

Bedarfsanalyse für touristische Angebote im Kanton Graubünden für Angehörige der Armee

Tanja Bügler und Andrea Zeller



Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangslage	2
1.1	Ziel.....	2
1.2	Vorgehen.....	3
1.3	Einschränkungen.....	4
2	Resultate.....	5
2.1	Freizeitangebote und touristische Angebote von Interesse.....	5
2.2	Bedingungen	6
3	Empfehlungen.....	8
3.1	Empfehlungen für touristische Leistungsträger und Leistungsträgerinnen	9
3.2	Empfehlungen für Gemeinden.....	12
3.3	Empfehlungen für die Schweizer Armee.....	13
4	Fazit und Schlussbemerkungen.....	15
5	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis.....	16
6	Literaturverzeichnis	16
	Anhang.....	XVII
	Anhang A: Freizeitangebote/touristische Angebote von Interesse für RS.....	XVII
	Anhang B: Freizeitangebote/touristische Angebote von Interesse für WK.....	XVIII

1 Ausgangslage

Die Infanterie Rekrutenschule 12 in Chur bildet jährlich 800 Kader und Soldaten zu Infanteristen aus (Schweizer Armee, 2019). Zusammen mit den Wiederholungskursen, leisten die Armeeangehörigen (Kader, Wiederholungskurse, Rekrutenschule) im Kanton Graubünden jährlich bis zu 200'000 Dienstage (Amt für Militär und Zivilschutz (AMZ) Graubünden, 2018).

In der Dienstzeit steht den Angehörigen der Armee (AdA) in der Regel an einem bis maximal an drei Abenden unter der Woche sogenannter «Ausgang» zu. Während Wiederholungskursen, speziell bei Veranstaltungen wie bspw. dem WEF, bei welchen viel Personal zur Verfügung stehen muss, steht den Armeeangehörigen bis zu einem Drittel ihrer Dienstzeit als Freizeit zur Verfügung. Während diesen Ausgängen und Freizeit darf die Kaserne in einer gewissen Zeitspanne eigenständig verlassen werden. Was die Armeeangehörigen in dieser Zeit unternehmen steht ihnen mehrheitlich frei, allerdings muss die militärische Kleidung (Tenue A) getragen werden. Je nach Standort der Kasernen ist das Freizeitangebot für die Armeeangehörigen stärker eingeschränkt und es kommt zu lokal erhöhtem Aufkommen an uniformierten Personen. Dies wird von der lokalen Bevölkerung, aber auch von den Armeeangehörigen selbst oftmals als unbefriedigend wahrgenommen. Ein breiteres Freizeitangebot für Angehörige der Armee würde die Situation vielerorts entspannen und zu einer höheren Zufriedenheit und einem besseren Verständnis der verschiedenen Anspruchsgruppen führen. Weiter bieten die Ausgänge und Freizeit der Armee auch wirtschaftliche Potenziale für die Gemeinden und ansässigen Unternehmungen.

Ein Grossteil der Armeeangehörigen, welche in Graubünden ihren Dienst leisten, ist nicht im Kanton Graubünden wohnhaft und reist nach Aussage des Militärs an den freien Wochenenden an den Wohnort zurück. Dies bedeutet, dass die Armeeangehörigen jeweils am Sonntagabend in den Kanton Graubünden reisen und am Freitagabend respektive Samstagmorgen den Kanton wieder verlassen. Für Graubünden als Tourismuskanton wäre es jedoch erfreulich, wenn die Armeeangehörigen das Wochenende als Gäste in der Region verbringen würden. Attraktive touristische Wochenendangebote könnten speziell für Armeeangehörige, welche lange An- und Abreisezeiten haben interessant sein.

Graubünden Ferien, die touristische Marketingorganisation des Kantons Graubünden, hat die touristischen und wirtschaftlichen Potenziale, welche die Armee im Kanton Graubünden freisetzt erkannt. Allerdings muss die konkrete Nachfrage von Armeeangehörigen nach Freizeitangeboten und touristischen Angeboten im Kanton Graubünden geklärt und die relevanten Rahmenbedingungen ermittelt werden.

1.1 Ziel

Im Auftrag von Graubünden Ferien analysiert das Institut für Tourismus und Freizeit (ITF) der Fachhochschule Graubünden den Bedarf der Armeeangehörigen an Freizeitangeboten und touristischen Angeboten im Kanton Graubünden. Konkret soll die Bedarfsanalyse folgende Fragestellungen beantworten:

- Besteht bei den Angehörigen der Armee ein Bedürfnis nach Freizeitangeboten und touristischen Angeboten im Kanton Graubünden?
- Welche Freizeitangebote und touristischen Angebote im Kanton Graubünden sind für Angehörige der Armee interessant?
- Welche Bedingungen müssen erfüllt sein, damit entsprechende Freizeitangebote und touristische Angebote durch die Angehörigen der Armee genutzt werden können?

Auf Basis der Resultate der Bedarfsanalyse sollen Empfehlungen für freizeitbezogene und touristische Leistungsträger, für Gemeinden und Tourismusdestinationen sowie für die Armee abgeleitet werden.

1.2 Vorgehen

Ein Informationsgespräch mit einem Hauptadjutanten, welcher im Kanton Graubünden u.a. für die kulturellen Programme in den Wiederholungskursen zuständig ist, bildet die Grundlage für das Vorgehen des Projektteams. Es dient dazu, die aktuellen Rahmenbedingungen, die rechtliche Situation sowie verfahrenstechnische Abläufe zu verstehen und somit mögliche Spielräume für Freizeitangebote und touristische Angebote der Angehörigen der Armee auf unterschiedlichen Hierarchieebenen (Rekruten, Soldaten, Kader) zu erkennen.

Die Nachfrage und Bedürfnisse der Armeeangehörigen nach Freizeit- und Tourismusangeboten im Kanton Graubünden wird mittels Fokusgruppengesprächen ermittelt. Die Fokusgruppe ist eine häufig eingesetzte Methode der qualitativen Markt- und Sozialforschung und kommt vorzugsweise dort zum Einsatz, wo ein tiefgehendes und umfangreiches Verständnis der Kundenbedürfnisse (in diesem Fall die der Armeeangehörigen) erforderlich ist (Institut für Wertprozessmanagement - Marketing Universität Innsbruck). Der Vorteil der moderierten und fokussierten Diskussion einer Gruppe in Fokusgruppengesprächen ist, im Gegensatz zu nacheinander geführten Einzelgesprächen, der gegenseitige Austausch und die Konfrontation mit Wahrnehmungen, Meinungen und Ideen anderer Diskussionsteilnehmenden. Der gruppendynamische Prozess führt zu einer intensiveren Auseinandersetzung mit dem Thema, wodurch deutlich mehr Informationen gesammelt werden können. (Schulz, 2012)

Um das Risiko von dominierenden Teilnehmenden, welche Richtung und Schwerpunkte des Gesprächs zu stark beeinflussen oder andere Diskussionsteilnehmende verunsichern (Institut für Wertprozessmanagement - Marketing Universität Innsbruck), zu minimieren, werden die Hierarchiestufen der Armee mittels unterschiedlichen Fokusgruppen berücksichtigt.

