

Die Wertschöpfung des Tourismus im Kanton Graubünden

---

# Auswertung der Zusatzfragen für Engadin St. Moritz Tourismus AG



EBP  in Zusammenarbeit mit



Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden  
Uffizi per economia e [turissem](#) dal [Grischun](#)  
Ufficio dell'economia e del turismo dei Grigioni

Januar 2024

## Inhalte der Zusatzauswertung

---

- Methodische Beschreibung, Datenbasis
- Ergebnisse der Zusatzfragen
- Themenbereiche für weitere Zusatzfragen und Kontakt EBP

*Die Ergebnisse der Hauptstudie «Wertschöpfung des Tourismus im Jahr 2022/23» sind hier verfügbar:*

<https://www.wertschoepfung-tourismus-graubuenden.ch/>

# Methodische Beschreibung Datenbasis



## Definition Oberengadin / St. Moritz

---

### **Betrachtete Regionen:**

- St. Moritz
- Oberengadin: Maloja bis S-chanf (ohne St. Moritz)

## Gästabefragung zweistufig (vor Ort und Follow-Up Online)

Region	Befragte	Gäste	Online Rücklauf
<b>Reg 1: Surselva</b>	<b>3037</b>	<b>2563</b>	<b>765</b>
Disentis Sedrun	417	358	163
Flims/Laax	1354	1154	287
Surselva	1266	1051	315
<b>Reg 2: Bündner Rheintal</b>	<b>2788</b>	<b>1945</b>	<b>293</b>
Chur	1103	644	120
Bündner Herrschaft	1667	1288	172
<b>Reg 3: Arosa / Lenzerheide</b>	<b>3310</b>	<b>3030</b>	<b>790</b>
Arosa	608	544	142
Lenzerheide	2702	2486	648
<b>Reg 4: Albula / Viamala / Moesa</b>	<b>3452</b>	<b>3255</b>	<b>718</b>
Albula / Surses	858	814	240
San Bernardino, Mesolcina / Calanca	1140	1076	308
Viamala	1430	1343	169
<b>Reg 5: Davos / Prättigau</b>	<b>2914</b>	<b>2360</b>	<b>586</b>
Davos Klosters	2694	2237	548
Prättigau	220	123	38
<b>Reg 6: Engadin / Südtäler</b>	<b>5253</b>	<b>4514</b>	<b>1198</b>
Engadin St. Moritz	3386	3041	886
Scuol Samnaun Val Müstair	1213	875	183
Valposchiavo	386	337	62
<b>Gesamt</b>	<b>20754</b>	<b>17667</b>	<b>4350</b>

- Durchführung Juni 2022 bis März 2023
- Vor Ort rund 150 Befragungsstandort inkl. Events.
- Rund 40 geschulte Befragende im Sommer, rund 25 geschulte Befragende im Winter
- Fallzahlen sehr gross für Ebene 6 Regionen. Hinreichend gross für Ebene 18 Regionen
- Anteile Schweizer Gäste und internationale Gäste:
  - Oberengadin CH: 75% / Ausland 25%
  - St. Moritz CH: 77% / Ausland 23%
  - Kanton GR CH: 84% / Ausland 16%

# Befragung von Eigentümer/-innen von Zweitwohnungen

Region	FeWo-Besitzende
<b>Reg 1: Surselva</b>	<b>3055</b>
Disentis Sedrun	381
Flims/Laax	1551
Surselva	1123
<b>Reg 2: Bündner Rheintal</b>	<b>14</b>
Chur	11
Bündner Herrschaft	3
<b>Reg 3: Arosa / Lenzerheide</b>	<b>800</b>
Arosa	48
Lenzerheide	752
<b>Reg 4: Albula / Viamala / Moesa</b>	<b>891</b>
Albula / Surses	202
San Bernardino, Mesolcina / Calanca	111
Viamala	578
<b>Reg 5: Davos / Prättigau</b>	<b>1615</b>
Davos Klosters	1266
Prättigau	349
<b>Reg 6: Engadin / Südtäler</b>	<b>1996</b>
Engadin St. Moritz	1819
Scuol Samnaun Val Müstair	163
Valposchiavo	14
<b>Gesamt</b>	<b>8371</b>

- Durchführung April 2022 bis April 2023
- Sämtliche Gemeinden mit relevanter Anzahl Zweitwohnungen wurden einbezogen
- Zugang/Information unterschiedlich (Briefe, E-Mails, Newsletter, Websites)
- Fallzahlen sehr gross für Ebene 6  
Regionen. Hinreichend gross für Ebene 18  
Regionen

## Unternehmensbefragung bei 7 Branchen

	Region 1 Surselva	Region 2 Bündner Rheintal	Region 3 Arosa / Lenzerheide	Region 4 Albula / Viamala / Moesa	Region 5 Davos / Prättigau	Region 6 Engadin / Südtäler	Gesamt Graubünden
<b>Beherbergung</b>	23	11	14	15	17	48	<b>128</b>
<b>Restauration</b>	15	9	8	7	12	17	<b>80</b>
<b>Handel</b>	31	43	17	19	33	48	<b>191</b>
<b>Bau</b>	74	63	23	64	70	88	<b>382</b>
<b>Dienstleister</b>	36	28	11	27	32	35	<b>169</b>
<b>Kultur, Sport und Unterhaltung</b>	19	43	13	18	31	46	<b>170</b>
<b>Bergbahnen</b>							<b>30</b>
<b>Gesamt</b>	<b>198</b>	<b>197</b>	<b>86</b>	<b>150</b>	<b>195</b>	<b>282</b>	<b>1'150</b>

- Durchführung Januar bis April 2023
- Fallzahlen hinreichend gross für Ebenen 6 und 18 Regionen



# Engadin Event-Portfolio

## Was sagt der Event-Faktor aus?

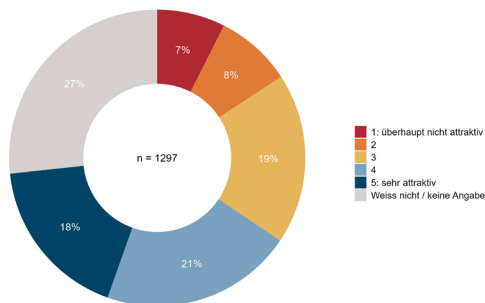
---

- Nachfolgend wird für verschiedene Events der Event-Faktor dargestellt.
- Der Event-Faktor zeigt auf, wie wichtig das entsprechende Event war bei der Entscheidung, in das Engadin zu reisen.
- Je höher der Event-Faktor, desto eher hat das Event die Entscheidung beeinflusst, ins Engadin zu reisen (Skala von 1 bis 5).
- Die Events mit hohen Event-Faktoren bringen vor allem zusätzliche Gäste ins Engadin. Sie erhöhen die Gästefrequenzen, tragen zur Auslastung in der Eventperiode bei und erhöhen die touristische Wertschöpfung der Destination. → z.B. Ski World Cup, Bob und Skeleton Weltcup, Engadin Skimarathon
- Erfolgreiche und beliebte Events mit geringen Event-Faktoren spielen ebenfalls eine wichtige Rolle. Diese machen die Destination für die Stammgäste attraktiv und erhöhen ebenfalls die touristische Wertschöpfung. Ausserdem tragen auch sie zur Standortattraktivität für Einheimische bei. → z.B. Snow Polo World Cup, Festival da Jazz St. Moritz

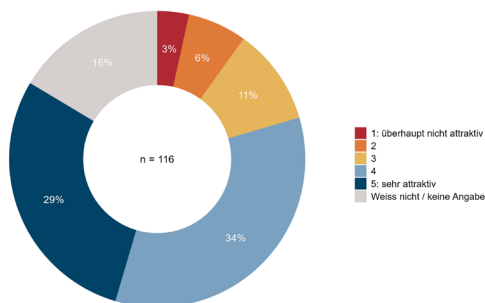
# Event-Portfolio: Gäste

Gäste

Attraktivität Event-Portfolio Region Engadin St. Moritz  
Nicht an Event befragte Personen



