

## Neue Strategie für die Tourismusdestination Engadin St. Moritz

**St. Moritz, 14. Dezember 2017– Der Verwaltungsrat der Engadin St. Moritz Tourismus AG hat die neue Strategie der Tourismusorganisation verabschiedet. Ab dem 1. Januar 2018 werden die beiden Marken Engadin und St. Moritz separat positioniert und vermarktet: das Engadin mit dem Wert „Sehnsucht“, St. Moritz mit dem Wert „extravagant“. In den nächsten Monaten wird der Verwaltungsrat die Strategie finalisieren und verankern, dabei wird er mit den Partnern entsprechende Produkte und Massnahmen entwickeln. Die von Einheimischen und Gästen eingereichten Ideen zur touristischen Zukunft des Oberengadins werden weiterverfolgt.**

Unter Einbezug von Partnern, Einheimischen und Gästen hat der neue Verwaltungsrat der Tourismusorganisation in den letzten Monaten einen Strategieprozess lanciert. Die bisherige Strategie aus dem Jahr 2006 und die gemachten Erfahrungen wurden überprüft. In den letzten zehn Jahren hat der Tourismus wichtige Entwicklungen erlebt, wie zum Beispiel die Veränderung von Reisemotiven, die Digitalisierung mit neuen Buchungs- und Entscheidungsmöglichkeiten, die Frankenschocks 2011 und 2015 oder die Zweitwohnungsinitiative. Diese haben die Ausgangslage bedeutend verändert.

### Zwei Marken auf Augenhöhe

Der Verwaltungsrat ist zum Schluss gekommen, dass in Zukunft die Marken Engadin und St. Moritz separat positioniert und von dafür zuständigen Teams getrennt vermarktet werden, da die Reisemotive für das Engadin und für St. Moritz unterschiedlich sind. Die gewählten Werte „Sehnsucht“ für das Engadin und „extravagant“ für St. Moritz erlauben eine scharfe Positionierung der einzelnen Marken. Die Unternehmensmarke Engadin St. Moritz bleibt bestehen und verantwortet die beiden Marken.

Bis Ende Februar 2018 wird der Verwaltungsrat die Strategie finalisieren und verankern: dazu gehören die Bestimmung der Geschäftsfelder, der bearbeiteten Märkte und des Erscheinungsbilds. Zusammen mit den Partnern wird die Strategie ab dem Frühling 2018 heruntergebrochen, um entsprechende Produkte und Massnahmen (weiter) zu entwickeln.

### Rege Beteiligung von Partnern, Einheimischen und Gästen

Die Tourismusorganisation hat mit dem für den Strategieprozess gewählten „Open Innovation“-Ansatz eine gute Resonanz erfahren: Über 750 Personen haben sich an Workshops und auf einer eigens eingerichteten Internetplattform am Strategieprozess beteiligt. 255 Partner haben an Workshops zu Themen wie Hotellerie, Gesundheit, Sport, Kultur, öffentlicher Verkehr, usw. teilgenommen und die bisherige Strategie unter die Lupe genommen. Knapp 500 Personen haben sich auf der Internetplattform [www.strategie.engadin.ch](http://www.strategie.engadin.ch) registriert und über 250 Wünsche, Vorstellungen und Bedürfnisse zur touristischen Zukunft des Oberengadins eingereicht und diskutiert. Die Ideen werden in den nächsten Wochen bearbeitet und beantwortet; die Tourismusorganisation wird sie wo nötig an die zuständigen Stellen mit entsprechenden Empfehlungen weitergeben. Die Internet-Plattform wird auch in Zukunft als Ideengenerator betrieben.

Marcus Gschwend, Präsident der Engadin St. Moritz Tourismus AG betont, dass der Verwaltungsrat einen genauen Plan hat, wie die nächsten Schritte angegangen werden: „Die Erfah-

ung zeigt nämlich, dass strategische Prozesse nicht an der Konzeption, sondern an ihrer Umsetzung scheitern können“.

Die Tourismusorganisation Engadin St. Moritz ist seit 2007 für die Vermarktung der Destination verantwortlich. Sie entstand aus dem Zusammenschluss der Tourismusorganisationen der 11 Oberengadiner Kreisgemeinden. Die politischen Kreise im Kanton Graubünden und somit die Trägerschaft der Tourismusorganisation werden per Ende 2017 aufgelöst. Aus diesem Grund ist mit der Zustimmung sämtlicher Gemeinden die Engadin St. Moritz Tourismus AG gegründet worden, die ab dem 1. Januar 2018 die bisherigen Aufgaben der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz übernimmt.

**Beilage:** Bild des Verwaltungsrates

Obere Reihe von links: Ramun Ratti, Claudio Dietrich, Thomas Walther, Andri Laager

Untere Reihe von links: Gerhard Walter (CEO), Bettina Plattner, Silvia Degiacomi, Marcus Gschwend (Präsident)

**Medienkontakt für weitere Informationen**

Engadin St. Moritz

Roberto Rivola, Leiter Unternehmenskommunikation

Via San Gian 30

CH - 7500 St. Moritz

T +41 81 830 08 21

F +41 81 830 08 18

[roberto.rivola@estm.ch](mailto:roberto.rivola@estm.ch)

[www.engadin.stmoritz.ch](http://www.engadin.stmoritz.ch)