



Tourismustag 2010 der Zentralschweiz

Ariane Ehrat, 28.10.2010



Facts and Figures

- Destination mit 13 Ortschaften (Maloja – Zernez)
- 160 Hotels mit rund 13'000 Betten
- 5'500 Ferienwohnungen mit rund 15'000 Betten





Facts and Figures

- Durchschnittl. Logiernächte (Hotellerie & Parahotellerie):
 - rund **1.6 Mio. im Sommer** (50% Hotel / 50% Fewo)
 - rund **1.8 Mio. im Winter** (65% Hotel / 35% Fewo)
- Touristische Wertschöpfung Oberengadin: CHF 826 Mio.
- Budget Engadin St. Moritz CHF 15.7 Mio. davon CHF 9.2 Mio. Marketingleistung



Leitbild

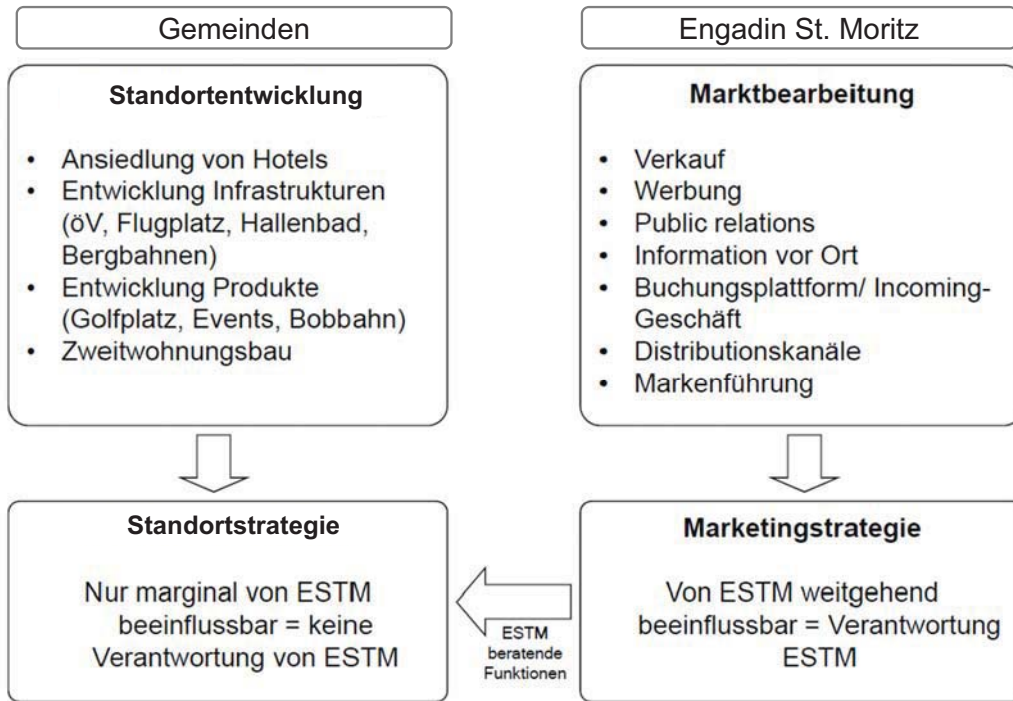
Unsere Vision

Wir machen Engadin St. Moritz zur bekanntesten und begehrtesten Feriendestination der Alpen.