Attraktivität Event-Portfolio Region Engadin St. Moritz  
An Event befragte Personen



Wichtigkeit des Events für Entscheidung ins Engadin zu reisen (Event-Faktor)  
Personen, welche den Event besucht haben (n = 571)

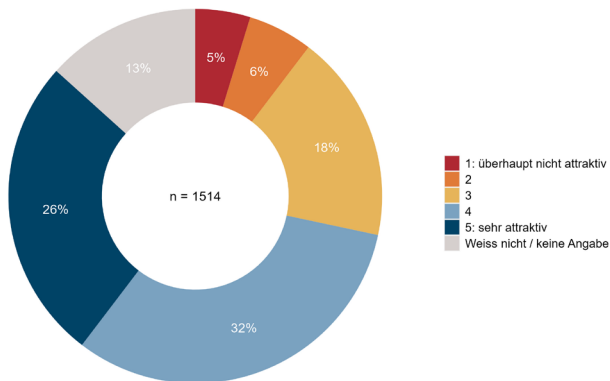
	1 - überhaupt nicht wichtig	2	3	4	5 - sehr wichtig	Event-Faktor (Mittelwert)	n
Celerina / St. Moritz - Audi FIS Ski World Cup	9%	3%	2%	12%	74%	<b>4.3</b>	66
Celerina / St. Moritz - Bob: BMW IBSF Weltcup Bob und Skeleton	8%	13%	0%	15%	64%	<b>4.1</b>	72
St. Moritz - Snow Polo World Cup St. Moritz	65%	10%	0%	1%	23%	<b>2.1</b>	69
St. Moritz - White Turf	50%	0%	0%	0%	50%	<b>3.0</b>	8
Zuoz - Concours hippique Zuoz	6%	19%	0%	6%	69%	<b>4.1</b>	16
Engadinwind	36%	10%	0%	0%	55%	<b>3.3</b>	42
Festival da Jazz St. Moritz - Kulmpark	35%	23%	6%	5%	31%	<b>2.5</b>	65
Festival da Jazz: Laret-Markt Pontresina	87%	0%	0%	0%	13%	<b>1.5</b>	23
Bregaglia - Festival della Castagna 2022	0%	19%	0%	24%	57%	<b>4.2</b>	21
Scuol - FIS Snowboard World Cup	0%	17%	0%	28%	55%	<b>4.2</b>	29
Tavolata St. Moritz	67%	14%	0%	3%	17%	<b>1.9</b>	36
Zernez - Nationalpark Bike Marathon	25%	0%	13%	0%	63%	<b>3.4</b>	8
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>33%</b>	<b>11%</b>	<b>3%</b>	<b>9%</b>	<b>60%</b>	<b>3.9</b>	<b>571</b>
<i>Engadin Skimarathon*</i>	7%	3%	8%	14%	68%	<b>4.3</b>	4'986

\* Ergebnis aus Wertschöpfungsstudie von EBP/Rütter Soceco zum Engadin Skimarathon aus dem Jahr 2017

# Event-Portfolio: Zweitwohnungsbesitzer

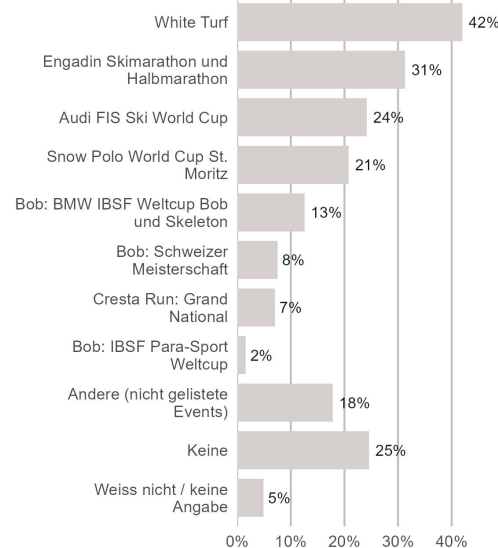
Zweitwohnungsbesitzer

Attraktivität Event-Portfolio Region Engadin St. Moritz  
Zweitwohnungsbesitzer/innen



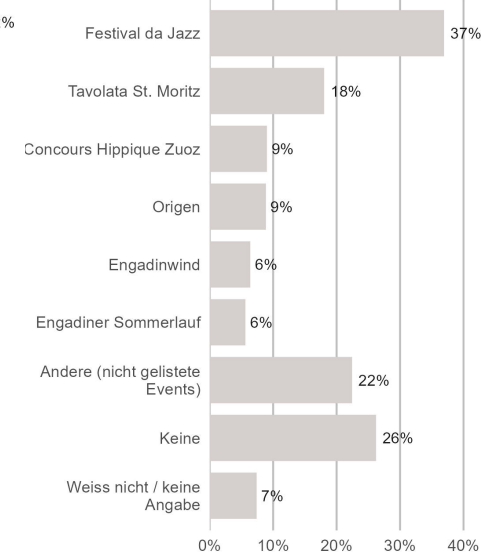
Besuchte Winter-Events

Mehrfachnennung, n = 1448



Besuchte Sommer-Events

Mehrfachnennung, n = 1297



# Oberengadin

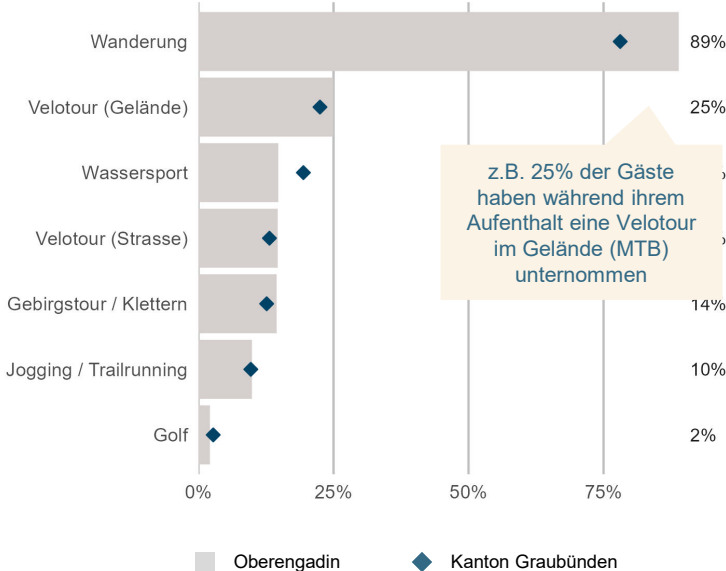
Hier entsprechen die Anteile, den Anteilen an allen genannten Gründen, weshalb Gäste die Aktivität unternommen haben

**Fragestellung:** Für jede der Aktivitäten haben Befragte angegeben, ob sie die Aktivität während ihres Aufenthalts unternommen haben (linke Grafik). Wenn ja, haben sie zudem angegeben, ob sie die Aktivität spontan und/oder geplant unternommen haben und/oder ob die Aktivität ein Reisegrund war (rechte Grafik). Ein Gast kann somit bei einer Aktivität z.B. sowohl angeben, dass diese spontan als auch geplant durchgeführt wurde (z.B. wenn er sowohl im voraus Wanderungen geplant hat, aber auch weitere Wanderungen vor Ort spontan unternommen hat).

