundenen Ausgaben.

2.2 Ergebnisse Gruppe 2

Zahlen, Daten, Fakten:

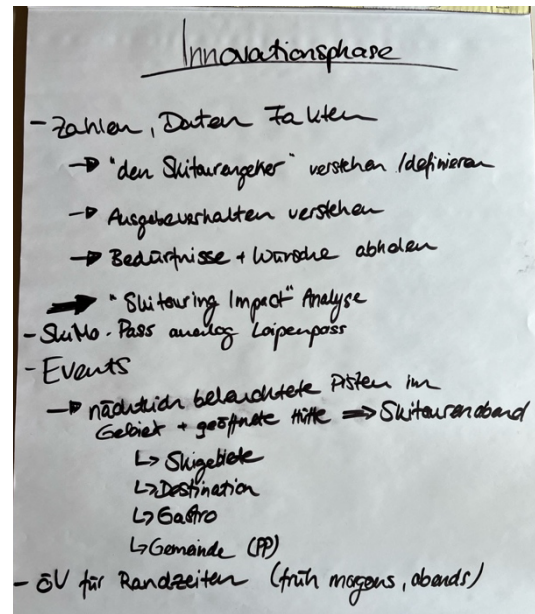
- den Skitourengeher verstehen/ definieren
- Ausgabeverhalten verstehen
- Bedürfnisse und Wünsche abholen
- »Skitouring Impact« Analyse

Events:

- Nächtlich beleuchtete Pisten im Gebiet und geöffnete Hütten → Skitourabend
 - Skigebiete
 - Destination
 - Gastro
 - Gemeinde (PP)

Weiteres:

- SkiMo Pass analog zu Loipenpass
- ÖV für Randzeiten (früh morgens, abends)



Die Gruppe 2 legte den Fokus auf ein besseres Verständnis des Skitourensegments als Grundlage für zukünftige Entwicklungen. Im Zentrum standen Fragen rund um Nutzerverhalten, Bedürfnisse, Ausgaben und die mögliche Wirkung des Skitourensports auf Regionen und Destinationen. Vorgeschlagen wurde unter anderem eine umfassende »Skitouring Impact«-Analyse, um Entscheidungen künftig stärker datenbasiert treffen zu können. Gleichzeitig diskutierte die Gruppe konkrete Angebotsideen im Umfeld von Skigebieten (beispielsweise nächtliche Skitourenangebote mit beleuchteten Pisten, geöffneten Hütten usw.). Ergänzend wurden neue Infrastruktur- und Mobilitätsansätze wie ein SkiMo-Pass oder erweiterte ÖV-Angebote für Randzeiten thematisiert.

2.3 Ergebnisse Gruppe 3

USP:

- Vielseitigkeit des Geländes (von einfach bis Hochalpin) → bei hoher Lawinengefahr haben wir Optionen
- Know-how Lawinenprognose SLF

Förderung der Lokaltäten / Infrastruktur

- Öffnungszeiten
- Angebot
- Infrastruktur (PP, Hotels, usw.)
- Erlebnisse schaffen
- Routen in Lawinenschneisen (Forstlösungen)

Signalisation / Lenkung

- einheitliche Sprache in allen Regionen

- Tafeln an den Ausgangspunkten (Sommer & Winter als 1 Tafel)

Naturschutz als oberstes Gebot

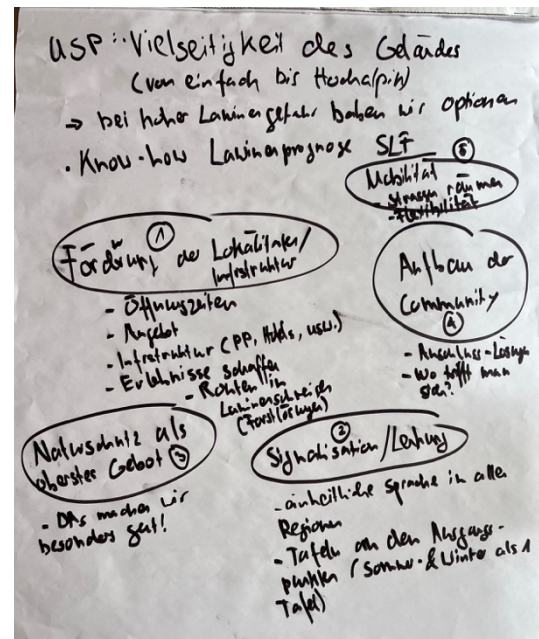
- Fokus in Zukunft: Das machen wir besonders gut

Aufbau der Community

- Anschlusslösungen
- Wo trifft man sich

Mobilität

- Strassen räumen, wenn wenig Schnee liegt (z.B. Val Tuors bei Bergün)
- Flexibilität



Die Gruppe 3 definierte zu Beginn zentrale Stärken bzw. Alleinstellungsmerkmale Graubündens im Skitourensegment. Hervorgehoben wurden insbesondere die grosse Vielseitigkeit des Geländes sowie das hohe Know-how im Bereich Lawinen durch das SLF. Aufbauend darauf wurden verschiedene Visionselemente formuliert. Im Zentrum standen eine bessere Infrastruktur und attraktivere Rahmenbedingungen vor Ort, eine einheitliche und verständliche Signalisation sowie eine stärkere Besucherlenkung. Gleichzeitig wurde betont, dass Naturschutz künftig als zentrales Qualitätsmerkmal verstanden und aktiv positioniert werden soll. Weitere wichtige Themen waren der Aufbau von Community-Strukturen, Treffpunkten und Anschlusslösungen sowie flexible Mobilitäts- und Infrastrukturansätze.