Ausserdem sind die Schulen/Truppen an unterschiedlichen Standorten stationiert. Die Erreichbarkeit von regionalen Zentren kann ebenfalls einen Einfluss auf die Nachfrage und Bedürfnisse nach Freizeit- und Tourismusangeboten haben. Daher werden Fokusgruppengespräche im städtischen Kontext von Chur sowie an Standorten, welche mindesten 1.5 Autostunden ausserhalb von Chur liegen berücksichtigt.

Das Projektteam des Instituts für Tourismus und Freizeit (ITF) der Fachhochschule Graubünden führt vier Fokusgruppengespräche durch, an welchen jeweils 10-15 Armeeangehörige unterschiedlicher Hierarchiestufen persönlich in vertiefenden Gesprächen befragt werden und diskutieren können (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Übersicht der vier Fokusgruppengespräch mit Angehörigen der Armee 2019 - 2020

Datum	Ort	Hierarchiestufe
18.09.2019 (Morgen)	Infanterieschule 12, Chur	Rekruten
18.09.2019 (Abend)	Infanterieschule 12, Chur	Soldaten
08.11.2019	M Flab Abt 32, S-Chanf	WK Soldaten
28.01.2020	Kp 29/1, Davos-Wiesen	WK-Soldaten inkl. Kader

Ein Fokusgruppengespräch dauert zwischen 45 und 60 Minuten und beinhaltet neben einer Aufwärmphase mittels einer Brainstorming-Aktivität drei Fragerunden. Dabei werden den Teilnehmenden die folgenden drei Fragen gestellt:

1. Welche Freizeitangebote resp. touristischen Angebote im Kanton Graubünden könnten für Angehörige der Armee wie Sie interessant sein?
2. Welche dieser Freizeitangebote resp. touristischen Angebote würden Sie nutzen?
3. Welche Bedingungen müssen erfüllt sein, damit Sie diese Angebote nutzen würden?

Die Erkenntnisse aus den Fokusgruppengesprächen werden vom Projektteam interpretiert. Die Projektmitarbeitenden des Instituts für Tourismus und Freizeit (ITF) der Fachhochschule Graubünden können auf vertieftes Fachwissen in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft zurückgreifen. Auf Basis dieser Analyse und Interpretation werden konkrete Empfehlungen für freizeitbezogene und touristische Leistungsträger, für Gemeinden und Tourismusdestinationen sowie für die Armee ausgearbeitet.

1.3 Einschränkungen

Teilnehmerzahl

Aufgrund der geringen Anzahl an Teilnehmenden in den Fokusgruppengesprächen (4 Fokusgruppen à 10-15 Angehörige der Armee) sind die Ergebnisse dieser Bedarfsanalyse nicht repräsentativ und können nicht generalisiert werden. Die Empfehlungen beziehen sich folglich auf die Ergebnisse aus den spezifischen Fokusgruppengesprächen.

Auswahl der Teilnehmenden

Die Auswahl der Teilnehmenden an den Fokusgruppengesprächen kann auf das Ergebnis einen entscheidenden Einfluss haben. Bei den Fokusgruppengesprächen dieser Bedarfsanalyse stellen die Hierarchiestufen (Rekruten, Soldaten, Kader) den entscheidenden Faktor dar. Welche Personen innerhalb der gewünschten Hierarchiestufe an den Gesprächen teilnehmen ist Gegenstand der Verfügbarkeit der Armeeangehörigen. Da jedoch die Methode der Fokusgruppen keinen Anspruch auf Repräsentativität der Ergebnisse stellt (Schulz, 2012), ist ein solches Convenient Sample in diesem Fall ausreichend.

Örtlichkeit und Dauer der Fokusgruppe

Idealerweise finden Fokusgruppengespräche an einem unabhängigen und neutralen Ort statt (Institut für Wertprozessmanagement - Marketing Universität Innsbruck). Aus logistischen Gründen finden die Fokusgruppengespräche dieser Bedarfsanalyse in Gebäuden der Armee statt. Wenn möglich wird eine Räumlichkeit in den Armeegebäuden bevorzugt, welche keine unnötigen Berührungspunkte aufbaut.

Das Projektteam

Die Projektmitarbeitenden bringen geringe bis keine Kenntnisse über die Schweizer Armee mit. Die daraus entstehenden Defizite werden mittels einem Informationsgespräch mit einem Hauptadjutanten zu Projektbeginn möglichst ausgeglichen. Dieser Umstand bringt jedoch auch positive Aspekte mit sich. So kann das Projektteam eine neutrale Betrachtungsweise und Position gewährleisten.

2 Resultate

Im folgenden Abschnitt werden die Resultate aus den vier Fokusgruppengesprächen dargelegt. Dabei werden die Freizeitangebote und touristischen Angebote, welche für die Armeeangehörigen von Interesse sind, sowie die Bedingungen, welche erfüllt sein müssen, damit die Angebote genutzt werden können aufgeführt.

2.1 Freizeitangebote und touristische Angebote von Interesse

Folgende Tabelle zeigt die Freizeitangebote und touristischen Angebote, welche die Angehörigen der Armee in allen vier Fokusgruppengesprächen am häufigsten als interessante Angebote genannt haben. Wichtig zu erwähnen ist, dass es sich bei der Fokusgruppe um eine qualitative Methode handelt, wodurch folgende Auflistung keinen Anspruch auf Repräsentativität erhebt. Die genannten Angebote sind alphabetisch geordnet.

Eine detaillierte Auflistung der Freizeitangebote resp. touristischen Angebote, welche für die Angehörigen der Armee potenziell von Interesse sind, ist im Anhang A (RS) und Anhang B (WK) zu finden.

Tabelle 2: Am häufigsten genannte Freizeitangebote/touristische Angebote bei allen befragten AdA

Angebote von Interesse	Bemerkungen
Ausgang/Clubbing	
Bar	
Biken	
Bowling	
Casino	
Degustation	z.B. Bier, Wein
Essen	z.B. Pizza, all you can eat, Fondue, Gourmet
Fitness	
Go Kart	
Hallenbad	
Kino	
Klettern	
Konzert/Openair	
Paintball	
regionale/saisonale Events/Feste	St. Patricks-Day (St. Moritz), Oktoberfest (Chur), Weihnachtsmarkt, Polenta-Jam
Schlitteln	
Schwimmbad	
Skifahren/Snowboard	
Skitouren	
Sportveranstaltungen	z.B. Eishockey-Match
Wandern	
Wellness	z.B. Thermalbad

2.2 Bedingungen

Die Bedingungen, welche aus Sicht der Armeeangehörigen erfüllt sein müssen, damit potenzielle Freizeitangebote und touristische Angebote genutzt werden können, sind nicht so leicht fassbar wie die oben aufgeführten Angebote und bedürfen einer kurzen Erläuterung.