# Sportaktivitäten im Sommer

## Sommersport (inkl. Events)

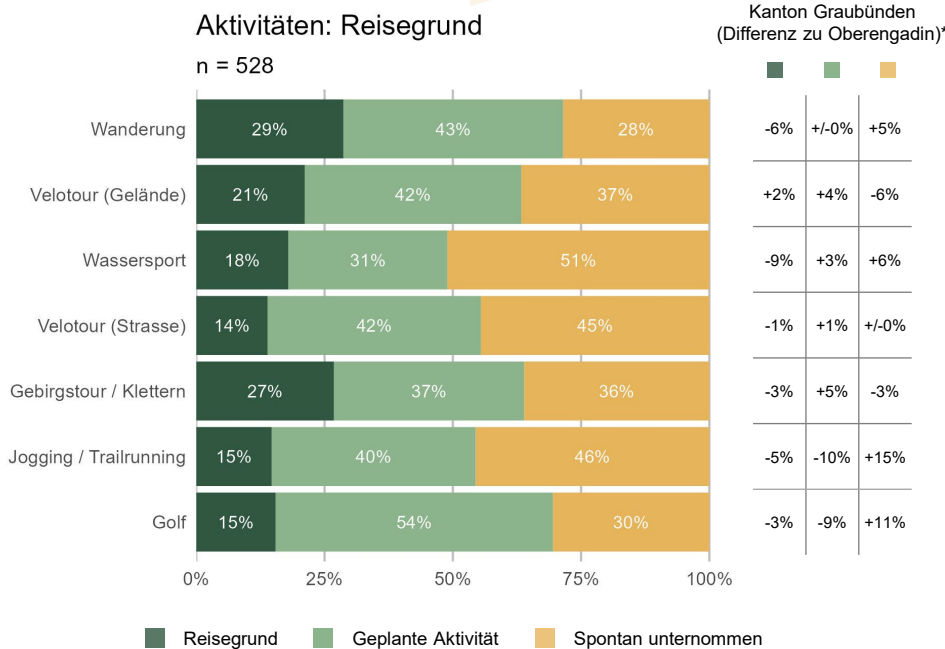
Mehrfachnennung, n = 528



z.B. 25% der Gäste haben während ihrem Aufenthalt eine Velotour im Gelände (MTB) unternommen

## Aktivitäten: Reisegrund

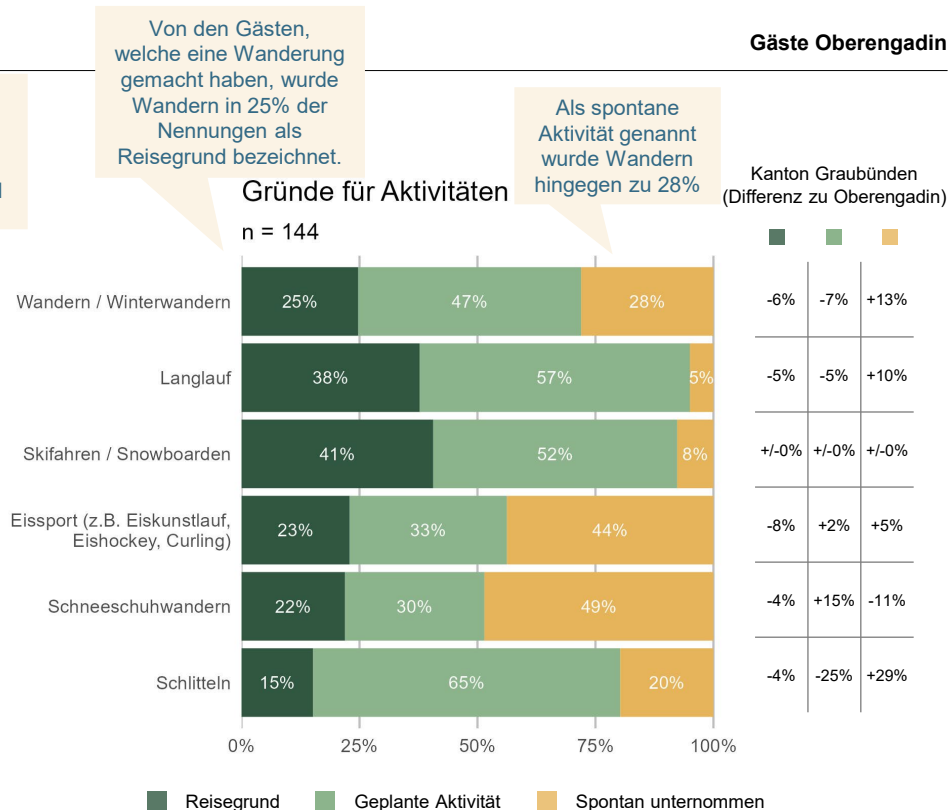
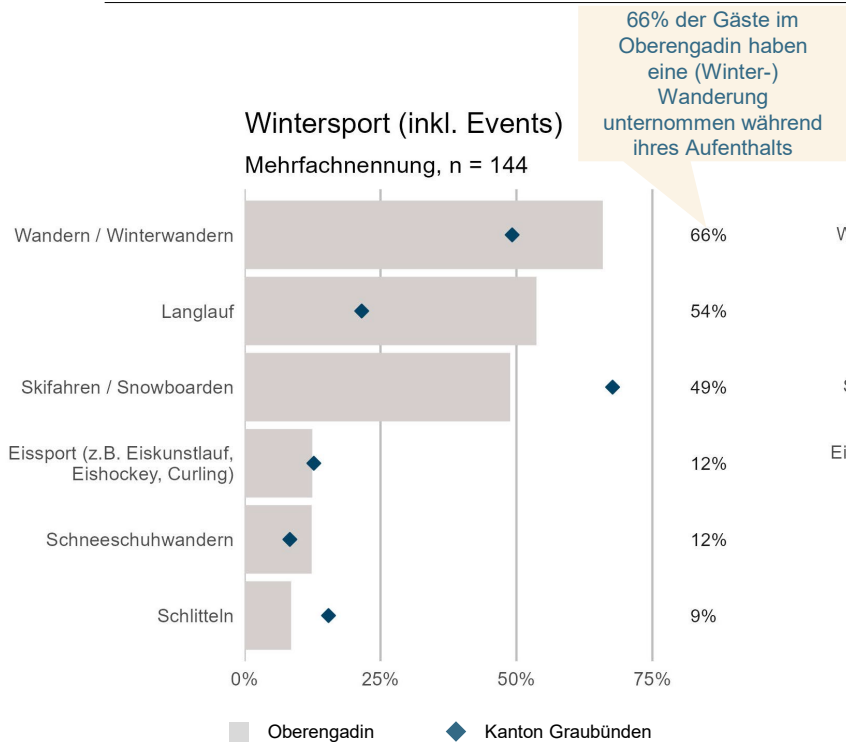
n = 528



\*Lesebeispiel: Im Kanton Graubünden ist der Anteil der Nennungen der Aktivität «Wassersport» als Reisegrund 9 Prozentpunkte tiefer als im Oberengadin.

Anmerkung: Anteile beziehen sich auf Gesamtanzahl Nennungen pro Aktivität, wobei einzelne Personen z.T. unterschiedliche Gründe genannt haben (z.B. sowohl Reisegrund als auch spontan unternommen).

# Sportaktivitäten im Winter



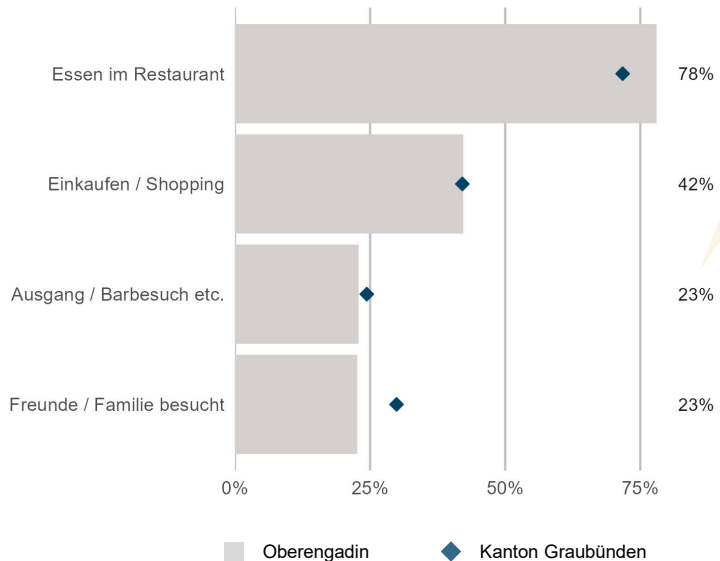
Anmerkung: Anteile beziehen sich auf Gesamtanzahl Nennungen pro Aktivität, wobei einzelne Personen z.T. unterschiedliche Gründe genannt haben (z.B. sowohl Reisegrund als auch spontan unternommen).