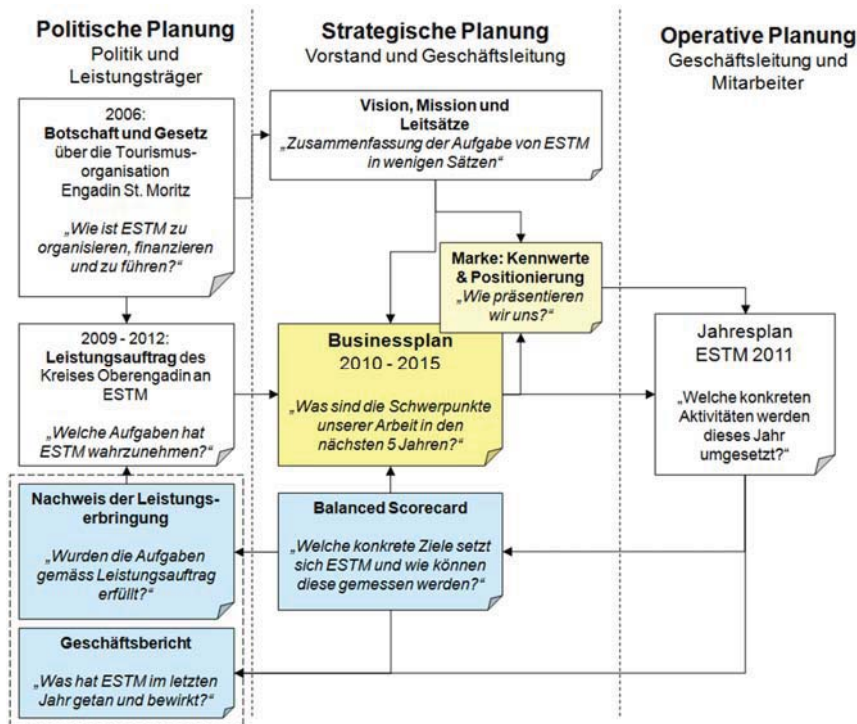




Strategie



Planungsprozess





Übergeordnete Zielsetzungen Kreisrat

Quantitative Ziele:

- Stärkung der touristischen Ertragskraft durch Erhöhung der Jahresauslastung (insbesondere während den Zwischensaisons)
- Logiernächteentwicklung im Verhältnis über Benchmarks (Best of the Alps)
- Ausschöpfen des vorhandenen touristischen Potentials, insbesondere von solchem mit einer hohen Wertschöpfung



Übergeordnete Zielsetzungen Kreisrat

Qualitative Ziele:

- Konzentration auf Bereiche Winter, Sommer, Events und MICE
- Anziehungskraft der Destination stärken
- Durchgängige Verknüpfung der touristischen Dienstleistungskette
- Schaffung von Synergien durch Bündelung von gleichen und ähnlichen Aufgaben (Economies of scale)
- Prüfen der touristischer Angebote und Bildung von Schwerpunkten
- Förderung, Entwicklung und Umsetzung von Innovationen



Rahmenbedingungen und Trends

- Preissensibilität fast aller Konsumentensegmente wird noch weiter zunehmen
- Qualitätsansprüche nehmen ebenso zu, Zuverlässigkeit und Sicherheit haben hohe Relevanz
- Gäste buchen noch kurzfristiger
- Trend zur Direktbuchung setzt sich fort



Rahmenbedingungen und Trends

- Nachfrage nach Authentizität (echt, ursprünglich, sinnvoll)
- Nachhaltiger Lebensstil (LOHAS)
- Ideenlosigkeit → Marken gewinnen an Bedeutung, sind Kundenwegweiser
- Social communities (Facebook, Twitter, etc.)
- Global wachsende Konkurrenz
- Wechselkurs Euro – CHF



Was machen wir zur Erreichung der Vision?