Im Allgemeinen ist den befragten Armeeangehörigen die Zeit mit der Familie und Freunden sowie das Tragen ziviler Kleidung sehr wichtig. Die weiteren Bedingungen, welche in den Fokusgruppengesprächen genannt wurden, sind in die folgenden fünf Teilbereiche unterteilt: «An- und Abreise», «Angebotsgestaltung», «Ausrüstung/Equipment», «Kommunikation von Angeboten» und «Wäsche».

An- und Abreise bei Freizeitangeboten und touristischen Angeboten

Die Angehörigen der Armee sind angehalten mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zum Dienst anzureisen. In militärischer Bekleidung ist die Nutzung des öffentlichen Verkehrs für die Armeeangehörigen kostenlos. Die Benutzung des Privatfahrzeugs ist nur in Ausnahmesituationen erlaubt und vielerorts steht keine Parkierungsmöglichkeit zur Verfügung.

Die Freizeit unter der Woche («Ausgang») ist oftmals kurz, weshalb die Freizeitangebote entweder sehr nahe zur Kaserne gelegen oder gut und schnell mit dem öffentlichen Verkehr erreichbar sein müssen. Eine weitere Möglichkeit um schnell von A nach B zu gelangen und die Freizeit möglichst umfassend zu nutzen stellen Shuttledienste/Taxidienste dar.

Auch bei den touristischen Wochenendangeboten stellt die An- und Abreise eine Herausforderung dar. Die Angebote müssen daher gut mit den öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar sein oder es muss den Armeeangehörigen erlaubt sein, mit dem Privatfahrzeug anzureisen. Dies bedingt jedoch wiederum die Verfügbarkeit von Parkierungsmöglichkeiten.

Weiter wird angeregt, dass effizientes Arbeiten im Dienst mit früherem Abtreten belohnt werden sollte. Dies betrifft vor allem die Abende unter der Woche. So wird gewünscht, dass bei erledigter Arbeit die Freizeit (unter der Woche) früher in Anspruch genommen werden dürfe.

Die Zeiten, wann das Wochenende beginnt, sind oftmals im Vorfeld nicht klar. Das Abtreten findet meist am Samstagmorgen, seltener am Freitagabend statt, wobei der exakte Zeitpunkt oft unklar ist. Würden touristische Wochenendangebote in Anspruch genommen und Verabredungen mit Familie und Freunden getroffen, wäre es gut möglich, dass die Familie/Freunde auf den Armeeangehörigen warten müssen oder umgekehrt.

Angebotsgestaltung

Da die Freizeit unter der Woche (Wochentage und Zeiten des «Ausgang») an die Armeeangehörigen oft spontan kommuniziert wird, sollten die Freizeitangebote möglichst flexibel und spontan buchbar sein. In den Fokusgruppengesprächen mit den Rekruten kam hervor, dass vor allem auch nicht allzu anstrengende Freizeitangebote gewünscht werden, da die körperliche Anstrengung unter der Woche sonst schon recht hoch ist. Bei den weiteren Hierarchiestufen wurden diesbezüglich keine Einschränkungen gemacht. Weiter sollte auf die Öffnungszeiten der Freizeitangebote geachtet werden. Rekruten müssen sich in der Regel um 23.00 Uhr und Unteroffiziere um 24.00 Uhr wieder in der Kaserne einfinden. Viele Freizeitangebote haben jedoch nicht so lange geöffnet. An abgelegenen, oftmals touristisch geprägten Standorten, ist auch die Zwischensaison ein Thema, in welcher viele Geschäfte/Gastronomiebetriebe und weitere Einrichtungen geschlossen sind. In Chur, wo der «Ausgang» auch oftmals montags stattfindet, stellt sich das Problem, dass viele Gastronomiebetriebe an diesem Tag geschlossen sind.

Bei touristischen Wochenendangeboten ist die Übernachtung in der Kaserne oder anderen militärischen Einrichtungen unerwünscht. Alle Armeeangehörigen haben sich für Privatsphäre, mehr Komfort und eine andere Umgebung an den Wochenenden ausgesprochen.

Für die jüngeren Armeeangehörigen (v.a. Rekruten) sind preisgünstige Freizeitangebote und touristische Angebote wichtig, da die verfügbaren finanziellen Mittel während der Rekrutenschule beschränkt sind. Von den Rekruten wurden daher Gruppenrabatte bei Freizeitangeboten und organisierte Gruppenangebote für Wochenendaufenthalte vorgeschlagen.

Generell ist zu beachten, dass das höhere Kader in der Freizeit und an den Wochenenden erreichbar sein muss und, dass Reisen ins Ausland für alle Armeeangehörigen in der Regel nur mit Bewilligung möglich sind.

Angehörige der Armee sind während ihrem Dienst, dazu zählt auch Freizeit unter der Woche und an Wochenenden, durch die Armee unfallversichert. Wie bei allen anderen Unfallversicherungen sind auch bei der militärischen Unfallversicherung Unfälle, welche auf ein Wagnis (bspw. Risikosport) zurückzuführen sind, teilweise oder ganz vom Versicherungsschutz ausgeschlossen.

Ausrüstung/Equipment

Wie bereits erwähnt, reisen die Angehörigen der Armee mehrheitlich mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zum Dienst an. Während der An- und Abreise müssen die Hände «frei» sein. Dies bedeutet, dass alles Gepäck im Rucksack verstaut werden muss und keine Gegenstände in den Händen getragen werden dürfen. Daher ist es den Armeeangehörigen nicht möglich, Sportausrüstungen mit in den Dienst zu nehmen. Ausserdem können Sportausrüstungen vielerorts in den Kasernen und Truppenunterkünften nicht gelagert werden. Für Freizeitangebote und touristische Wochenendangebote bedeutet dies, dass entweder keine speziellen Ausrüstungen erforderlich oder Mietmöglichkeiten zur Verfügung stehen sollten.

Kommunikation von Angeboten

Touristische Wochenendangebote sollten so früh wie möglich an die Angehörigen der Armee kommuniziert werden, damit diese entsprechend planen können. Aber auch das Freizeitangebot unter der Woche sollte den Armeeangehörigen frühzeitig mitgeteilt werden. Besonders für Angehörige der Wiederholungskurse, welche jeweils drei Wochen vor Ort sind, ist es wichtig, das Freizeitangebot im Vorfeld zu kennen, um allfällige kleinere Gegenstände (bspw. Sportschuhe oder Badehosen) mitbringen zu können. Die Rekruten hingegen sind mehrere Wochen vor Ort, wodurch sie auch während ihrer Dienstzeit noch auf Angebote aufmerksam gemacht werden können.

Zur Kommunikation im Vorfeld wurden Flyer, welche mit dem Aufgebot/Marschbefehl verschickt werden vorgeschlagen, oder auch Emails (allenfalls mit Verlinkung auf Webseiten der Tourismusdestinationen). Spontan könnte auch über den jeweiligen Feldweibel am «schwarzen Brett» oder via Social Media kommuniziert werden. Generell sollten die Informationen kurz und knapp sowie zielgruppenspezifisch sein.