3 VISION VERDICHTEN

Aufgabenstellung: Wenn wir diese Vision erreichen wollen – welche kreativen Ideen könnten dazu beitragen? Jede Gruppe wählte ein Visionselement und entwickelte dazu konkrete Ideen.

Arbeitsstruktur:

- Welches Visionselement bearbeiten wir?
- Welche innovative Idee könnte dieses Ziel unterstützen?
- Was wäre ein erster konkreter Schritt?
- Wer könnte eine solche Initiative anstossen?

Output pro Gruppe: 1–2 konkrete Projektansätze

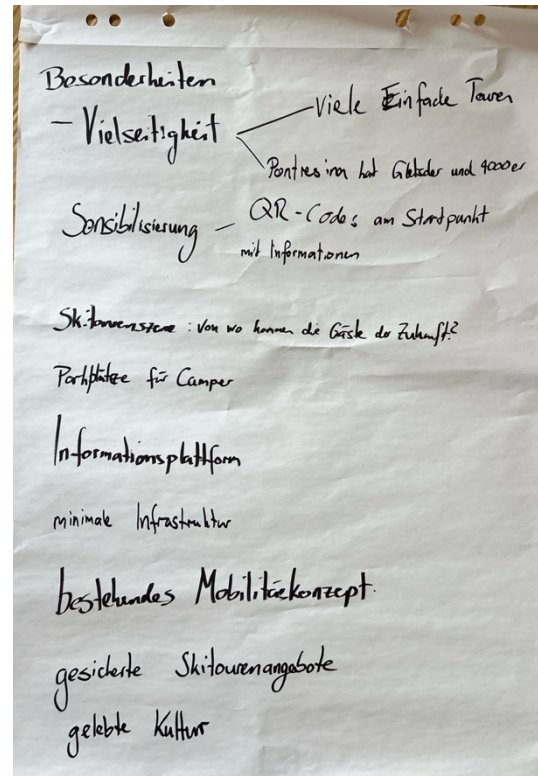
3.1 Ergebnisse Gruppe 1

Besonderheit Graubündens: Vielseitigkeit
(viele einfache Touren / Pontresina hat Gletscher und 4'000er)

- Sensibilisierung → QR-Codes am Startpunkt mit Informationen
- Skitourenszene: von wo kommen die Gäste?
- Parkplätze für Camper
- zentrale Informationsplattform
- minimale Infrastruktur an beliebten Ausgangspunkten
- ein bestehendes Mobilitätskonzept
- gesicherte Skitourenangebote
- gelebte Kultur

Die Gruppe 1 beschäftigte sich insbesondere mit der Frage, welche infrastrukturellen und organisatorischen Rahmenbedingungen ein attraktives und gleichzeitig verträgliches Skitourenangebot in Zukunft unterstützen

könnten. Ausgangspunkt war die grosse Vielseitigkeit Graubündens. Diskutiert wurden unter anderem eine zentrale Informationsplattform, bessere Informationsvermittlung direkt an Ausgangspunkten (z.B. mittels QR-Codes), minimale Infrastruktur an stark frequentierten Einstiegsorten sowie Mobilitäts- und Parkplatzlösungen. Gleichzeitig wurde betont, dass gesicherte Skitourenangebote und eine gelebte Skitourenkultur künftig stärker zur Positionierung Graubündens beitragen könnten.



3.2 Ergebnisse Gruppe 2 – gebündelte Info-Plattform

Welche Infos sollen gebündelt werden?

- Infos zu Verhältnissen
- Transport zum Ausgangspunkt
- Infrastruktur
- Ist die Tour realistisch oder nicht? Alternative Routen → KI-Lösungen
- Community analog Gipfelbuch
- Layer (Wildruhezonen, Lawinen, Schiessgebiete, usw.)
- → Telefon-Dienst (Marketing-Kampagne)