Aufmerksamkeit gewinnen

Begeisterung entfachen

Reisewunsch bei Kunden auslösen

Kunden generieren Buchungen

Kunden an Engadin St. Moritz binden

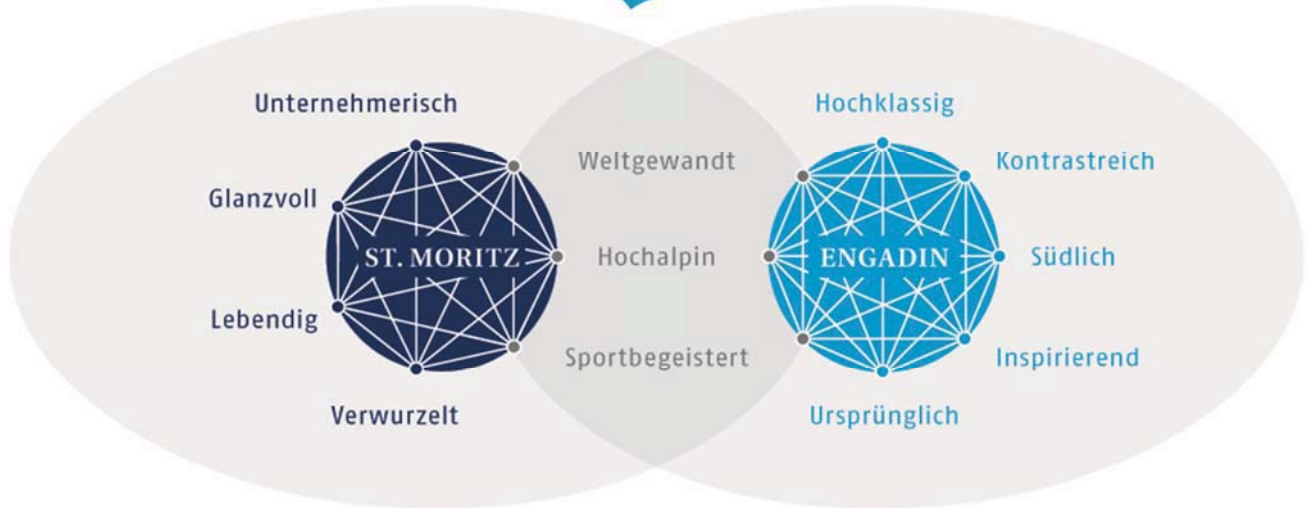


Wie machen wir es um die Vision zu erreichen?

Auf Basis welcher Werte muss die Destination Engadin St. Moritz positioniert werden, damit das Engadin und St. Moritz voneinander profitieren und die Destination ganzjährig zur begehrtesten Feriendestination der Alpen wird und die Wertschöpfung steigt?



Markenkernwerte St. Moritz und Engadin



Nr. 1 Positionierung

Die Nr.1-Positionen und Ein-Wort-Werte vom Engadin und von St. Moritz sowie das Positionierungsstatement von Engadin St. Moritz



«Mit magischem Licht im weiten Hochtal und hochklassigen, kontrastreichen Angeboten sowie der schillerndsten Alpendestination der Welt bietet Engadin St. Moritz sowohl Inspiration für Natur-, Sport- und Kulturbegiesterte als auch eine Bühne für seine glanzvollen Gäste.»



Die Markenpositionierung – Bedeutung Inspirierend

Laut Wörterbuch:

Unter Inspiration (von lat.: inspiratio = Beseelung, Einhauchen von «spiritus» = Leben, Seele, Geist) versteht man allgemeinsprachlich jene mentale Kraft, die neue Ideen hervorbringt.

Inspirierend =

Anregend, kreativ, begeisternd, stimulierend, erquickend, erfrischend, belebend, beflügelnd, vitalisierend, tief und nachhaltig ansprechend, wirkend, faszinierend, zauberhaft, erfüllend



Inspirierend ≠

Esoterisch, erleuchtend, «Von Gottes Geist eingehaucht», geistlich, intellektuell, elitär, ausgrenzend



Die Markenpositionierung – Bedeutung Schillernd

Laut Wörterbuch:

In wechselnden Farben bzw. Graden von Helligkeit glänzend

Schillernd =

Abwechslungsreich, ereignisreich, spektakulär, funkelnd, glanzvoll, reizvoll, dynamisch, grandios, strahlend, leuchtend, Aufsehen erregend, schimmernd, extravagant, einzigartig, glänzend, facettenreich, ausgefallen, lebendig, geistreich



Schillernd ≠

Blendend (Luxus an der Oberfläche), Nur 5-Sterne, Einseitigkeit, zuviel Jet Set, Kopien, zu starke Trendorientierung, unscheinbar, schlecht ausgedrückte Spitzenleistungen, angepasst, pompös, «Möchtegern-Schicki-Micki»





Marketing-Strategie




Marktbearbeitung






Anzeigen Engadin St. Moritz

DIESE BERGE. DIESE SEEN. DIESES LICHT!



SKI & SNOWBOARD SPECIAL

2 Nächte im 3 Hotel
inkl. Skipass: ab CHF 270.-*



Jetzt buchen: Das Ski & Snowboard Special ab CHF 270.- pro Person: inkl. 2 Übernachtungen im Hotel Ihrer Wahl, Frühstück, Skipass, öffentlicher Verkehr in Engadin St. Moritz sowie Ermässigung auf Ski- und Snowboardmiete und Skischule. Wir freuen uns auf Sie! www.engadin.stmoritz.ch / T +41 81 830 00 01

graubünden



Anzeigen Engadin St. Moritz

DIESE BERGE. DIESE SEEN. DIESES LICHT!