# Aktivitäten: Gastronomie / Ausgang / Sozialkontakte

Gäste Oberengadin

## Gastronomie / Ausgang / Sozialkontakte

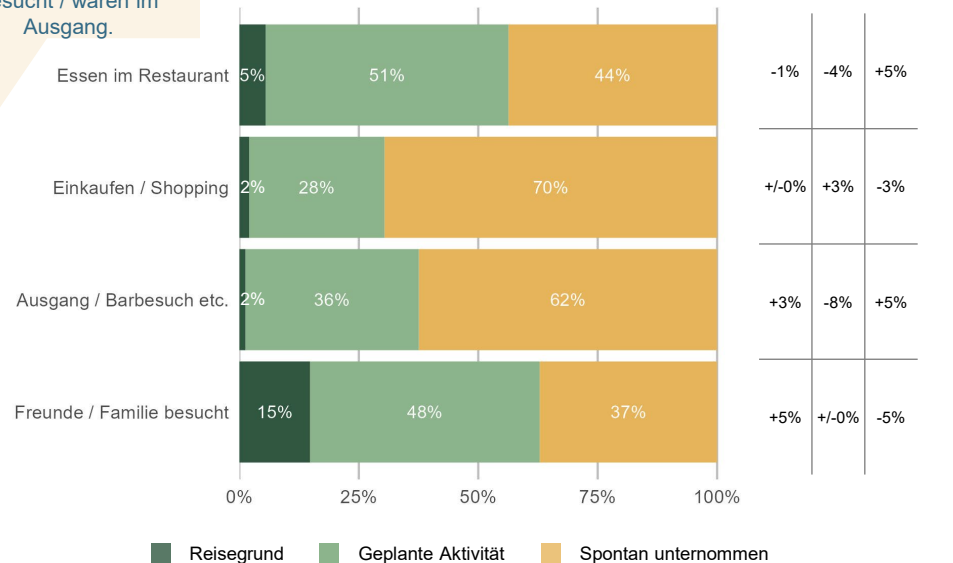
Mehrfachnennung, n = 672



23% der Oberengadiner Gäste haben während ihres Aufenthalts eine Bar besucht / waren im Ausgang.

## Gründe für Aktivitäten

n = 672

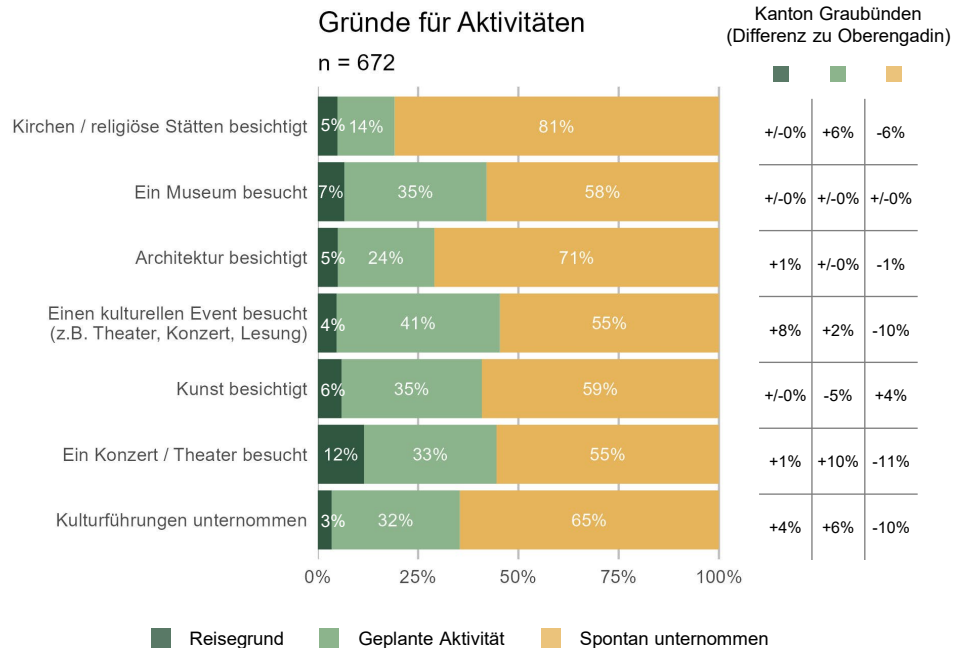
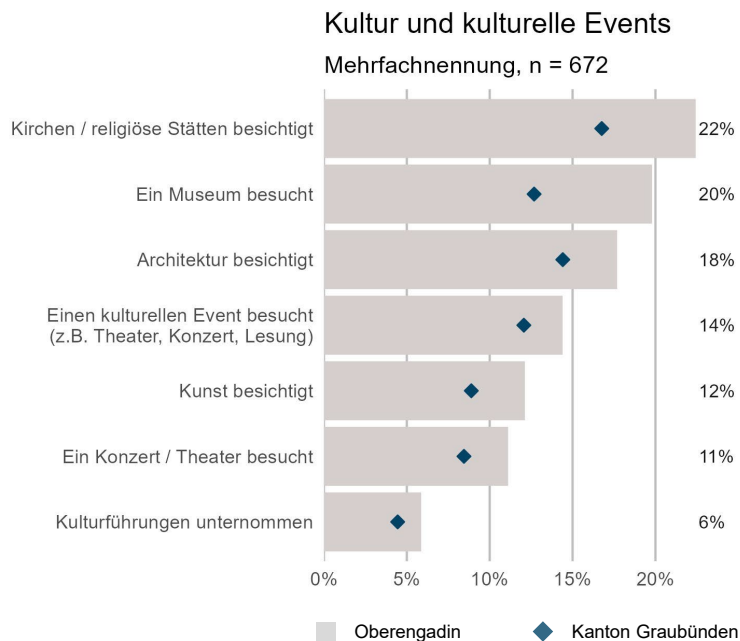


Anmerkung: Anteile beziehen sich auf Gesamtanzahl Nennungen pro Aktivität, wobei einzelne Personen z.T. unterschiedliche Gründe genannt haben (z.B. sowohl Reisegrund als auch spontan unternommen).