Wäsche

Für das Waschen ihrer Wäsche sind die Angehörigen der Armee selbst verantwortlich. Normalerweise nehmen sie die schmutzige Wäsche an den Wochenenden nach Hause, waschen diese und bringen sie am Sonntagabend wieder mit zum Dienst. Bei allfälligen touristischen Wochenendangeboten ist dies nicht möglich. Es steht den Armeeangehörigen zwar ein kostenpflichtiger Wäscheservice zur Verfügung, dieser ist jedoch an den Wochenenden nicht verfügbar und die Zeitspanne von Abgabe der Schmutzwäsche bis zur Auslieferung der sauberen Wäsche dauert im Schnitt drei Tage. Waschmaschinen sind in den Kasernen nicht vorhanden.

3 Empfehlungen

Neben der Ermittlung von potenziell interessanten Freizeitangeboten und touristischen Angeboten hat die Untersuchung gezeigt, dass die Ausgestaltung und Nutzung von Angeboten stark von vorhandenen Strukturen und Bedingungen abhängt. Einerseits gilt es, diese Strukturen und Bedingungen bei der Angebotsgestaltung zu beachten und diese andererseits möglichst abzubauen. Folglich ist eine ganzheitliche Betrachtung der Situation notwendig, was den Einbezug aller Interessengruppen in die Angebotsgestaltung und Kommunikation nötig macht.

Im folgenden Abschnitt werden Empfehlungen abgegeben, welche an die Interessengruppen «touristische Leistungsträger», «Gemeinden» sowie «Schweizer Armee», adressiert sind. Zusammengefasst sind die Empfehlungen in Abbildung 1 dargestellt.

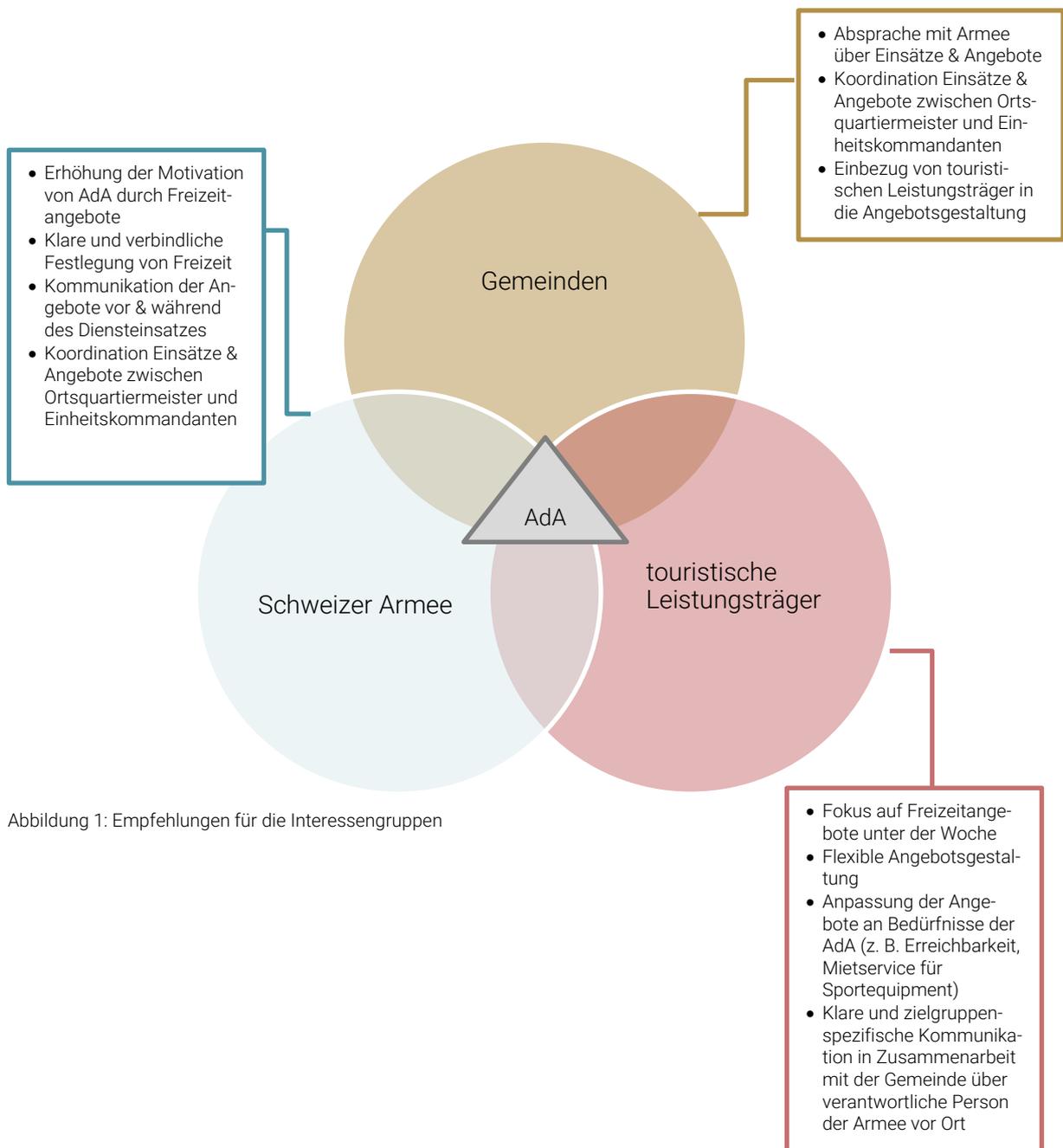


Abbildung 1: Empfehlungen für die Interessengruppen

3.1 Empfehlungen für touristische Leistungsträger und Leistungsträgerinnen

Angehörige der Armee können für touristisch geprägte Regionen insbesondere während den Zwischensaisons eine interessante Zielgruppe darstellen. Aber auch in städtischen Gebieten bieten Freizeitangebote für Armeeangehörige wirtschaftliche Potenziale.

Bei der Auswahl an Angeboten gilt es den Standort sowie die spezifische Zielgruppe zu beachten. Bei Armeeangehörigen, welche mehrheitlich im städtischen Kontext von Chur stationiert sind (überwiegend Rekrutenschule), ist das Bedürfnis nach touristischen Wochenendangeboten kaum bis gar nicht vorhanden. Dies liegt unter anderem am direkten Zugang zum SBB-Bahnnetz. Der Fokus der Angebote im städtischen Kontext sollte sich folglich auf Freizeitangebote unter der Woche beschränken. Das Angebot im ausserstädtischen Kontext (mehrheitlich Tourismusdestinationen und überwiegend Soldaten in Wiederholungskursen) beschränkt sich nicht nur auf Freizeitangebote unter der Woche, obwohl diese auch hier im Zentrum stehen. Aufgrund des herausfordernden Tagesprogramms der Rekruten zeigen diese kein grosses Interesse an körperlich anstrengenden Freizeitangeboten. Vielmehr interessieren sie sich für spannende oder ruhigere Aktivitäten. Im Vergleich dazu zeichnet sich bei den Soldaten und Kaderangehörigen keine grosse Müdigkeit ab und es ist vermehrtes Interesse nach sportlichen Aktivitäten vorhanden. Die Rekruten scheinen zudem nicht über grosse finanzielle Mittel zu verfügen respektive scheinen nicht die Bereitschaft zu haben, viel Geld für Freizeitangebote auszugeben (Bedürfnis nach Gruppenrabatten, Gruppenangeboten). Generell wünschen sich Armeeangehörige explizit Freizeitangebote, welche auch von Zivilpersonen genutzt werden, da sie den ganzen Tag bereits in den selben Gruppen unterwegs sind.