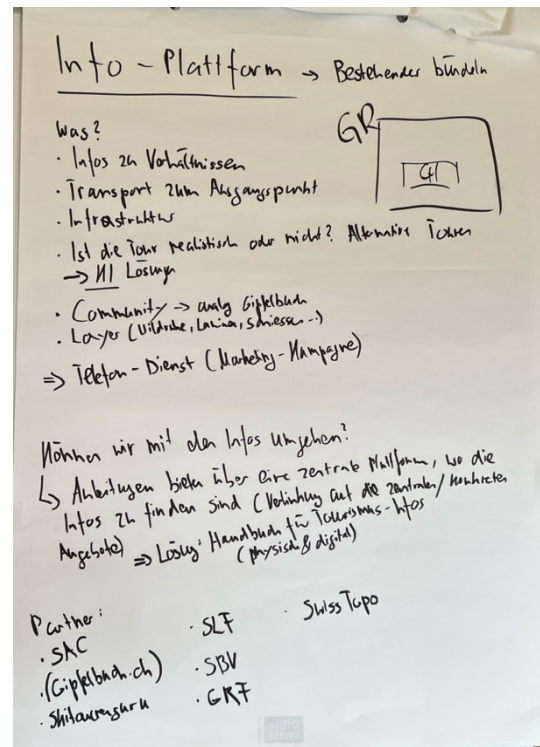
Können wir mit den Infos umgehen?

- Anleitung bieten über eine zentrale Plattform, wo die Infos zu finden sind (Verlinkung auf die konkreten Angebote)
- Lösung: Handbuch erarbeiten (physisch und digital)

Wichtige Partner:

- SAC
- Skitouren guru
- Gipfelbuch.ch
- SLF
- SBV
- GRF
- Swiss Topo

Die Gruppe 2 beschäftigte sich mit der Idee einer zentralen Informations- und Orientierungsplattform für das Skitourengehen in Graubünden. Ziel wäre es, bestehende Informationen zu Verhältnissen, Infrastruktur, Mobilität oder Lawinensituation einfacher zugänglich und verständlicher zu bündeln. Diskutiert wurden zudem mögliche KI-gestützte Lösungen zur Einschätzung von Tourenmöglichkeiten oder Alternativrouten sowie Community-Ansätze analog zu bestehenden Plattformen wie Gipfelbuch.ch. Gleichzeitig wurde betont, dass nicht nur Informationen bereitgestellt, sondern die Nutzer*innen auch befähigt werden sollen, diese richtig einzuordnen und anzuwenden (beispielsweise durch ein digitales oder physisches Handbuch).



3.3 Ergebnisse Gruppe 3 – Fairtrail für Skitouren

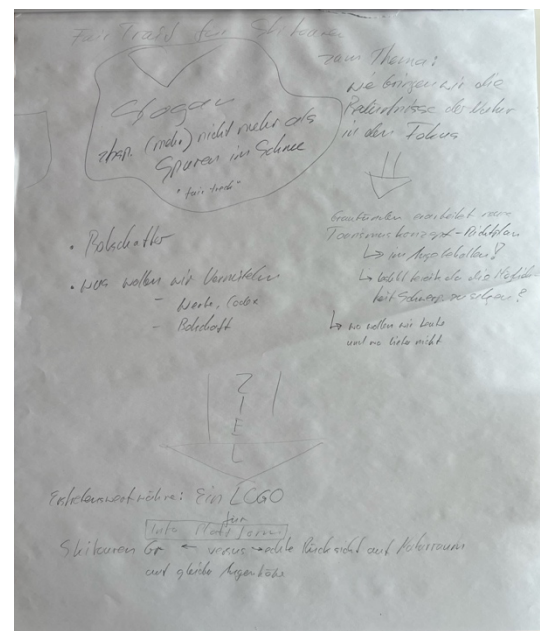
Slogan: ~~Mehr~~ Nicht mehr als Spuren im Schnee

- Botschafter
- Was wollen wir vermitteln
- Werte, Kodex
- Botschaft

Zum Thema: Wie bringen wir die Bedürfnisse der Natur in den Fokus → Graubünden erarbeitet ein neues Tourismuskonzept/-richtplan:

- im Auge behalten
- Besteht bereits da die Möglichkeit Schwerpunkte zu setzen?
- Wo wollen wir Leute und wo nicht?

Ziel: Erstrebenswert wäre ein Logo für die Infoplattform



Skitouren GR vs. echte Rücksicht auf Naturraum (auf gleicher Augenhöhe)

Die Gruppe 3 beschäftigte sich mit der Idee einer kantonalen Sensibilisierungskampagne analog zu «Fairtrail». Im Zentrum stand die Frage, wie Rücksichtnahme und Naturverträglichkeit im Skitourensport positiv und auf Augenhöhe vermittelt werden können. Diskutiert wurden mögliche Botschaften, Werte und Verhaltensweisen sowie der Einsatz von Botschafter*innen und einer klaren visuellen Identität. Als möglicher Slogan wurde «Nicht mehr als Spuren im Schnee» formuliert. Gleichzeitig wurde thematisiert, wie die Bedürfnisse der Natur künftig stärker in touristische und räumliche Entwicklungsprozesse integriert werden können, insbesondere im Zusammenhang mit neuen Tourismuskonzepten oder Richtplanungen. Ziel wäre eine gemeinsame Identität und Kommunikation, welche Skitouren und Naturschutz nicht als Gegensätze, sondern als zusammenhängende Themen versteht.