# Aktivitäten: Kultur / kulturelle Events

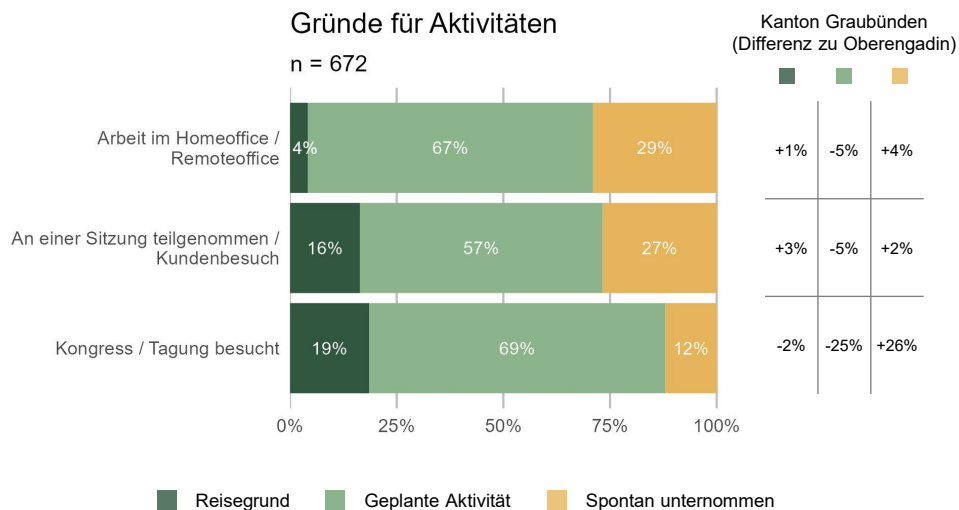
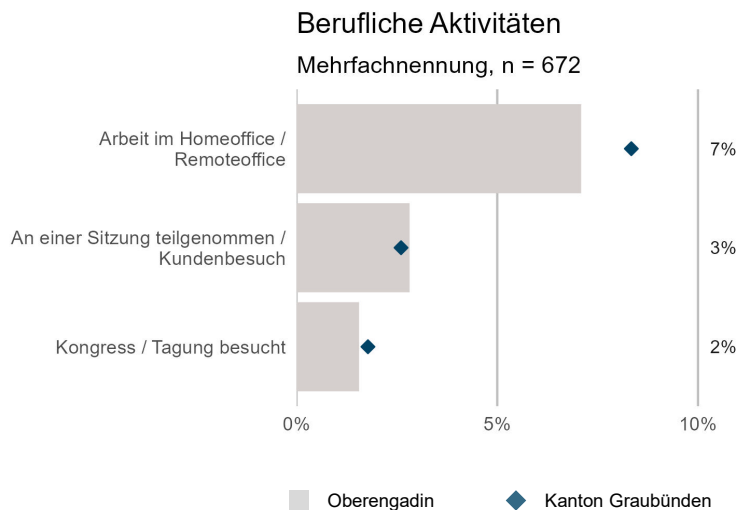
Gäste Oberengadin



Anmerkung: Anteile beziehen sich auf Gesamtanzahl Nennungen pro Aktivität, wobei einzelne Personen z.T. unterschiedliche Gründe genannt haben (z.B. sowohl Reisegrund als auch spontan unternommen).

# Berufliche Aktivitäten / Andere Reisegründe

Gäste Oberengadin



## Andere Reisegründe (n = 672):

Stammgast / Der Besuch ist Tradition: 33% (GR: 27%)

Brauchtum / Tradition: 4% (GR: 4%)

Natur geniessen: 49% (GR: 39%)

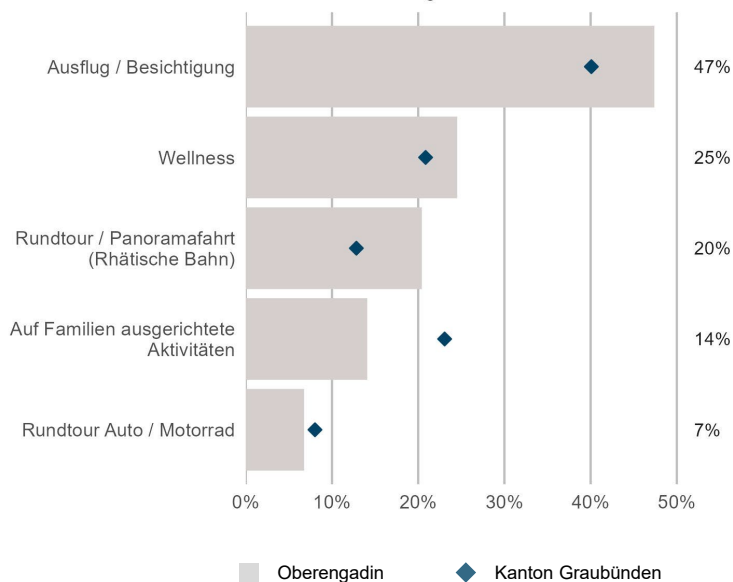
Anmerkung: Anteile beziehen sich auf Gesamtanzahl Nennungen pro Aktivität, wobei einzelne Personen z.T. unterschiedliche Gründe genannt haben (z.B. sowohl Reisegrund als auch spontan unternommen).