Potenziell interessante Freizeitangebote für AdA unter der Woche:

- Bar
- Casino
- Kulinarik
- Kino
- Kletterhalle
- Paintball
- Regionale/saisonale Events/Feste (z.B. Oktoberfest, Weihnachtsmarkt etc.)
- Sportveranstaltungen (z.B. Eishockey-Match)
- Wellness (z.B. Thermalbad)

Bei den Soldaten der Wiederholungskurse, welche mehrheitlich ausserhalb des städtischen Kontexts stationiert sind, besteht ein potenzielles Interesse an touristischen Wochenendangeboten. Der ausschlaggebende Faktor, ob die Angehörigen der Armee an den Wochenenden nach Hause gehen oder nicht, ist die An- und Abreisezeit zum Einsatzort. Das heisst, je abgelegener der Einsatzort, desto höher ist das Interesse, ein touristisches Wochenendangebot in Anspruch zu nehmen. Bei der Angebotsgestaltung ist zwischen Armeeangehörigen mit Familien, kinderlosen Paaren sowie Singles zu unterscheiden. Zudem variiert die Preissensitivität stark, was auf die breite Altersstruktur sowie unterschiedliche berufliche und private Situationen zurückzuführen ist. Das Bedürfnis nach Übernachtungsmöglichkeiten mit einer gewissen Privatsphäre ist jedoch bei allen Armeeangehörigen vorhanden.

Potenziell interessante touristische Wochenendangebote für AdA:

- Biken
- Golf
- Konzerte/Openair
- Regionale/saisonale Events/Feste (z.B. Oktoberfest, Weihnachtsmarkt etc.)
- Skifahren/Snowboard
- Sportveranstaltungen (z.B. Eishockey-Match)
- Wandern
- Wellness (z.B. Thermalbad)

Eine detaillierte Auflistung der Freizeitangebote resp. touristischen Angebote, welche für die Angehörigen der Armee potenziell von Interesse sind, ist im Anhang A (RS) und Anhang B (WK) zu finden.

Generell sollten folgende Punkte bei der Ausgestaltung von Freizeitangeboten unter der Woche wie auch bei den touristischen Wochenendangeboten beachtet werden:

1. Erreichbarkeit der Angebote

Die An- und Abreise zu den Angeboten stellt eine Herausforderung dar, da die Armeeangehörigen primär mit den öffentlichen Verkehrsmitteln unterwegs sind. Die Angebote sollten daher gut mit den öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar sein, oder es sollten Shuttledienste/Taxidienste angeboten werden. Speziell Freizeitangebote unter der Woche sollten schnell erreichbar sein, damit die Freizeit möglichst umfassend genutzt werden kann.

- ➔ Gute und schnelle Erreichbarkeit mit ÖV
- ➔ Shuttledienste/Taxidienste anbieten

2. Verfügbarkeit der Angebote

Aufgrund der Unregelmässigkeit des Abtretens, dies betrifft die Freizeit unter der Woche wie auch den Dienstschluss an den Wochenenden (Freitagabend oder Samstagmorgen), sollte bei der Ausgestaltung der Angebote eine gewisse Flexibilität in der Durchführung berücksichtigt und ermöglicht werden. Auch wird den Armeeangehörigen oftmals erst kurzfristig mitgeteilt, dass am Abend «Ausgang» ist. Es muss daher möglich sein, gewisse Angebote spontan buchen und durchführen zu können. Weiter sollte nach Möglichkeit beachtet werden, dass der «Ausgang» für Rekruten bis 23.00 Uhr und für Unteroffiziere bis 24.00 Uhr dauert.

- ➔ Flexible An- und Abreise
- ➔ Spontan buchbare Angebote
- ➔ Längere Öffnungszeiten

3. Zur Verfügung stellen von Ausrüstung/Equipment oder Mietangebot

Wie bereits erwähnt, sind die Angehörigen der Armee mehrheitlich mit den öffentlichen Verkehrsmitteln unterwegs und es ist ihnen nicht möglich, Sportausrüstungen mit in den Dienst zu nehmen. Zudem können vielerorts in den Kasernen keine persönlichen Gegenstände gelagert werden. Dies bedingt, dass Freizeitangebote und touristische Wochenendangebote entweder keine speziellen Ausrüstungen verlangen oder, dass Mietmöglichkeiten zur Verfügung gestellt werden.

- ➔ Angebote bei denen keine spezielle Ausrüstung nötig ist
- ➔ Mietangebot bei Aktivitäten, deren Durchführung eine bestimmte Ausrüstung bedingt

4. Kommunikation der Angebote

Es empfiehlt sich eine klare und zielgruppenspezifische Kommunikation der Angebote gegenüber den Angehörigen der Armee. Dies beinhaltet eine angemessene Information über mögliche Freizeitaktivitäten sowie Wochenendangeboten vor Beginn des Armeeeinsatzes, damit entsprechende Vorbereitungen getroffen werden können. Gleichzeitig müssen die Angebote auch während der Dienstzeit vor Ort kommuniziert werden und für die Angehörigen der Armee sichtbar sein, damit auch spontan unter der Woche Freizeitangebote genutzt werden können. Mögliche Kommunikationskanäle sind Flyer, Links zur eigenen Webseite, Social Media, etc. Wenn möglich sollte mit den vor Ort Verantwortlichen der Armee (bspw. Einheitskommandant) Kontakt aufgenommen werden, damit die Kommunikation an die Armeeingehörigen sichergestellt werden kann.

- ➔ Klare Kommunikation der Angebote vor und während des Armeeeinsatzes
- ➔ Kontaktaufnahme mit Verantwortlichen der Armee vor Ort zur Sicherstellung des Kommunikationsflusses (bspw. Einheitskommandant)

3.2 Empfehlungen für Gemeinden

Angehörige der Armee können zu einer besseren Auslastung der Infrastruktur einer Gemeinde/Destination und der touristischen Angebote beitragen. Um die benötigte Infrastruktur und damit verbundenen Dienstleistungen rechtzeitig und gezielt zur Verfügung stellen zu können, ist es ratsam, sich mit den Vertreterinnen und Vertretern der Armee über Truppeneinsätze und Angebote frühzeitig auszutauschen. Dieses Vorgehen sollte in Zusammenarbeit zwischen dem Ortsquartiermeister und dem Einheitskommandanten koordiniert werden. Gleichzeitig ist es empfehlenswert, die Tourismusorganisationen und touristischen Leistungsträger miteinzubeziehen, welche weitere Freizeitangebote für die Armeeingehörige bereitstellen können.