FAMILY WINTER SPECIAL

*2 Kinder bis 12 Jahre
im Zimmer der Eltern gratis!*



Jetzt buchen: Das Family Winter Special ab CHF 1239.- im 3* Hotel für 2 Erwachsene und 2 Kinder: inkl. 5 Übernachtungen im Hotel Ihrer Wahl, Frühstück, Skipass, öffentlicher Verkehr in Engadin St. Moritz sowie Ermässigung auf Ski- und Snowboardmiete und Skischule. Engadin St. Moritz freut sich auf Sie! www.engadin.stmoritz.ch / T +41 81 830 00 01

graubünden



Anzeigen St. Moritz



SCHILLERNDEN
SKIERLEBNIS

Genuss am Berg und im Tal

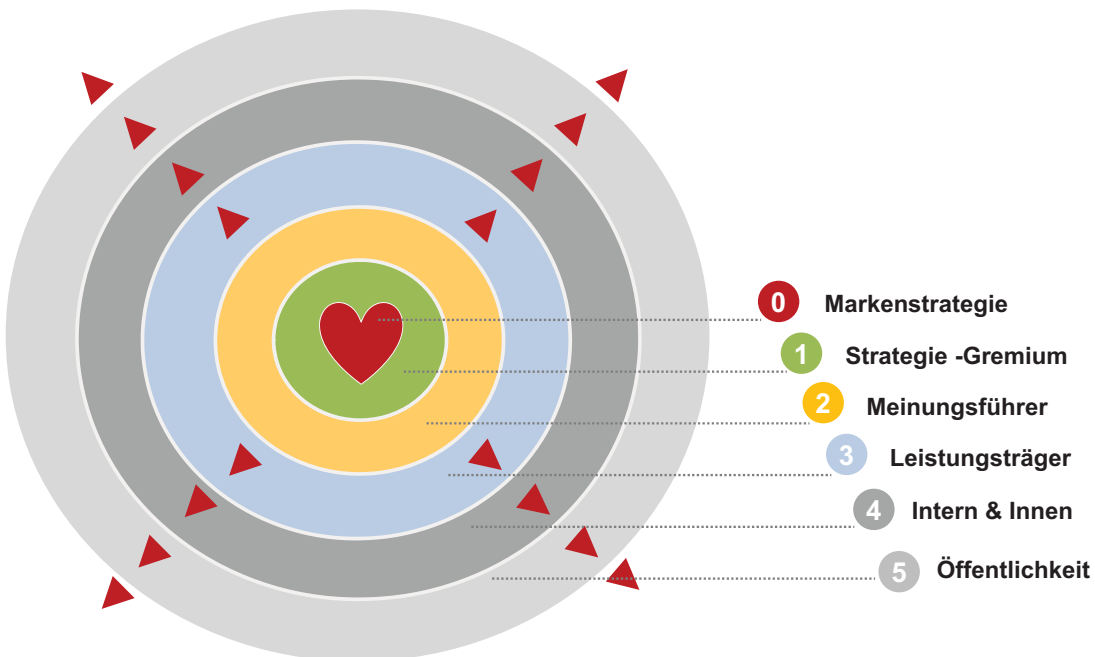


Erleben Sie vier bezaubernde Tage in St. Moritz. Das exklusive Angebot beinhaltet 4 Übernachtungen inkl. Frühstück im Hotel Ihrer Wahl, 3-Tages-Skipass, eine Tea Time im schillernden Ambiente eines der 5* Hotels in St. Moritz sowie ein feines Mittagessen bei Mathis Food Affairs auf dem St. Moritzer Hausberg Corviglia. Gönnen Sie sich genussvolle Tage. Zwischen CHF 710.- bis CHF 1150.- pro Person. St. Moritz freut sich auf Sie!
www.engadin.stmoritz.ch/ski_schillernd / T +41 81 830 00 01





Wie wir die Markenstrategie schrittweise verankern





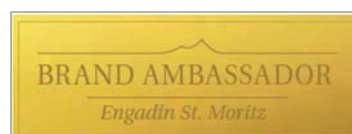
Markenkontaktpunktanalysen



Markenbotschafter

Wie wird man Markenbotschafter?

- Mindestens zwei Teilnahmen an Markenveranstaltungen bzw. Workshops
- Übernahme eines Projektes innerhalb des Markenprozesses und erfolgreiche Umsetzung
- Commitment und Auszeichnung durch Pin



Engadin St. Moritz



Herzlichen Dank – Grazcha fich