# Andere Aktivitäten

Gäste Oberengadin

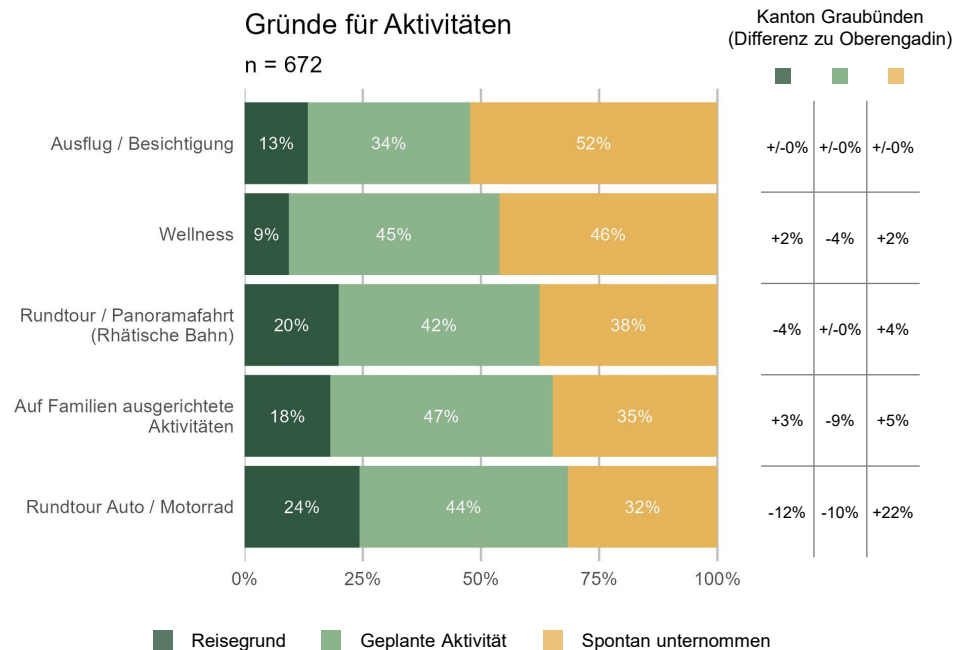
## Andere Aktivitäten

Mehrfachnennung, n = 672



## Gründe für Aktivitäten

n = 672



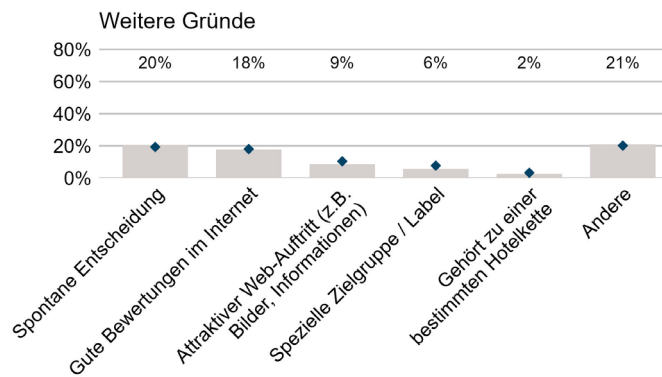
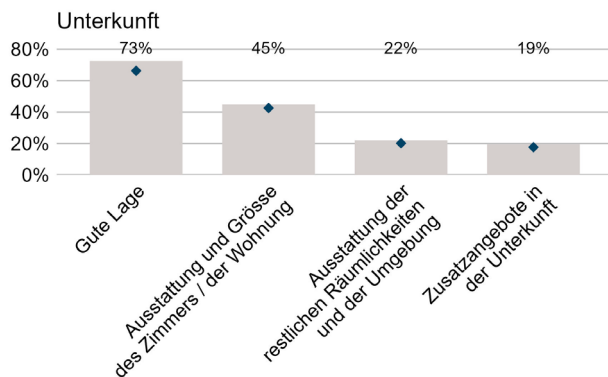
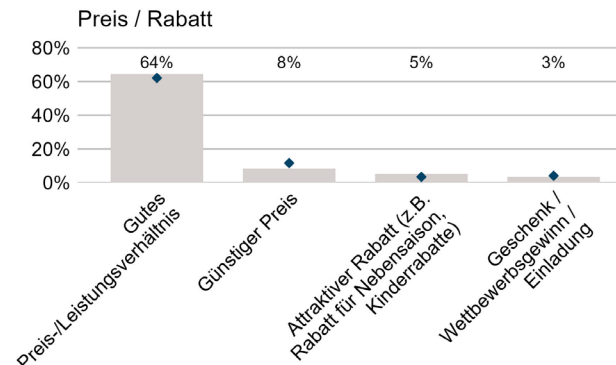
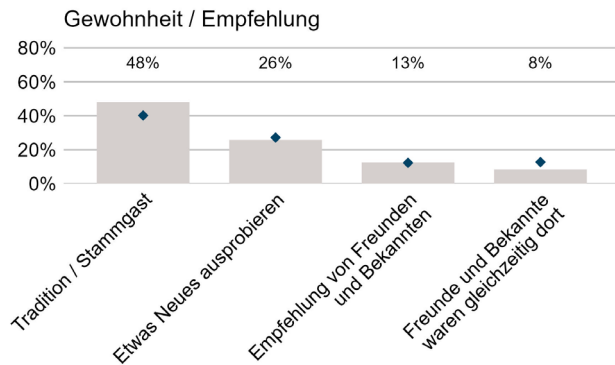
Anmerkung: Anteile beziehen sich auf Gesamtanzahl Nennungen pro Aktivität, wobei einzelne Personen z.T. unterschiedliche Gründe genannt haben (z.B. sowohl Reisegrund als auch spontan unternommen).

# Gründe für gewählte Unterkunft

Gäste Oberengadin

Mehrfachnennung,  
n = 501

■ Oberengadin  
◆ Kanton Graubünden



Die Gäste haben im Schnitt ungefähr 7% ihrer Aktivitäten bereits im Voraus gebucht.

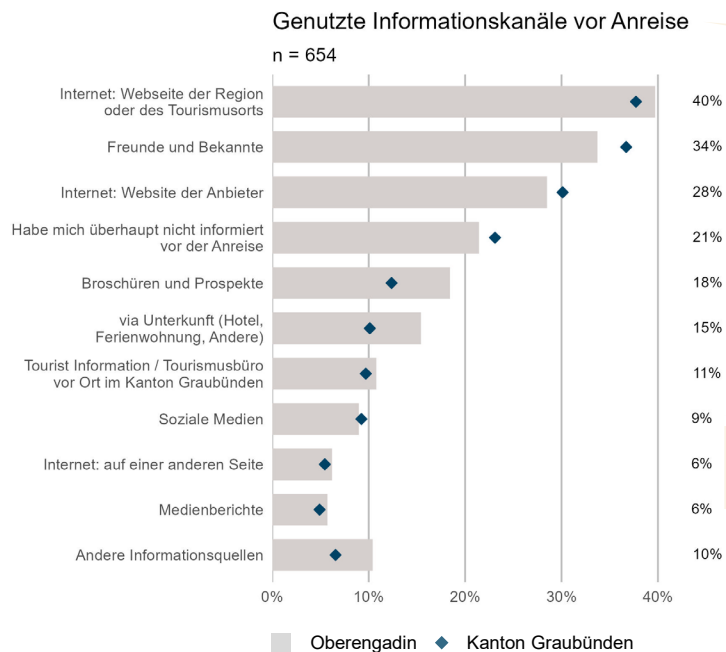
# Informationen und Buchung

Gäste Oberengadin

## Anteil im Voraus gebuchte Aktivitäten (n = 672):

Mittelwert: 7% (GR: 10%)

85% der Befragten haben keine Aktivitäten im Voraus gebucht (GR: 81%)



Frage: Wie haben sich die Gäste vor Anreise über ihre Reise informiert?

z.B. 9% aller Gäste haben sich über die sozialen Medien informiert

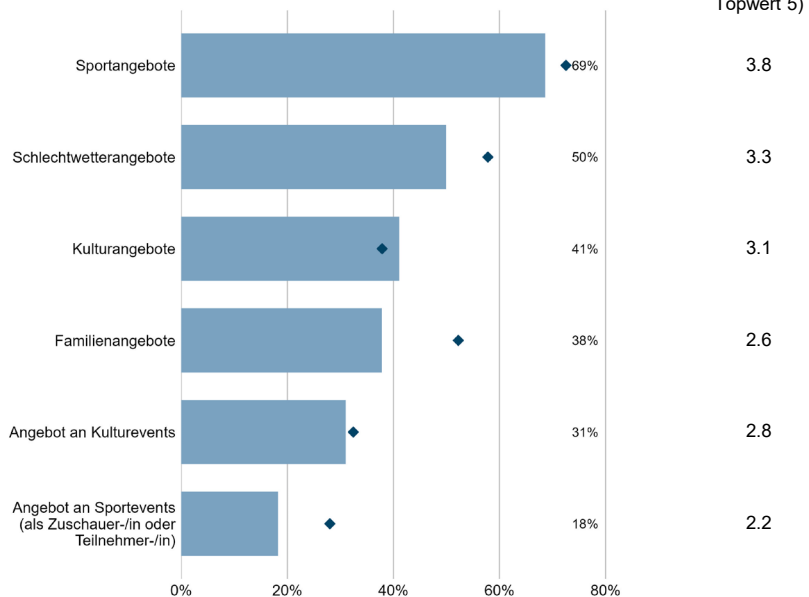
# Wichtigkeit bei Wahl von Destination und Zufriedenheit: Touristische Angebote

Gäste Oberengadin

## Wichtigkeit

■ Oberengadin ◆ Kanton Graubünden

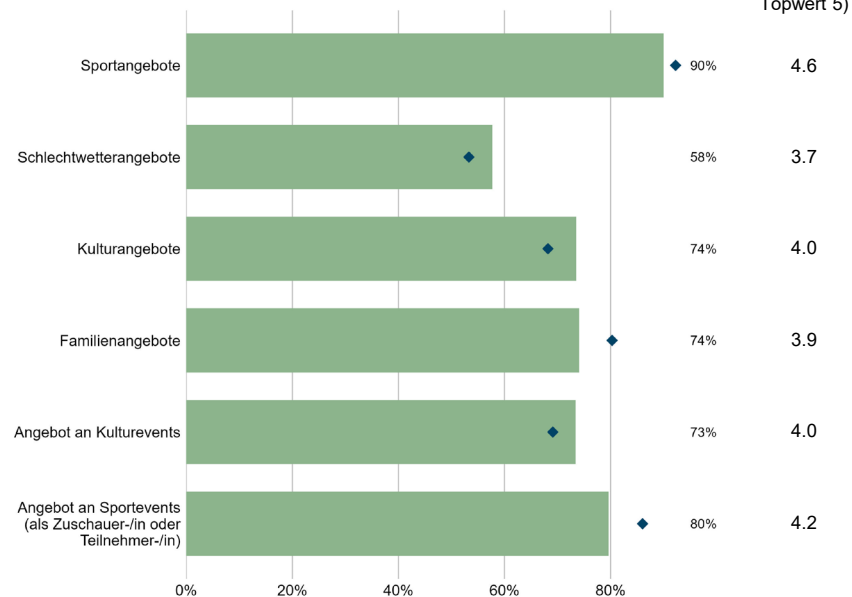
**Anteil von Antworten mit hoher Zustimmung (Werte 4 und 5)**  
Basis: Personen, welche eine Antwort gegeben haben, n = 668