Die Nutzung von Freizeitangeboten durch Armeeingehörige bietet verschiedene Vorteile. Einerseits lernen die Angehörigen der Armee die Gemeinde auch ausserhalb der Militärunterkunft besser kennen und nehmen diese positiv wahr. Andererseits ergibt sich die Möglichkeit, dass die zivile Bevölkerung in einen näheren und freizeitbezogenen Austausch mit den Armeeingehörigen kommt, was das gegenseitige Verständnis fördert. Entgegen der geläufigen Annahme, dass sich Armeeingehörige vor allem für Besuche von Bars interessieren, besteht bei vielen ein Bedürfnis nach kulturellen und sportlichen Freizeitangeboten. Eine detaillierte Auflistung der Freizeitangebote resp. touristischen Angebote, welche für die Angehörigen der Armee potenziell von Interesse sind, ist im Anhang A (RS) und Anhang B (WK) zu finden.

- ➔ Regelmässige Abstimmung mit Vertreterinnen und Vertretern der Schweizer Armee über Einsätze und Angebote (bspw. Ortsquartiermeister und Einheitskommandant)
- ➔ Einbezug der Tourismusorganisationen und touristischen Leistungsträger
- ➔ Wahrnehmung von Angehörigen der Armee als wertschöpfende und potentiell wiederkehrende Gäste

3.3 Empfehlungen für die Schweizer Armee

Grundsätzlich interessieren sich die Angehörigen der Armee für diverse sportliche wie auch kulturelle Aktivitäten. Eine detaillierte Auflistung der Freizeitangebote resp. touristischen Angebote, welche für die Angehörigen der Armee potenziell von Interesse sind, ist im Anhang A (RS) und Anhang B (WK) zu finden.

Damit Freizeitangebote und touristischen Angebote im Kanton Graubünden für die Angehörigen der Armee entwickelt und von diesen auch in Anspruch genommen werden können, ist eine gewisse Offenheit und Flexibilität seitens der Armee wichtig. Im Gegenzug kann davon ausgegangen werden, dass die Möglichkeit zur aktiven Freizeitgestaltung zu zufriedenen, motivierten und ausgeglichenen Armeeangehörigen führen kann. Weiter besteht das Potenzial, dass ein breites Freizeitangebot, welches gleichzeitig von Angehörigen der Armee sowie von der lokalen Bevölkerung in Anspruch genommen wird, zu einem besseren gegenseitigen Verständnis der beiden Parteien führt. Je nach Standort ist das Freizeitangebot für Armeeangehörige heute beschränkt, wodurch es zu einem lokal erhöhten Aufkommen an uniformierten Personen kommt, was wiederum auf die lokale Bevölkerung teilweise befremdlich wirkt.

In den Fokusgruppengesprächen mit den Angehörigen der Armee haben sich folgende Bedürfnisse herauskristallisiert:

1. Sicherstellung der Freizeit unter der Woche und am Wochenende

Die Freizeit unter der Woche («Ausgang») ist oftmals kurz und wird den Angehörigen der Armee teilweise sehr spontan mitgeteilt. Auch der Zeitpunkt des Abtretens am Wochenende ist oftmals unsicher. Die Armeeangehörigen würden die freie Zeit gerne dazu nutzen, Aktivitäten ausserhalb der Kaserne/des Truppenlagers zu unternehmen. Die Kurzfristigkeit der Kommunikation der freien Zeit verunmöglicht ihnen jedoch die Planung solcher Aktivitäten. Oftmals bleibt dann lediglich die Option eines Bar- oder Restaurantbesuchs bestehen. Dies obwohl bei den Armeeangehörigen ein Interesse nach sportlichen und kulturellen Aktivitäten vorhanden wäre. Durch die frühzeitige Kommunikation der freien Zeit («Ausgang») unter der Woche sowie Zeitpunkt des Abtretens an den Wochenenden) sowie den bestehenden Angeboten könnten die Angehörigen der Armee ihre Freizeitgestaltung aktiver planen.

In diesem Zusammenhang wurde auch die Anerkennung für effizientes Arbeiten erwähnt. Die Angehörigen der Armee würden es begrüssen, wenn die freie Zeit («Ausgang») unter der Woche, oder auch Abtreten an den Wochenenden) bei getaner Arbeit früher beginnen würde. Dies würde dazu ermuntern, die Arbeiten und Aufgabenstellungen der Armee effizienter und zielgerichteter abzuarbeiten.

- ➔ Frühzeitige Kommunikation der freien Zeit («Ausgang») unter der Woche sowie Zeitpunkt des Abtretens an Wochenenden)
- ➔ Anerkennung von effizientem Arbeiten im Dienst mit Freizeit

2. Angebot zur selbstständigen Kleiderreinigung

Wenn Angehörige der Armee Wochenendangebote in Anspruch nehmen, benötigen sie eine Möglichkeit zur Reinigung ihrer militärischen Kleidung. Der bestehende Wäscheservice der Armee ist in solchen Situationen unbefriedigend, da dieser an Wochenenden nicht zur Verfügung steht und die Zeitspanne von Abgabe der Schmutzwäsche bis zur Auslieferung der sauberen Wäsche zu lange dauert. Es empfiehlt sich die Anschaffung und die Zurverfügungstellung einer Waschmaschine für Angehörige der Armee, welche am Wochenende nicht nach Hause reisen, sondern ein touristisches Wochenendangebot im Kanton Graubünden in Anspruch nehmen.

➔ Zur Verfügung stellen von Waschmaschinen für Wochenendaufenthalterinnen und -aufenthalter

3. Rechtzeitige und regelmässige Kommunikation von Angeboten an Angehörige der Armee

Damit die Angehörigen der Armee von den Freizeit- und touristischen Angeboten erfahren, ist es notwendig diese rechtzeitig zu kommunizieren. Besonders bei Aktivitäten, welche eine gewisse Ausrüstung (bspw. Sportschuhe oder Badehosen) benötigen, oder bei touristischen Wochenendangeboten ist es wichtig, dass die Armeeingehörigen das Angebot im Vorfeld kennen. Die Angehörigen der Armee könnten beim Versand des Marschbefehls auf die Angebote aufmerksam gemacht werden. Zudem ist ein regelmässiger Austausch mit den touristischen Leistungsträgern und Gemeinden/Destinationen nötig, um auch vor Ort über die Angebote informieren zu können. Dieses Vorgehen sollte in Zusammenarbeit zwischen dem Ortsquartiermeister und dem Einheitskommandanten koordiniert werden. Die Angebote sollten für alle gut sichtbar und verständlich kommuniziert werden. Die Armeeingehörigen haben die Kommunikation am schwarzen Brett und über Vorgesetzte vorgeschlagen.