## Zufriedenheit

■ Oberengadin ◆ Kanton Graubünden

**Anteil von Antworten mit hoher Zustimmung (Werte 4 und 5)**  
Basis: Personen, welche eine Antwort gegeben haben, n = 658



# Wichtigkeit bei Wahl von Destination und Zufriedenheit: Touristische Infrastruktur

Gäste Oberengadin

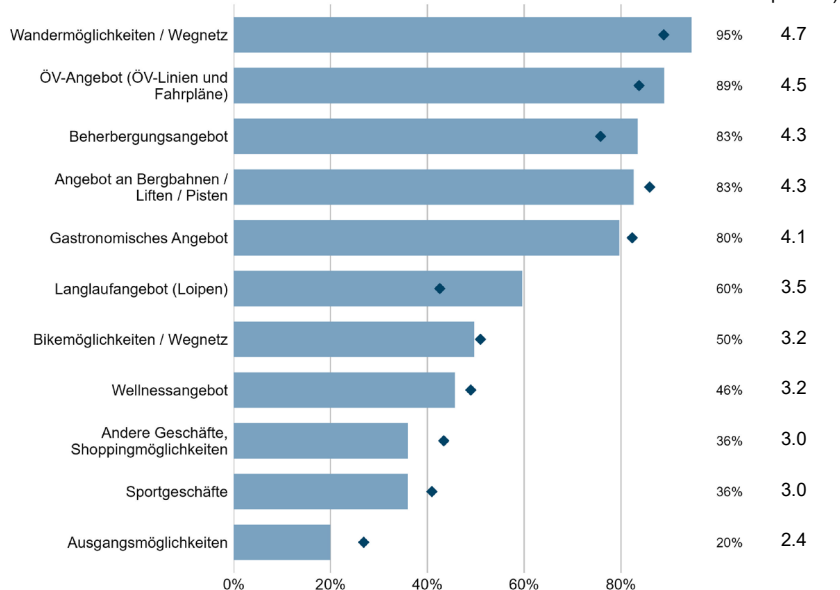
## Wichtigkeit

■ Oberengadin    ◆ Kanton Graubünden

### Anteil von Antworten mit hoher Zustimmung (Werte 4 und 5)

Basis: Personen, welche eine Antwort gegeben haben, n = 668

Mittelwerte  
(5er-Skala,  
Topwert 5)



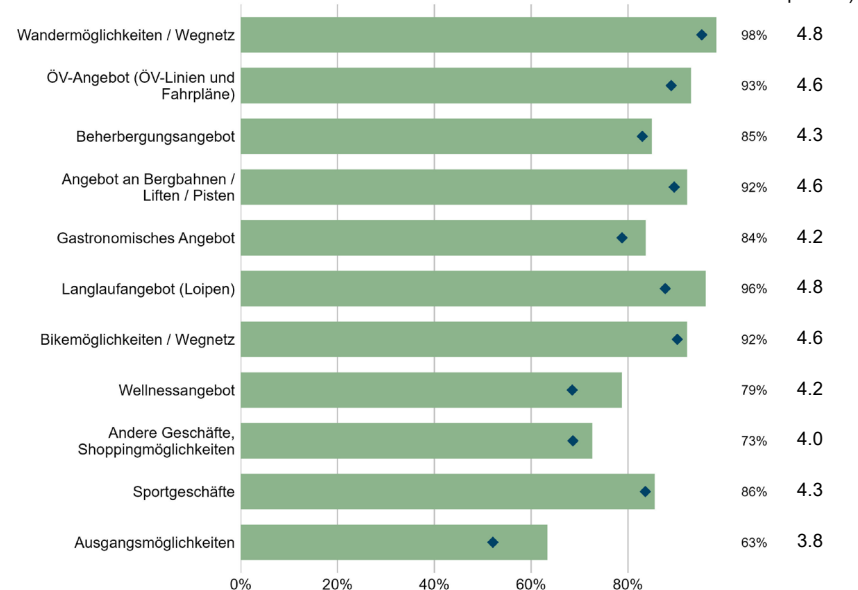
## Zufriedenheit

■ Oberengadin    ◆ Kanton Graubünden

### Anteil von Antworten mit hoher Zustimmung (Werte 4 und 5)

Basis: Personen, welche eine Antwort gegeben haben, n = 658

Mittelwerte  
(5er-Skala,  
Topwert 5)



# Wichtigkeit bei Wahl von Destination und Zufriedenheit: Allgemeines

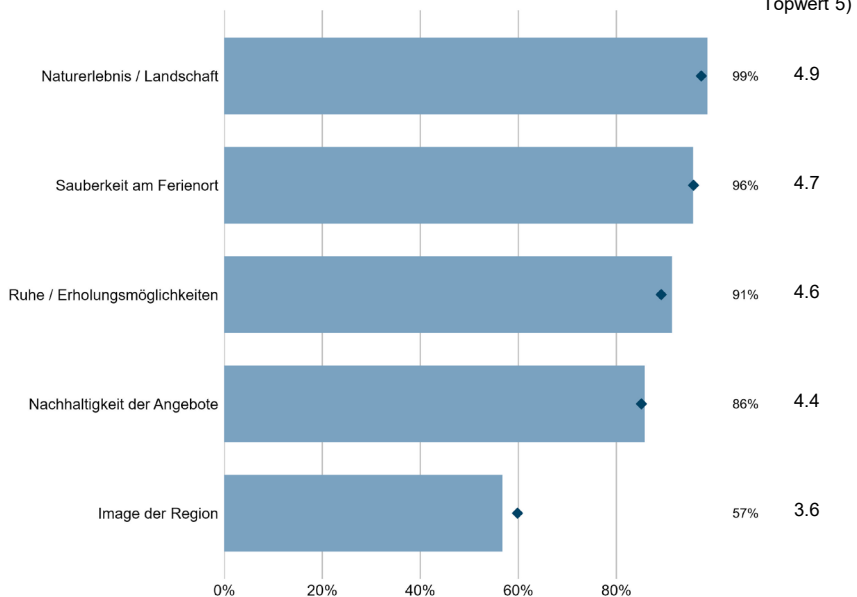
Gäste Oberengadin

## Wichtigkeit

■ Oberengadin ◆ Kanton Graubünden

**Anteil von Antworten mit hoher Zustimmung (Werte 4 und 5)**  
Basis: Personen, welche eine Antwort gegeben haben, n = 668

**Mittelwerte**  
(5er-Skala,  
Topwert 5)

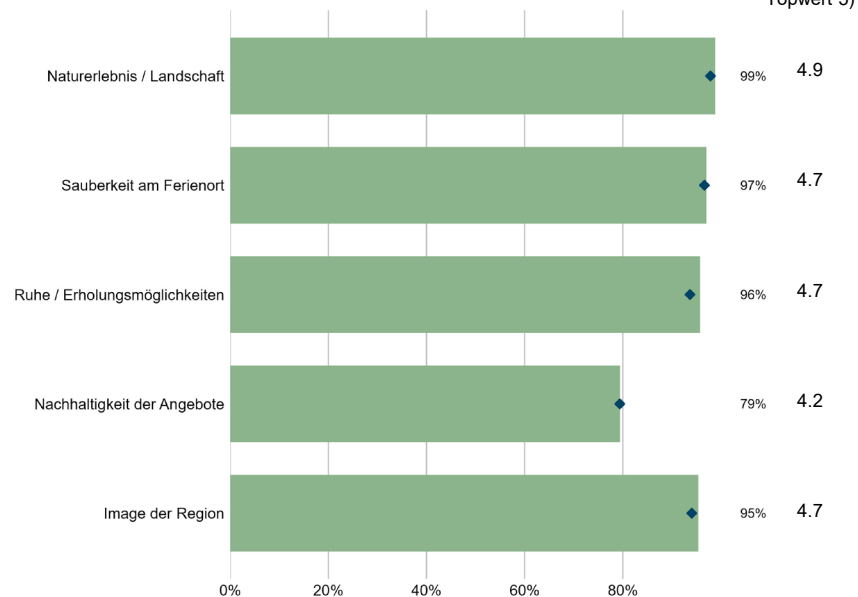


## Zufriedenheit

■ Oberengadin ◆ Kanton Graubünden

**Anteil von Antworten mit hoher Zustimmung (Werte 4 und 5)**  
Basis: Personen, welche eine Antwort gegeben haben, n = 658

**Mittelwerte**  
(5er-Skala,  
Topwert 5)



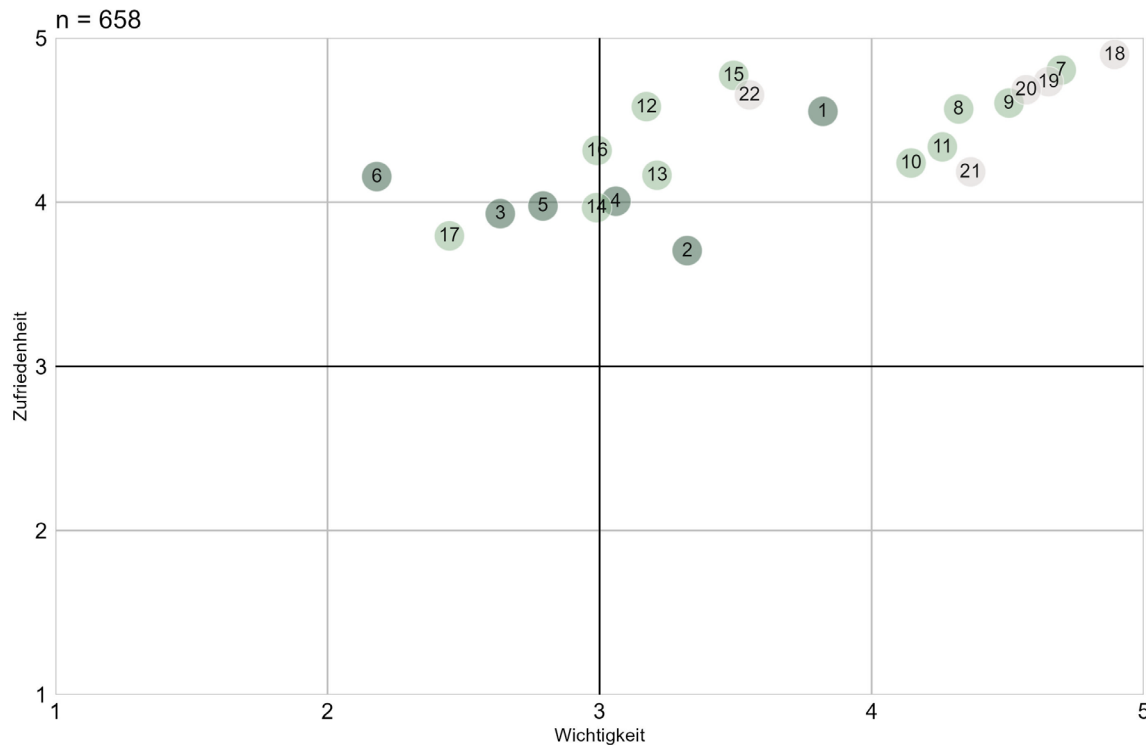
Anmerkung: ohne Personen, welche gar nicht oder mit «Weiss nicht / keine Angabe» geantwortet haben



# Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Aspekten

Gäste Oberengadin

## Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Aspekten



### ■ Touristische Angebote

- 1 Sportangebote
- 2 Schlechtwetterangebote
- 3 Familienangebote
- 4 Kulturangebote
- 5 Angebot an Kulturevents
- 6 Angebot an Sportevents (als Zuschauer/-in oder Teilnehmer/-in)

### ■ Touristische Infrastruktur

- 7 Wandermöglichkeiten / Wegnetz
- 8 Angebot an Bergbahnen / Liften / Pisten
- 9 ÖV-Angebot (ÖV-Linien und Fahrpläne)
- 10 Gastronomisches Angebot
- 11 Beherbergungsangebot
- 12 Bikemöglichkeiten / Wegnetz
- 13 Wellnessangebot
- 14 Andere Geschäfte, Shoppingmöglichkeiten
- 15 Langlaufangebot (Loipen)
- 16 Sportgeschäfte
- 17 Ausgangsmöglichkeiten

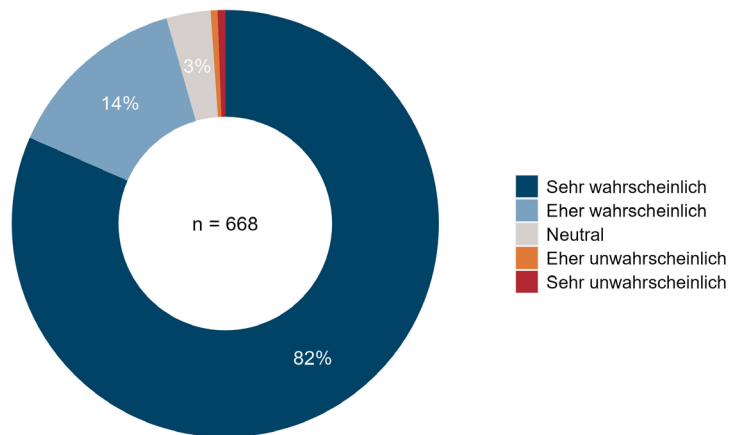
### ■ Allgemeines

- 18 Naturerlebnis / Landschaft
- 19 Sauberkeit am Ferienort
- 20 Ruhe / Erholungsmöglichkeiten
- 21 Nachhaltigkeit der Angebote
- 22 Image der Region

# Wiederbesuch und Weiterempfehlung

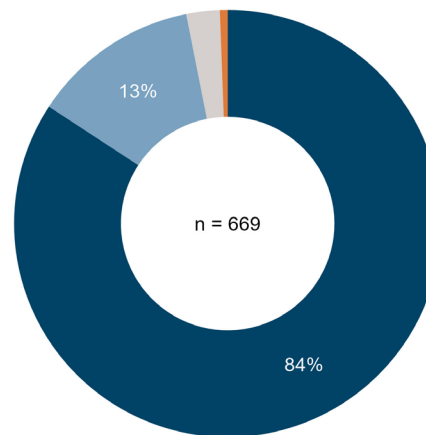
Gäste Oberengadin

Wahrscheinlichkeit für Wiederbesuch  
in nächsten 3 Jahren



Kanton Graubünden: n = 4033  
 78% 16% 4% 1% 1%

Wahrscheinlichkeit für Empfehlung  
der Region



Kanton Graubünden: n = 4033  
 75% 20% 4% 1% 0%

## Net Promoter Score\*

### Oberengadin:

Gesamt (n = 669): 81  
 Übernachtungsgäste (n = 628): 81  
 Tagesgäste (n = 41): 78

### Kanton Graubünden:

Gesamt (n = 4033): 70  
 Übernachtungsgäste (n = 3425): 72  
 Tagesgäste (n = 608): 61

\*Der Net Promoter Score ist ein Indikator für die Zufriedenheit. Er ergibt sich aus der Differenz zwischen dem Anteil Personen, welche ein Produkt oder eine Dienstleistung (hier die Region) sehr wahrscheinlich weiterempfehlen und jenen, welche es eher nicht weiterempfehlen oder sogar davon abraten.

# Kontakt

---



**Oliver Hoff**

[oliver.hoff@ebp.ch](mailto:oliver.hoff@ebp.ch)

044 395 19 71



**Beat Burri**

[beat.burri@ebp.ch](mailto:beat.burri@ebp.ch)

044 395 19 65

*Die Ergebnisse der Hauptstudie «Wertschöpfung des Tourismus im Jahr 2022/23» sind hier verfügbar:*

<https://www.wertschoepfung-tourismus-graubuenden.ch/>