- ➔ Kommunikation der Freizeitangebote und touristischen Angebote vor Dienstantritt (bspw. Mitsendung einer Übersicht der Angebote am Einsatzort mit dem Marschbefehl)
- ➔ Kommunikation während des Dienstes (bspw. am schwarzen Brett/über die Vorgesetzten)

4 Fazit und Schlussbemerkungen

Das Institut für Tourismus und Freizeit (ITF) der Fachhochschule Graubünden hat im Auftrag von Graubünden Ferien den Bedarf der Armeeangehörigen nach Freizeit- und touristischen Angeboten im Kanton Graubünden analysiert. Mit dieser Bedarfsanalyse sollten folgende Fragestellungen beantwortet werden:

- Besteht bei den Angehörigen der Armee ein Bedürfnis nach Freizeitangeboten und touristischen Angeboten im Kanton Graubünden?
- Welche Freizeitangebote und touristischen Angebote im Kanton Graubünden sind für Angehörige der Armee interessant?
- Welche Bedingungen müssen erfüllt sein, damit entsprechende Freizeitangebote und touristische Angebote durch die Angehörigen der Armee genutzt werden können?

Grundsätzlich ist das Interesse an Freizeitangeboten unter der Woche sehr gross und umfasst diverse sportliche, kulturelle und kulinarische Aktivitäten. Das Bedürfnis nach touristischen Wochenendangeboten ist eher gering, steigt aber mit der Abgelegenheit des Dienststandortes sowie dem Alter und den vorhandenen finanziellen Ressourcen. Die Freizeitangebote und touristischen Angebote, welche für die befragten Angehörigen der Armee potenziell von Interesse sind, werden in Tabelle 2 zusammenfasst und detailliert im Anhang A (RS) und Anhang B (WK) dargestellt.

In Bezug auf die dritte Fragestellung hat die Untersuchung gezeigt, dass eine erfolgreiche Ausgestaltung von Freizeitangeboten und touristischen Angeboten sowie die Nutzung dieser durch die Angehörigen der Armee diversen Strukturen und Bedingungen unterliegt, welche es zu beachten und zu optimieren gilt. Dazu ist eine ganzheitliche Betrachtungs- sowie eine gemeinschaftliche Herangehensweise nötig. Den verschiedenen Interessensgruppen, d.h. touristischen Leistungsträgern, Gemeinden sowie der Schweizer Armee wird empfohlen die Ausarbeitung von Angeboten und die Kommunikation in gegenseitiger Absprache vorzunehmen. Insbesondere empfiehlt es sich, Einsätze und Freizeitangebote aufeinander abzustimmen, was zwischen Ortsquartiermeister und Einheitskommandanten geschehen kann. Die weiteren Empfehlungen sind direkt an die verschiedenen Interessensgruppen adressiert (siehe Kapitel 3). Dabei wird einerseits auf die relevanten Strukturen und Bedingungen eingegangen und andererseits auf die Schnittstellen zu den anderen involvierten Interessensgruppen hingewiesen.

Unter Berücksichtigung dieser Bedingungen und einer guten Zusammenarbeit der verschiedenen Interessensgruppen kann ein gegenseitiger Nutzen erzielt werden. Durch eine gut abgestimmte Freizeitgestaltung für die Armeeangehörigen kann der Schweizer Armee auf eine sympathische Art und Weise eine tiefere Verankerung in der Bevölkerung gelingen. Der Kanton Graubünden kann dadurch seine Attraktivität als Tourismusregion hervorheben und die Angehörigen der Armee motivieren als Gäste und Touristen in die Region zurückzukehren.

Das Projektteam des Instituts für Tourismus und Freizeit (ITF) der Fachhochschule Graubünden bedankt sich für die Offenheit der Schweizer Armee gegenüber diesem Projekt. Ohne die Zustimmung des Eidgenössischen Departements für Verteidigung, Bevölkerungsschutz und Sport (VBS) und den betroffenen Schulkommandanten, Bataillonskommandanten und Kompaniekommandanten wäre die Befragung der Angehörigen der Armee nicht möglich gewesen. Ein grosser Dank geht an Arno Andreoli, Hauptadjutant und Chef Koordinationsabschnitt 32, für seine Bereitschaft zu Informationsgesprächen im Vorfeld des Projekts sowie seine organisatorischen Leistungen.

5 Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1: Empfehlungen für die Interessengruppen	8
Tabelle 1: Übersicht der vier Fokusgruppengespräch mit Angehörigen der Armee 2019 - 2020	3
Tabelle 2: Am häufigsten genannte Freizeitangebote/touristische Angebote bei allen befragten AdA.....	5
Tabelle 3: Angebote von Interesse für RS	XVII
Tabelle 4: Angebote von Interesse für WK	XVIII

6 Literaturverzeichnis

- Amt für Militär und Zivilschutz (AMZ) Graubünden. (2018). Leitbild Militär Graubünden. Haldenstein, Graubünden, Schweiz.
- Institut für Wertprozessmanagement - Marketing Universität Innsbruck. (kein Datum). Fokusgruppen. Innsbruck, Österreich.
- Schulz, M. (2012). *Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft: von der Konzeption bis zur Auswertung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Schweizer Armee. (10. Mai 2019). *Infanterieschule 12*. Von vgt.admin.ch: <https://www.vtg.admin.ch/de/organisation/kdo-ausb/lvb-inf/infs12.html> abgerufen

Anhang

Anhang A: Freizeitangebote/touristische Angebote von Interesse für RS

Die untenstehende Tabelle zeigt alle Freizeitangebote/touristischen Angebote, welche von den Armeeangehörigen der Rekrutenschule (Fokusgruppen 1 und 2) auf die Frage welche Freizeitangebote resp. touristische Angebote im Kanton Graubünden für sie interessant sein könnten genannt wurden. Die Nennungen sind alphabetisch geordnet.

Tabelle 3: Angebote von Interesse für RS

Angebote von Interesse für RS	Bemerkungen
Ausgang/Clubbing	
Bar	
Bowling	
Casino	
Degustation	z.B. Bier, Wein
Essen	z.B. Pizza, all you can eat, Fondue
Fallschirmspringen	
Fussball	
Go Kart	
Grillieren	
Hallenbad	
Kino	
Klettern	
Paintball	
regionale/saisonale Events/Feste	z.B. St. Patricks-Day (St. Moritz), Oktoberfest (Chur), Weihnachtsmarkt, Polenta-Jam
River Rafting	
Skifahren/Snowboard	
Skitouren	
Wandern	
Adventure Room	
Airsoft	
Aprés-Ski	
Basketball	
Berghütte	
Biken	
Billard	
Downhill Biken	z.B. in der Lenzerheide
Eishockey spielen	
Fischen	
Fitness	
Football	
Freizeitpark/Wasserpark	z.B. Alpamare
Freizeitparks	
Game Convention	

Jagen	
Jassen	
Kaffee trinken	
Kampfsport	
Kanu/Kajak	
Konzert/Openair	
Langlauf	
Lasertech	
Massagen	
Motorrad	
Outdoor-Übernachtung	z.B. unter freiem Himmel, Iglu
Passfahren (Auto)	
Rugby	
Schlitteln	
Schlittschuhlaufen	z.B. Schwarzeis
Schneetöf	
Schwimmbad	
See	
Seilpark	
Shisha-Bar	
Skatepark	
Skydiving	
Sportveranstaltungen	z.B. Eishockey Match
Squash	
Stadtführung	
Tennis	
Trottinett	
Wellness	z.B. Thermalbad

Anhang B: Freizeitangebote/touristische Angebote von Interesse für WK

Die untenstehende Tabelle zeigt alle Freizeitangebote/touristischen Angebote, welche von den Armeemangehörigen der Wiederholungskurse (Fokusgruppen 3 und 4) auf die Frage welche Freizeitangebote resp. touristische Angebote im Kanton Graubünden für sie interessant sein könnten genannt wurden. Die Nennungen sind alphabetisch geordnet.

Tabelle 4: Angebote von Interesse für WK

Angebote von Interesse für WK	Bemerkungen
Adventure Room	
Aprés-Ski	
Ausgang/Clubbing	
Bar	
Bierbraukurs	
Bierpong	
Biken	
Billard	
Bowling	

Casino	
Coiffeur/Barbershop	
Degustation	z.B. Bier, Wein
Eishockey spielen	
Essen	z.B. Pizza, all you can eat, Fondue, Gourmet
Fabrikbesichtigung	
Fischen	
Fitness	
Freizeitpark/Wasserpark	z.B. Alpamare
Gleitschirmfliegen	
Go Kart	
Golf	
Hallenbad	
Helikopterrundflug	
Jagen	
Kaffee trinken	z.B. Starbucks
Kino	
Kiteboarden	
Klettern	
Konzert/Openair	
Minigolf	
Museum	
Nationalpark/Naturpark	
Outdoor-Übernachtung	z.B. Iglu, Sommer
Paintball	
Passfahren (Auto)	
Pedalo	
PingPong Turnier	
regionale/saisonale Events/Feste	St. Patricks-Day (St. Moritz), Oktoberfest (Chur), Weihnachtsmarkt, Polenta-Jam
Schlitteln	
Schlittschuhlaufen	z.B. Schwarzeis
Schneeschuhlaufen	
Schwimmbad	
Shisha-Bar	
Shopping	
Skifahren/Snowboard	
Skitouren	
Sportveranstaltungen	z.B. Eishockey Match
Städtetrip	
Tontaubenschiessen	
Unihockey spielen	
Wandern	
Wellness	z.B. Thermalbad
Wildbeobachtungen	

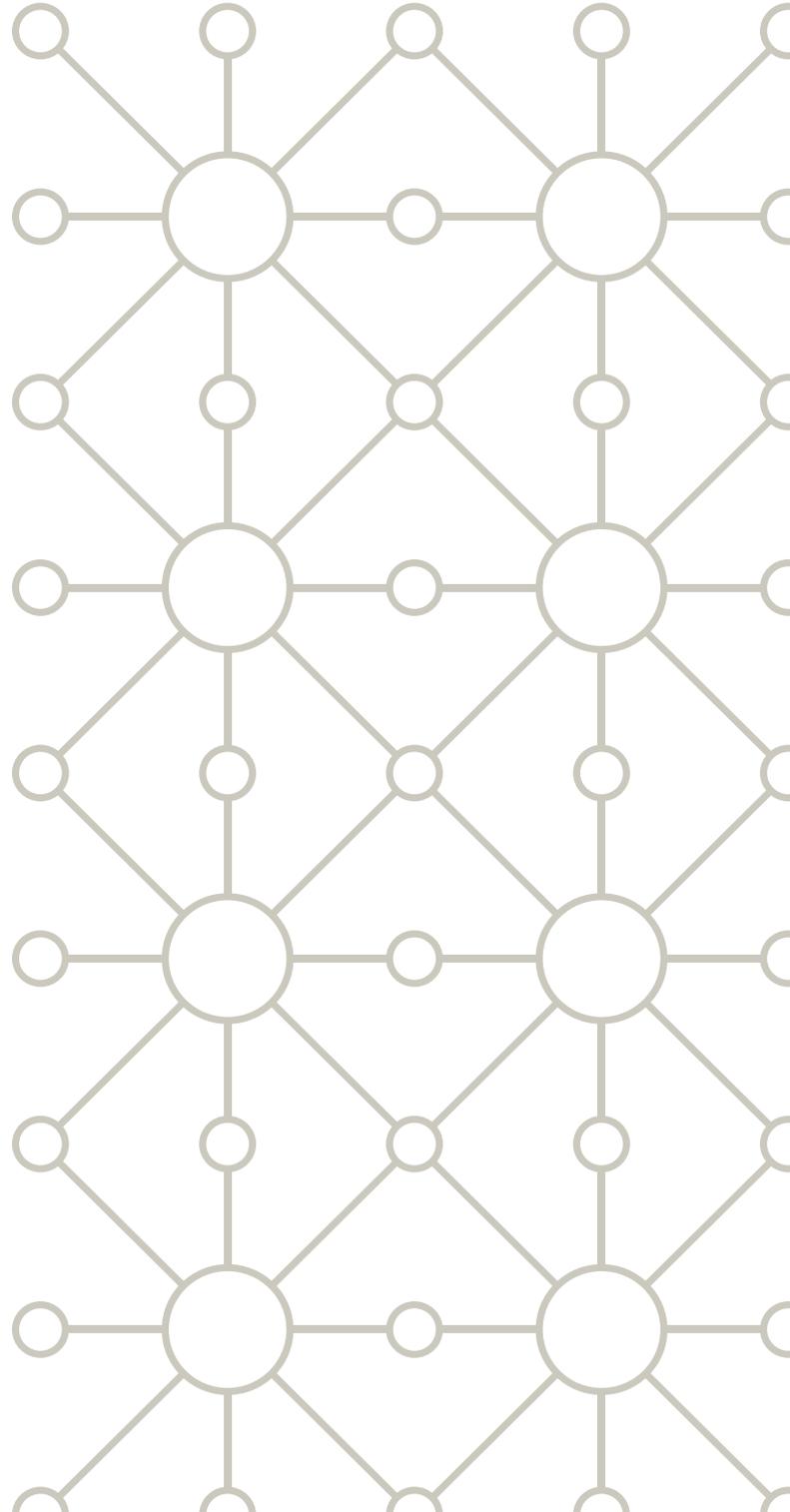
Fachhochschule Graubünden
Institut für Tourismus und Freizeit (ITF)
Comercialstrasse 22
7000 Chur
Schweiz
T +41 81 286 24 24
itf@fhgr.ch



fhgr.ch

Fachhochschule Graubünden
Scola auta specialisada dal Grischun
Scuola universitaria professionale dei Grigioni
University of Applied Sciences of the Grisons

© FH Graubünden, März 2020



swissuniversities

